

# Competitivitat i diversificació econòmica del territori de la MIDIT: **reinventant el futur**

[document executiu]



## MIDIT2020 PLA ESTRATÈGIC



Aquest projecte està subvencionat pel SOC, pel Servicio Público de Empleo Estatal i el Fons Social Europeu, d'acord amb el Programa d'ajuts a Projectes Innovadors i Experimentals,

regulat per l' ORDRE EMO/280/2013, de 6 de novembre

## L'ESTUDI

L'estudi *Competitivitat i diversificació econòmica del territori de la MIDIT: reinventant el futur* ha estat elaborat per l'Institut de Recerca en Turisme (INSETUR) de la Universitat de Girona, fruit d'un encàrrec de la Mancomunitat d'Iniciatives pel Desenvolupament Integral del Territori (MIDIT) dels Municipis de Vandellòs i L'Hospitalet de l'Infant, Tivissa i Pratsdip l'any 2014.

El projecte està dirigit per la Dra. Konstantina Zerva, experta en màrqueting i consum. L'equip d'investigadors s'integra pels següents investigadors: Dra. Sílvia Aulet, Dr. Dani Blasco, Sra. Sara Forgas, Dr. Lluís Mundet i Dra. Saida Palou.

El presnet estudi té com a objectiu principal l'elaboració d'una proposta concreta i definida de productes turístics per tal de fomentar el desenvolupament turístic dels municipis que integren la MIDIT. La definició de productes es realitza atenent a les realitats i potencialitats del territori; la implementació d'aquests productes i l'èxit dels seus resultats depèn, en gran mesura, de l'impuls i cohesió dels agents del territori.

Prèvia a la definició dels productes, es realitza una anàlisi i diagnosi de la situació turística del territori de la MIDIT, per tal d'avaluar l'estat dels recursos i les seves potencialitats, els interessos dels agents i les dinàmiques territorials i sectorials que caracteritzen el conjunt de municipis de la MIDIT. La proposta de productes personalitzats, element central de l'estudi, és precedida per una proposta de pla de comunicació i comercialització d'aquests productes així com d'un breu llistat de suggeriments que han d'afavorir la seva execució i per efecte el desenvolupament turístic del territori.



## L'ANÀLISI I DIAGNOSI

Per a l'anàlisi de la situació turística de les Terres de Mestral es porten a terme un conjunt d'accions que permeten valorar els principals aspectes crítics i temes claus del turisme:

- ✓ Sessions de Focus Groups amb una trentena de participants
- ✓ Entrevistes individualitzades als agents clau del territori
- ✓ Visites al territori
- ✓ Benchmarking
- ✓ Mystery shopper a les oficines turístiques
- ✓ Reunions de seguiment amb la MIDIT

Conseqüentment, es perfila una diagnosi que inclou punts crítics i fortaleeses:

- ✓ Territori amb escassa visibilitat turística
- ✓ Cohesió territorial dèbil
- ✓ Percepció del recurs nuclear com a amenaça
- ✓ Escassa especialització i promoció estratègica
- ✓ Avantatges comparatives, no competitives
- ✓ Diversitat i qualitat de recursos
- ✓ Possibilitat de multi producte
- ✓ Agents amb gran interès i predisposició
- ✓ Bones comunicacions amb els mercats de proximitat
- ✓ Possibilitat de gestió per esdevenir referent competitiu

## PRODUCTE PERSONALITZAT

Terres de Mestral és un territori on un turista troba un significatiu ventall d'activitats culturals, esportives, gastronòmiques, enològiques i educatives. Tanmateix, manca dinamisme i visibilització d'aquests recursos, fet que dificulta l'atracció de visitants i la generació d'activitat turística. No obstant això, la combinació de diverses d'aquestes categories, en base a tres o quatre paquets de productes turístics, pot constituir una notable oportunitat per a la millora competitiva del territori.

