REPTTES 2.1

NOUS HORITZONS

Pla d'accions 2021

SALOU

CONTINGUTS.

L'OFERTA +

SERVEIS TURÍSTICS +

NOUS SERVEIS +

PROJECTES PILARS +

ELS MERCATS +

EL TARGET +

LES ALIANÇES +

missatge de PROMOCIÓ +

la idea de IMPROVEitzar

LA FÓRMULA

LA OFERTA.

EVOLUCIONAR DÈS DE L'ESSÈNCIA

Més enllà del model.

LA OFERTA.

més enllà
del model.

Afiancem el punt de partida per anar més enllà.

Trobar en el model originari el camí per **innovar**.

Destacar la **maduresa i l'experiència**.

Consolidant els **principals actius que ens identifiquen.**

Potenciar el caràcter innovador com avantatge competitiu

LA OFERTA.
més enllà del model, SOL.

PAISATGE

L'escenari on s'inicia tota la experiència ha de donar sentit a tot el contingut de la ofeta.

repttes

ESPORT

Entendre Salou com l'estadi més gran del món amb les millors instal·lacions naturals.

repttes

LEISURE MOBILITY

Tractament de la mobilitat com un atractiu amb identitat pròpia, essencial per la sostenibilitat.

repttes

LA OFERTA.
més enllà del model, PLATJA

SALUT

Reivindicar la platja i el mar com a espai natural amb els seus atributs i beneficis.

repttes

365 DIES DE PLATJA

Incrementar el rendiment del principal actiu més enllà del tradicional: nova oferta i nous moments de consum.

repttes

EXCEL·LÈNCIA

Enriquir la qualitat actual amb noves certificacions. Convertir la gestió de les platges en un model de referència.

repttes

LA OFERTA.

més enllà del model,

ENTRETENI -MENT

GASTRONOMIA

Convertir el que fins ara era un complement en una motivació.

repttes

CULTURA

Identificat com un dels àmbits amb més recorregut i potencial per extreure producte turístic.

repttes

OCI

Cercar noves connexions amb els visitants per fomentar el gaudiment lúdic del municipi.

repttes

LA OFERTA.

més enllà del model,

BENESTAR i NATURA

BIODIVERSITAT

Posar en valor la importància del patrimoni natural del municipi i la seva espectacularitat.

repttes

ECOTURISME

Convertir en producte el patrimoni natural i les seves aplicacions ens diversos àmbits: gastronomia, mobilitat, compres, etc.

repttes

WELL-BEING

Posar en valor un àmbit en constant creixement, amb potencial al municipi i que no es traballa pròpiament al territori.

repttes

SALOU
PATRONAT DE TURISME

ELS SERVEIS TURÍSTICS MUNICIPALS

TREN TURÍSTIC

Encarar el servei a les necessitats i possibilitats del context actual, entenent el servei com una part important de la experiència de mobilitat i de gaudiment de l'entorn.

repttes

SERVEI D'ATENCIÓ AL VISITANT

Reinterpretar el servei adaptant-nos a les rutines i inquietuds dels visitants, entenent el servei com a part fonamental del producte. Ampliar la noció de destinataris: turistes, visitants, veïns i empreses.

repttes

NOUS SERVEIS

OFICINA D'INNOVACIÓ I NOUS PRODUCTES

SALOU
Oficina d'Innovació
i nous productes turístics.

La resposta diferenciadora al desafiament que ens planteja el futur immediat.

OFICINA AIRE

OFICINA
AIRE
PATRONAT MUNICIPAL DE TURISME DE SALOU

Actuar de partner amb la indústria en un moment on la informació i l'assessorament adquireixen una importància cabdal.

ELS PROJECTES PILARS

Les línies de futur.