L'estratègia de personalització, especialment avui dia que els turistes busquen opcions menys massives, esdevé central en la majoria d'indústries, incloent la del turisme, que s'enfoca més a la creació i manteniment de relacions personals amb els clients. Concretament, intenta satisfer els gustos i necessitats dels clients de forma individual i personalitzada, amb costos i eficiència similars als de producció massiva, augmentant la seva capacitat de resposta. La personalització tracta de promoure una oferta de producte únic per a cada client. A diferència de la comercialització massiva, que se centra a la audiència en total, el màrqueting personalitzat és dirigeix a cada client en particular. A la pràctica, la possibilitat de personalitzar depèn de la disponibilitat de la informació. Per tant, el màrqueting personalitzat és més eficaç amb els consumidors que es senten més còmodes amb l'intercanvi d'informació. Dins d'aquest context, i tenint en compte les diferents categories d'activitats que s'ofereixen a les Terres de Mestral, es proposen quatre tipus de paquets de productes:

- ✓ Cultura/gastronomia/enologia
- ✓ Esports/cultura
- ✓ Cultura/educació-energia
- ✓ Gastronomia/enologia/esports

Aquests paquets de productes turístics representen unes combinacions fixes de categories d'activitats (per exemple, cultura, gastronomia i enologia) però dins de cada paquet es recomana l'oferta de diverses possibilitats que ofereixen cadascuna d'elles, creant al final uns paquets de la mateixa temàtica però amb diverses opcions per al turista. Això té com a resultat uns productes flexibles i dinàmics.

## 1. Cultura/gastronomia/enologia

- **Nom:** “Amb denominació d’origen”
- **Durada:** 2-3 dies
- **Tipologia:** Turisme gastronòmic, Enoturisme, Turisme Educatiu, Turisme d’experiència, Turisme Cultural
- **Objectiu:** descobrir els productes de la terra, tant aquells que compten amb denominació d’origen com aquells més arrelats en el territori, juntament amb la descoberta del paisatge i el patrimoni intangible
- **Característiques:** Dues denominacions d’origen de vins, paisatges culturals, productes de la terra i agrobotigues, bones infraestructures d’allotjament, acompanyat d’excel·lents restaurants. Oportunitat de realitzar visites als cellers, de degustar productes i de complementar amb altres activitats culturals i tallers relacionats amb la gastronomia
- **Valor:** Consum de la destinació, generació de riquesa al territori, internacionalització de la zona, reconeixement, posicionament...
- **Estada:** Figuerola Resort & Spa (Vandellòs), o a l’Alberg de Tivissa, segons pressupost.



**Producte:**

El producte proposat és un producte que combini gastronomia, cultura i enologia, en la línia dels productes, per això és necessari que hi hagi una bona coordinació entre els diferents agents i prestataris de serveis de la destinació.

L'objectiu és poder crear un ventall amb diferents productes per tal de posar en valor els recursos culturals i gastronòmics de la destinació. Altres objectius són descobrir els productes de la terra, tant aquells que compten amb denominació d'origen com aquells més arrelats en el territori, juntament amb la descoberta del paisatge i el patrimoni intangible.

Aquest tipus de paquet es pot oferir, amb algunes modificacions / adaptacions, a diferents perfils de visitants: amants del vi, parelles, grups, famílies, empreses, professionals del vi, etc. La durada proposada és de 2 dies (1 nit) però amb l'opció de poder ampliar-se amb 1 nit més afegint altres activitats. Una proposta de nom podria ser «Amb denominació d'origen» i encara que s'englobi dins les propostes de turisme gastronòmic i cultural, també pot incloure's sota les etiquetes de enoturisme, turisme educatiu i turisme experiencial.

Una de les característiques o element diferenciador és el fet que en el territori de les Terres de Mestral hi ha dues DO, que es combinen amb paisatges culturals, productes de la terra i agrobotigues, bones infraestructures d'allotjament, acompanyat d'excel·lents restaurants. S'ofereix l'oportunitat de realitzar visites als cellers, de degustar productes i de complementar amb altres activitats culturals i tallers relacionats amb la gastronomia.

**A. Versió 1**

- Dissabte matí: visita al celler Aibar 1985 de la DO Montsant (3 hores). Preu de la visita 10€ (3 hores)
- Dissabte tarda: Visita al poblat iber del Castellet de Banyoles i a Tivissa (cal concertar el guia i el preu)
- Dissabte nit: Sopar amb maridatge



- Diumenge matí: visita al celler Serra de Llaberia (DO Tarragona). (Cal concertar visita i el preu)
- Diumenge tarda: Museu de l'Oli (cal concertar visita). Preu: 2€