Destino Turístico Inteligente

repttes

Pla Estratègic de l'Activitat Turística de Salou 18/22

repttes

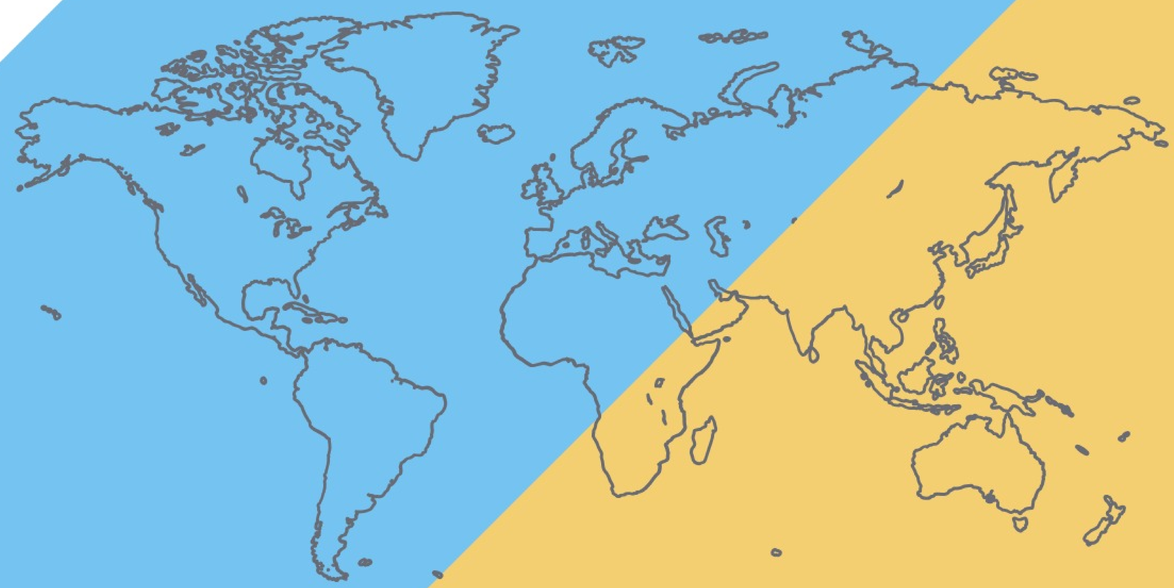
Smart Salou DTI

repttes

NO PODEM MODIFICAR LA DISTÀNCIA, PERÒ SÍ LA PROXIMITAT.

ELS MERCATS.

Sense mobilitat no hi ha turisme.



La recuperació vindrà determinada per la distància i la proximitat que determinarà 2 nivells de mercats eissors a tenir en compte.

MERCATS VEÏNS

Mercats geogràficament ubicats a una distància no superior a les 4h de viatge en transport propi: cotxe, moto, etc.

MERCATS PROPERS

Mercats amb vincles històrics i tradició de mobilitat turística amb la nostra destinació.

MERCATS VEÏNS
Catalunya, Aragó, sud de França, Andorra, País Valencià, País Basc, Navarra, La Rioja i Madrid.

repttes

MERCATS PROPERS
España, Regne Unit, França, Benelux, Alemania, Rússia i països de l'est d'Europa.

repttes

EL TARGET.

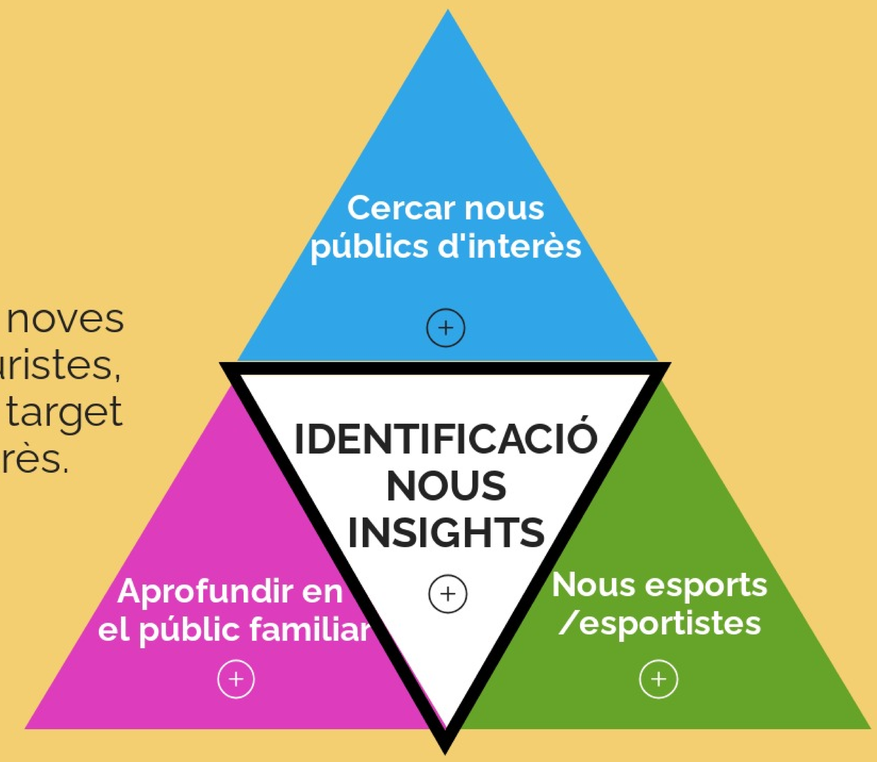
APROFUNDIR EN LA DIVERSITAT.