### B. Versió 2

- Dissabte matí: visita al celler Aibar 1985 de la DO Montsant (3 hores). Preu de la visita 10€ (3 hores)
- Dissabte tarda: Visita Camí de l'aigua i el batre (2 hores). Preu: 10€
- Dissabte nit: Sopar amb maridatge
- Diumenge matí: visita al celler Serra de Llaberia (DO Tarragona). (Cal concertar visita i el preu)
- Diumenge tarda: Visita a una agrobotiga (Pratdip, Vandellòs, La serra d'Almos o Tivissa) o una cooperativa agrícola

### C. Versió 3

- Dissabte matí: visita al celler Aibar 1985 de la DO Montsant (3 hores). Preu de la visita 10€
- Dissabte tarda: Visita dels íbers fins a la mar (3h 30min). Preu de la visita: 10€
- Dissabte nit: Sopar amb maridatge
- Diumenge matí: Visita al Museu de l'Oli (concertar visita). Preu: 2€
- Diumenge tarda: Visita al santuari de Santa Marina

Els cellers es poden modificar entre els altres cellers de la destinació. Les activitats de la tarda es poden combinar / modificar per altres activitats relacionades amb esports d'aventura, per exemple. Si hi ha empreses interessades, com per exemple Deviteca, es poden proposar tallers amb temàtiques com “la clotxa” o “el coc de cireres”.

### Activitats puntuals que es poden afegir segons els dates:

- Festa de l'oli, Vandellòs, mes de gener
- Jornades Gastronòmiques de la Tonyina, l'Hospitalet de l'Infant, abril i maig
- Fira de la Cervesa Artesana, Pratdip, finals de juny
- Fira dels fruits de la terra, l'Hospitalet de l'Infant, principis de juliol
- Processó marinera de la Festa del Carme, l'Hospitalet de l'Infant, 16 de juliol
- Mercat Medieval, l'Hospitalet de l'Infant, 11 de setembre



- Pratedip Llegendari – Mercat Medieval, Pratedip, 1 i 2 de novembre
- Jornades Culturals, Vandellòs, novembre-desembre

## 2. Esports/cultura

### CURT TERMINI

**Nom:** “Mar i Muntanya”

**Durada:** 3 dies

**Tipologia:** Turisme esportiu, Turisme Cultural, Turisme Gastronòmic

**Objectiu:** Aprofitar la gran varietat d 'infraestructures esportives relacionats amb activitats de mar i de muntanya dintre del territori, i motivar els turistes de visitar el interior de les Terres de Mestral aprofitant el seu coneixement del mar.

**Característiques:** Consisteix en oferir un cap de setmana amb allotjament i manutenció inclosos, per a la pràctica de 3 activitats de turisme actiu i esportiu.

**Valor:** Consum de la destinació, generació de riquesa al territori, ser destinació esportiva consolidada, internacionalització de la zona, aeroport de Barcelona...

**Estada:** Hotel Sancho o Hotel Meridià Mar, ambdós a l'Hospitalet de l'Infant.







### Productes:

#### Versió 1 (nivell baix, producte per tot el any excepte desembre i gener)

- Divendres tarda: “Com era la costa catalana?” 2 hores (preu 10€)
- Dissabte matí: activitat de mar: Snorkel – Bateig de busseig
- Dissabte tarda: Caiac, 1 hora
- Diumenge matí: activitat de terra: Ruta guiada de BTT

#### Versió 2 (nivell baix-mig, producte per tot el any excepte desembre i gener)

- Divendres tarda: “Dels íbers fins a la mar” 3 hores i 30min (12€)
- Dissabte matí: activitat de terra: Senderisme
- Dissabte tarda: activitat de mar: Caiac, 1 hora
- Diumenge matí: activitat de terra: Ruta guiada de BTT

#### Versió 3 (nivell baix-mig, producte per tot el any excepte desembre i gener)

- Divendres tarda: Korfbol o Flag
- Dissabte matí: Activitats de mar: Snorkel – Bateig de busseig
- Dissabte tarda: Caiac, 1 hora
- Diumenge matí: Activitats de terra: Senderisme

- Diumenge tarda: “Dels íbers fins a la mar” 3 hores i 30 min, (preu 12€)

## LLARG TERMINI

*Proposta quan hi han les instal·lacions adequades i quan les Terres de Mestral han creat una marca esportiva forta.*

- **Nom:** “Stage i Creació d’esdeveniments amb Turisme Cultural”
- **Durada:** 1-2 setmanes
- **Tipologia:** Turisme esportiu, Turisme Cultural, Turisme Gastronòmic, Turisme Enològic
- **Objectiu:** Aprofitar la gran quantitat i qualitat d’infraestructures i condicions climatològiques favorables per a l’estada d’esportistes amateurs, semi-professionals i professionals a la destinació.
- **Característiques:** Instal·lacions esportives prop de la zona d’allotjament, envoltat per un paratge únic que els permeti descansar, a més, de consumir altres tipologies turístiques.
- **Valor:** Consum de la destinació, generació de riquesa al territori, ser destinació esportiva consolidada, internacionalització de la zona, aeroport de Barcelona...
- **Estada:** Residència Esportiva – Alberg Aster i Hotel Meridià Mar, ambdós a l’Hospitalet de l’Infant.

## Producte:

- Dia 1:
  - o Matí: Arribada a l’Hospitalet de l’Infant. Recepció del club i presentació de l’Alberg. Temps lliure per poder relaxar-se.
  - o Tarda: Entrenament a les instal·lacions esportives municipals (els dies d’Stage estaran reservades pel seu ús exclusiu)
- Dia 2: Entrenament a les instal·lacions esportives.
- Dia 3:
  - o Matí: Entrenament a les instal·lacions esportives.
  - o Tarda: lliure: Alguns jugadors decideixen anar a fer Caiac a la platja de l’Hospitalet de l’Infant i d’altres es relaxen passejant per la zona. L’alberg s’encarrega de fer la gestió de reserva.
- Dia 4:
  - o Matí: Entrenament a les instal·lacions esportives.



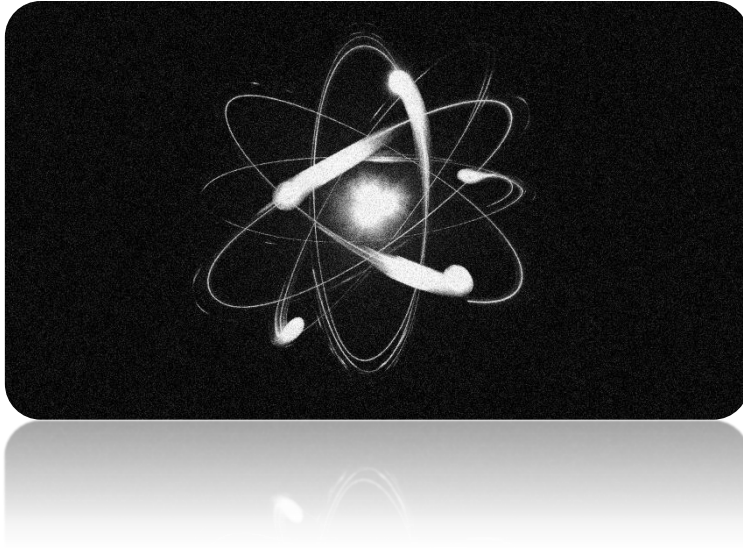
- Tarda: Sessió física d'entrenament a la platja de l'Hospitalet de l'infant.
- Dia 5:
  - Matí: Agafen les bicicletes BTT i van a fer una ruta per la muntanya on podran conèixer la zona gaudint d'uns paratges únics. L'alberg és qui gestiona la reserva.
  - Tarda: Lliure. Els jugadors i equip tècnic precisen alguna activitat de relax. L'Alberg els hi gestiona un volt amb veler per poder conèixer la zona des d'una altre perspectiva.
- Dia 6: Entrenament a les instal·lacions esportives.
- Dia 7: Lliure. L'alberg ofereix 2 propostes:
  - Proposta 1:
    - Matí: Activitats nàutiques (Caiac)
    - Migdia: Reserva a algun restaurant prop de la zona
    - Tarda: Ruta guiada de Senderisme per la zona
  - Proposta 2:
    - Matí: Lloguer del pavelló municipal per poder fer un partit de Korfbol
    - Migdia: Reserva a un restaurant (També poden anar a l'Alberg)
    - Tarda: Lloguer de Veler a la platja de l'Hospitalet de l'Infant
- Dia 8:
  - Matí: Sessió física d'entrenament a la platja de l'Hospitalet de l'infant.
  - Tarda: Entrenament a les instal·lacions esportives.
- Dia 9:
  - Matí: Entrenament a les instal·lacions esportives.
  - Tarda: Sessió lúdica d'entrenament a la platja de l'Hospitalet de l'Infant, on faran un partit de futbol platja entre els jugadors.
- Dia 10:
  - Matí: Entrenament a les instal·lacions esportives.
  - Tarda: Lliure. Possible visita a les instal·lacions esportives del Futbol Club Barcelona (Estadi i Museu). La gestió de la mobilitat es portada per l'Alberg.
- Dia 11:
  - Matí: Sessió d'entrenament físic per la muntanya de la zona (senderisme).
  - Tarda: Sessió de recuperació a les instal·lacions esportives municipals.
- Dia 12: Lliure. L'alberg ofereix 2 propostes:
  - Proposta 1:
    - Matí: Activitat de Caiac
    - Migdia: Reserva a algun restaurant prop de la zona