EL TARGET.

conèixer per convèncer.

Davant la limitació dels mercats, aprofundim en els segments.

Partint de la identificació de les noves inquietuds i motivacions dels turistes, explorar la diversitat del nostre target i cercar nous segments d'interès.



EL TARGET.

nous insights i segments

NOVES REALITATS FAMILIARS

Salou va ser pionera a Catalunya treballant el segment famílies amb un oferta molt preparada i una certificació que la reconeixia.

Avui, 18 anys després, hem d'aprofitar l'experiència adquirida per tornar a liderar aquest segment, detectant les noves realitats i les noves necessitats.

repttes

GAUDIR LA COMPETICIÓ

Entenem l'esport com el principal element desestacionalitzador.
Ampliem el concepte tradicional d'esport i l'obrim a les noves tendències.

Creem el millor context per gaudir de les competicions, des de la pràctica a l'espectacle.

repttes

LES ALIANÇES.

EL COMPROMÍS COMÚ COM A CLAU DEL DESENVOLUPAMENT.

LES ALIANÇES.

Indis-pensa-bles

La complicitat més enllà del discurs.

La unitat d'acció com a metodologia indispensable en el treball de gestió de la destinació:

- Dotant de solidesa l'estratègia
- Convertint knowhow en avantatge
- Fent les accions més eficients
- Aportant credibilitat al missatge

Fem una identificació pròpia de les nostres aliances:

Aliançes push

institucions o infrastructures amb influència estratègica sobre la nostra activitat.

Aliançes pull

empreses o institucions amb criteris de promoció compartits.

LES ALIANÇES.

Push.
De soport a l'activitat

AEROPORT DE REUS

repttes

AMT Sol y Playa
Alianza de Municipios Turísticos

repttes

UNIVERSITAT ROVIRA i VIRGILI

repttes

COMPLEX ESPORTIU FUTBOLSALOU

CLUB NÁUTIC SALOU 50 anys

LUMINE GOLF CLUB

repttes

Destino Turístico Inteligente

repttes

Ajuntament de Salou

repttes

LES ALIANÇES.

Pull.
de promoció
conjunta

COSTA DAURADA

repttes

FEHT
FEDERACIÓ EMPRESARIAL DE TURISME DE TARRAGONA

repttes

PortAventura WORLD

repttes

CATALUNYA Platja en Família

CATALUNYA Turisme Esportiu

repttes

Cambrils · Reus
Salou · Vila-seca
La Pineda platja

repttes

NAUTIC parc
COSTA DAURADA I TERRES DE L'EBRE

repttes

EL MISSATGE DE PROMOCIÓ.

LA CONFIANÇA QUE DÓNA LA EXPERIÈNCIA.

EL MISSATGE DE PROMOCIÓ.

la seguretat
comença
en nosaltres.

El lideratge com a garantia de confiança.

Destacar la **maduresa i la experiència que ens avalen**.

La nostra principal garantia és **ser qui som**.

Potenciar l'excel·lència com a sinònim de seguretat.

SALOU, MILLOR QUE MAI.

Un missatge vigent amb un nou look and feel

SALOU

Salou, millor que mai

MISSATGE VIGENT

Transmet confiaça, experiència, seguretat, qualitat, solidesa, i excel·lència.

NOU LOOK & FEEL

Recuperar poc a poc la essència vitalista que ens identifica, emplaçant a comunicacions més específiques el missatge més relaxant i natural.

CARACTERÍSTIQUES DE LA CAMPANYA.

- Diversificar accions i fer-les més selectives.
- Potenciar suports i contexts diferencials
- + Publicity - Publicitat
- Aprofitar versatilitat de l'ecosistema digital
- La proximitat permet fidelització

IMPROVEitzar.

Adaptar-nos per millorar.

El 2021 seguirà plantejant desafiaments nous, inesperats, imprevisibles i canviants.
Hem d'estar preparats per actuar sense partitura i oferir igualment un bon resultat.

REPTTES

la fórmula.

L'equilibri
que ens permetrà
desenvolupar-nos.

1

SOSTENIBLE

Respectuós amb l'entorn i pensant en el desenvolupament

2

ACCESSIBLE

Pensat per a les persones i tenint en compte les diversitats funcionals

3

ALINEAT

Amb els programes pilars.

4

INNOVADOR

Que aporti una solució diferent sent igualment efectiva-

GRÀCIES.