- Tarda: Ruta guiada de BTT (diferent a la prèviament realitzada)
- Proposta 2:
  - Matí: Visita guiada per conèixer la resta del territori de les Terres de Mestral (Pratdip, Vandellòs i Tivissa)
  - Migdia: Reserva a un restaurant de la zona.
  - Tarda: Activitat de Caiac
- Dia 13: Sortida cap a l'aeroport.

Finalment, aquí ens referim al potencial derivat del turisme generat entorn a esports federats, i també als turistes que practiquen de forma amateur algun esport. El veiem a llarg termini perquè requereix d'un treball previ per a què la destinació agafi una reputació en aquest sentit. Es tractaria d'organitzar campionats o esdeveniments, i també d'oferir productes pensats en forma d'stages de clubs federats. Un exemple seria la creació d'un esdeveniment que es podria dir 'Cap de setmana d'esports a las Terres de Mestral', en temporada baixa, i adreçat especialment als habitants del territori i de l'entorn més immediat, per invitar-los a conèixer el potencial del territori a preus més reduïts (similar a experiències com el Girona 10).

### 3. Cultura/educació-energia

- **Nom:** "Del passat al present"
- **Durada:** 3 dies
- **Tipologia:** Turisme nuclear, Turisme Educatiu, Turisme Industrial, Turisme d'experiència, Turisme Cultural
- **Objectiu:** Descobrir la coexistència de dues realitats (medi ambient/indústria) i dos temps (passat/present) en el mateix lloc, ensenyar la convivència entre naturalesa i ésser humà
- **Característiques:** Central nuclear amb visites guiades, Bones infraestructures d'allotjament, acompanyat d'excel·lents restaurants. Oportunitat de realitzar visites i de complementar amb altres activitats esportives i gastronòmiques
- **Valor:** Consum de la destinació, generació de riquesa al territori, internacionalització de la zona, reconeixement, posicionament...
- **Estada:** Figuerola Resort & Spa (Vandellòs)



El paquet recomanat s'anomena "del passat al present", i té com a objectiu el descobriment de la coexistència de dues realitats (medi ambient/indústria) i dos temps (passat/present) en el mateix lloc (Terres de Mestral), ensenyant la convivència d'èxit entre naturalesa i ésser humà. La durada del paquet són tres dies, de divendres a la tarda a diumenge a la tarda. Els turistes que trïin aquest paquet coneixeran oficis antics que es realitzaven al territori fa molts anys, costums tradicionals, visites a pobles abandonats, on la naturalesa i la tranquil·litat dominen, i visites guiades on rebran explicacions de com era la vida abans de l'era industrial, fent a continuació un pas al present amb la visita a Vandellòs i al Centre Tecnològic Mestral.

Les característiques concretes del producte són les següents:

- Central nuclear amb visites guiades,
- Bones infraestructures d'allotjament, acompanyat d'excel·lents restaurants,
- Oportunitat de realitzar visites i de complementar amb altres activitats esportives i gastronòmiques.

El valor d'aquest producte s'enfoca al coneixement històric de la destinació, al reconeixement de la seva riquesa, i la visualització de la coexistència respectada entre energia, història i medi ambient. Les diverses tipologies del turista que poden ser interessades per aquest paquet són: turisme nuclear, turisme educatiu, turisme industrial, turisme d'experiència, turisme cultural.

**Productes seleccionats per les diverses combinacions del paquet “del Passat al Present”:**

- Central Nuclear Vandellòs I
- Estació fotovoltaica
- Vandellòs pas a pas
- Museu de l'oli
- Centre d'Interpretació de la Serra de Llaberia
- Des dels ibers fins a la mar
- L'Hospitalet de l'Infant Pere
- Com era la costa catalana?
- Castelló, on el passat reviu
- Masia de Castelló
- Camí de l'aigua i del batre
- Museu del Bast

**Producte permanent:**

**A. Versió 1**

- Dissabte matí: Visita a la Central Nuclear Vandellòs I (3 hores), entrada gratis
- Dissabte tarda: Visita Museu de l'oli, entrada 2€
- Diumenge matí: Estació fotovoltaica i Centre d'interpretació de la Serra de Llaberia
- Diumenge tarda: Museu del Bast

**B. Versió 2**

- Dissabte matí: Visita a la Central Nuclear Vandellòs I (3 hores), entrada gratis
- Dissabte tarda: Visita amb “Vandellòs pas a pas”
- Diumenge mati: “Castelló on el passat reviu”



### C. Versió 3

- Divendres tarda: Visita a la Central Nuclear Vandellòs I (3 hores), entrada gratis
- Dissabte mati: “Com era la costa catalana?” (2 hores), preu 10€
- Dissabte tarda: L’Hospitalet de l’Infant
- Diumenge matí: “Camí de l’aigua i de batre” (2 hores), preu 10€

### Activitats puntuals que es poden afegir a paquets especials segons dades concretes durant l’any:

- 27, 28 i 29 de desembre, “Pessebre del Estels”
- Primer cap de setmana de desembre, Fira de Nadal
- 11 de setembre, Mercat Medieval.

## 4. Gastronomia/enologia/esports

- **Nom:** “Experiència eno-gastronòmica i de Turisme Actiu”
- **Durada:** 3-4 dies
- **Tipologia:** Turisme enològic, Turisme gastronòmic, Turisme esportiu, Turisme d’experiència...
- **Objectiu:** Fer una estada en el territori gaudint de forma integral dels diversos atractius que aquest ofereix, de forma combinada.
- **Característiques:** Bones infraestructures d’allotjament, acompanyat d’excel·lents restaurants. A més, situat prop de vinyes per veure tradicionalment la posta en valor del vi. Oferta d’oci esportiu especialitzat com a atractiu complementari .
- **Valor:** Consum del destinació, generació de riquesa al territori, ser destinació esportiva consolidada, internacionalització de la zona, reconeixement enològic, aeroport de Barcelona...
- **Estada:** Figuerola Resort & Spa (Vandellòs), Hotel Meridià Mar (L’Hospitalet de l’Infant), Càmping La Margarita (L’Hospitalet de l’Infant) o Residència Esportiva – Alberg Àster.



**Producte:**

- Dia 1:
  - Matí: Visita a les agrobotigues de Tivissa, Pratsdip i Vandellòs
  - Dinar al restaurant “Sal Grossa”
  - Tarda: Visita guiada al Museu de l’Oli i a l’espai gastronòmic “Deviteca”
- Dia 2: Coneixement de les DO
  - Matí: Visita al celler “Serra de Llaberia”. Visita i tast de vi al celler Joan d’Anguera.
  - Dinar al restaurant “El Rebot de la Nuri”
  - Tarda: Visita al celler “Aibar 1985”
- Dia 3:
  - Matí: Visita a la Cooperativa Agrícola “Serra d’Almos”
  - Dinar al bar – restaurant “Missamaroi” a Tivissa
  - Tarda: Activitats de Caiac i Snorkel – Bateig de Busseig amb llanternes a la platja de l’Hospitalet de l’Infant
- Dia 4: Compra de productes típics a les agrobotigues. Tornada a casa.



### Activitats seleccionats per la creació de diferents paquets turístics esportius

En aquest apartat ens referim a productes als quals se'ls pot donar la volta afegint un component de novetat que els singularitzi respecte de la competència i els converteixi en una experiència diferent pels turistes. Poden formar part dels packs que hem proposat abans, però també es poden vendre per si sols com a productes/experiències aïllades per experiències turístiques de dos tres dies. Per exemple:

- Excursió en caiac i degustació de moscatell en algun dels indrets visitats durant l'excursió
- Senderisme / BTT /excursió en cavall entre les vinyes
- Descoberta als esports que requereixen una embarcació amb motor, com l'esquí nàutic o la moto d'aigua. En molts d'aquests esports es requereixen permisos i carnets especials, cosa que pot ser una oportunitat per a la destinació si es creen escoles per a treure's aquests permisos i carnets.
- Creació d'un esdeveniment com ara el 'Mercat de segona mà dels esports d'aigua'.

## PLA DE COMUNICACIÓ I COMERCIALIZACIÓ

A fi de donar a conèixer les noves combinacions del producte de les Terres del Mestral, serà necessari visibilitzar les propostes a través dels diferents portals institucionals i de turisme de la regió, que hauran de facilitar la comercialització turística del territori:

Es considera que cal dur a terme un seguit d'accions. Es tracta d'estratègies que suposen una inversió econòmica inicial important, però si es desenvolupen adientment, a la llarga suposen un creixement per a tot el sector:

- ✓ Oferir amb una freqüència mensual diversos dels quatre productes proposats amb algú tipus de descompte per pàgines de compra d'oci com a Groupalia, Groupon, LetsBonus etc. L'objectiu en aquest cas no és tenir un benefici econòmic en principi, sinó fer conèixer la nova destinació turística per canals de distribució que els turistes que busquin escapades de dos tres dies, consultin. Un cop s'ha creat una demanda més notable es pot comercialitzar per canals tradicionals, sense descomptes.

- √ Ús dinàmic de xarxes socials: La creació de concursos mitjançant les xarxes socials més importants, per exemple, Facebook, Pinterest o Instagram, on els turistes poden exposar les seves fotos del últim viatge que van fer a les Terres de Mestral i les millores tres fotos guanyen un descompte per la propera visita al territori pels o algun amic del concursant. D'aquesta manera els participants als concursos donen a conèixer les activitats als seus seguidors i més gent pot visitar el territori.
  
- √ Incentius dinàmics d'intercanviar material/comentaris online: Creació de blogs especialitzats sota la marca "Terres de Mestral" per tipologies turístiques. Per altra banda, actualment el territori de las Terres de Mestral atrau públic familiar, esportiu i de proximitat. Si volem continuar amb aquest target, una bona estratègia de comunicació per atraure famílies i esportistes és organitzar fam-trips per a bloggers d'aquests dos sectors. Inicialment serien bloggers catalans i espanyols de renom, amb molts seguidors, als que caldria convidar a fer una estada al territori amb la condició que parlessin d'aquest.
  
- √ Visualització del territori: Un dels objectius més importants de les Terres de Mestral és que els turistes el territori es quedin dintre del territori durant tota o com a mínim una gran part de la seva visita. No obstant això, un turista no sap les fronteres del territori i no és recomanable posar-li limitacions de mobilitat. Tenint aquesta situació en compte i l'objectiu de les Terres de Mestral, és imprescindible que els turistes quan escollin els productes que volen consumir, que poden visualitzar-los sobre un mapa, per acostumar-se que la combinació dels productes que s'ofereixen es localitzen en aquest territori. Evidentment, el turista pot fer més activitats fora del territori (que no s'ofereixen en els paquets recomanats), però que torni després a pernoctar dintre del territori. L'aportació d'aquesta visualització és que el turista potencial pot estar conscient de la variació d'activitats que estan localitzats dintre de les Terres de Mestral i pels dies que està fent la visita, pot escollir fer tot el que estigui en la seva proximitat més directa i obvia. Aquest mapa s'ha de ser present tant per la pàgina web on es poden comprar els paquets dels productes com per qualsevol plataforma online on es comercialitzen els productes.

## SUGGERIMENTS I PROPOSTES DE MILLORA

- ✓ Formació turística especialitzada dirigida als agents del sector
- ✓ Destination training
- ✓ Participació de Terres de Mestral com a marca en fires de Turisme
- ✓ Visites a atraccions turístiques especialitzades (fam trips) – cas de turisme nuclear (Un fam-trip per any)
- ✓ Millorar l'accessibilitat dels serveis turístics i de l'oferta comercial, lúdica i cultural
- ✓ Millorar les connexions entre els diferents nuclis i nodes turístics
- ✓ Ampliació de les infraestructures turístiques

## INSTITUT SUPERIOR D'ESTUDIS TURÍSTICS (INSETUR)

konstantina.zerva@udg.edu | dani.blasco@udg.edu

sec.insetur@udg.edu | ja.donaire@udg.edu

(34) 972 41 95 12 | @UdGturisme | e-mta.eu

Campus d'Excel·lència Euromediterrani del Turisme i l'Aigua

Facultat de Turisme - Universitat de Girona

