



PLA DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DEL MODEL TURÍSTIC DE LA MIDIT (2024-2026)

FASE 3.- PLA D'ACTUACIONS

Octubre 2023



"Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc del Programa de projectes innovadors i experimentals"



TOURISLAB[®]
innovació i estratègia turística



Projecte

Pla de promoció i comercialització del model turístic de la MIDIT

Promotor

Mancomunitat d'iniciatives pel desenvolupament integral del territori de Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, Tivissa i Pratdip

Finançament

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc del Programa de projectes innovadors i experimentals

Redacció

Tourislab, Innovació i dinamització turística SLU

Equip de treball

David Esteller, Direcció tècnica

Laura Rubia, Assistència tècnica





PLA DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DEL MODEL TURÍSTIC DE LA MIDIT.

Fases de treball



FASE 1.- ANÀLISI DE LES ESTRATÈGIES DE MÀRQUETING ACTUALS

Fase 1.1:
Anàlisi de branding

Fase 1.2:
Anàlisi pàgina web i
xarxes socials

Fase 1.3:
Anàlisi material
divulgatiu

Fase 1.4:
Anàlisi Promoció i
Comercialització

Fase 1.5:
Tendències de l'oferta
i la demanda

Fase 1.6:
Millors pràctiques -
benchmark

Fase 1.7:
Conclusions diagnòstic



FASE 2.- PLANTEJAMENT ESTRATÈGIC

Fase 2.1.- Reptes estratègics del màrqueting de la
destinació

Fase 2.2.- Missió i visió

Fase 2.3.- Objectius qualitatius

Fase 2.4.-
Estratègia de posicionament
i branding

Fase 2.5.-
Estratègia de producte

Fase 2.6.-
Estratègia de mercat

Fase 2.7.-
Estratègia de Producte/
Mercat/ Segments

Fase 2.8.-
Estratègia de canals de
promoció



FASE 3.- PLA D'ACTUACIONS A CURT I MIG TERMINI



PROGRAMES OPERATIUS D'ACTUACIONS

1

**PROGRAMA 1: COMUNICACIÓ,
POSICIONAMENT I BRANDING**

2

**PROGRAMA 2: COMPETITIVITAT I NOUS
PRODUCTES TURÍSTICS**

3

**PROGRAMA 3: PROMOCIÓ I SUPORT A LA
COMERCIALITZACIÓ**



PROGRAMA 1. COMUNICACIÓ, POSICIONAMENT I BRANDING	
1	RETYLING DE LA MARCA TERRES DE MESTRAL
2	DEFINIR L'ARQUITECTURA DE MARQUES I SUBMARQUES DE L'OUTDOOR PARK
3	CREACIÓ MARCA GRAN TOUR DE CICLOTURISME BTT CAMÍ DE MESTRAL
4	DESPLEGAMENT DE LA NOVA ESTRATÈGIA DE BRANDING (DESTINACIÓ, OUTDOOR I CAMÍ MESTRAL)
5	COL·LABORACIÓ AMB LES DESTINACIONS DE LA MIDIT PER VISUALITZAR EL BRANDING
6	PLA DE SENYALITZACIÓ AMB EL BRANDING OUTDOOR PARK
7	DONAR A CONÈIXER LA MARCA AL SECTOR PROFESSIONAL (ACT, DIPUTACIÓ DE TARRAGONA...)
8	RELAT VINCULAT AL NOU POSICIONAMENT I VALORS DE LA DESTINACIÓ
9	DECÀLEG AMB RAONS PER VISITAR LES TERRES DE MESTRAL I L'OUTDOOR PARK
10	CONTINGUTS DE POSICIONAMENT DE LES TERRES DE MESTRAL COM A DESTINACIÓ FAMILIAR
11	CONTINGUTS VINCULATS ALS ESPAIS NATURALS PROTEGITS I A VALORS DE SOSTENIBILITAT
12	EDICIÓ D'UN BANC D'IMATGES SEGMENTAT PER PERFIL DE VIATGER



PROGRAMA 1. COMUNICACIÓ, POSICIONAMENT I BRANDING	
13	VÍDEO DE POSICIONAMENT OUTDOOR PARK
14	DISSENY DE CREATIVITATS PER TEMÀTIQUES I PERFILS
15	CAMPANYA DE COMUNICACIÓ DE POSICIONAMENT
16	PRODUCCIÓ DE MARXANDATGE OUTDOOR PARK



PROGRAMA 1: Comunicació, posicionament i branding				
ACTUACIÓ 1: RESTYLING MARCA TERRES DE MESTRAL				
PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024	
DESCRIPCIÓ				
Es proposa renovar la marca Terres de Mestral de forma que s'adeqüi al nou posicionament de la destinació, permeti atreure els públics objectius definits en l'estratègia turística i s'adapti a les noves tendències. Es treballarà el restyling de la marca paral·lelament a la creació de la marca Outdoor Park perquè vagin totalment alineades i es puguin combinar sense cap mena de problema.				
SEGMENT			MERCAT	
■ -			■ -	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
2.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 1: Comunicació, posicionament i branding				
ACTUACIÓ 2: DEFINIR L'ARQUITECTURA DE MARQUES I SUBMARQUES DE L'OUTDOOR PARK				
PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024	
DESCRIPCIÓ				
Creació de la marca “Terres de Mestral, Outdoor Park de la Costa Daurada” per comunicar tota l’oferta de turisme actiu i esportiu de mar i muntanya de la destinació. Definir també una arquitectura de submarques vinculades als quatre pilars temàtics al voltant dels quals s’estructurarà l’Outdoor Park: Nàutic Park, Bike land, Senderisme temàtic del mar a la muntanya i escalada/vies ferrades.				
SEGMENT			MERCAT	
■ -			■ -	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
2.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMES OPERATIUS. Pla d'accions



TOURISLAB[®]
innovació i estratègia turística

EXEMPLE MARQUES I SUBMARQUES PER PRODUCTE



100%/ot

100%/ot
Natural

100%/ot
Gastronòmic

100%/ot
Cultural

100%/ot
Comercial

100%/ot
Esportiu



Costa Brava
Pirineu de Girona

 **Costa Brava Girona**
Convention Bureau

 **Premium**
Costa Brava
Pirineu de Girona

 **Turisme Esportiu**
Costa Brava
Pirineu de Girona

 **Enogastronomia**
Costa Brava
Pirineu de Girona

 **Cultura i identitat**
Costa Brava
Pirineu de Girona

 **Golf**
Costa Brava
Pirineu de Girona



PROGRAMA 1: Comunicació, posicionament i branding				
ACTUACIÓ 3: CREACIÓ MARCA GRAN TOUR DE CICLOTURISME BTT CAMÍ DE MESTRAL				
PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024	
DESCRIPCIÓ				
Disseny d'una marca per a la promoció del nou producte de cicloturisme BTT vinculat al Camí de Mestral. En aquest cas, la marca s'haurà d'alinear tant a la marca destinació com de l'Outdoor Park, però sobretot amb la marca existent de la ruta senderista Camí de Mestral.				
SEGMENT			MERCAT	
■ -			■ -	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
1.500 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 1: Comunicació, posicionament i branding

ACTUACIÓ 4: DESPLEGAMENT DE LA NOVA ESTRATÈGIA DE BRANDING (DESTINACIÓ, OUTDOOR I CAMÍ MESTRAL)

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2025	
DESCRIPCIÓ				
Desplegament del nou branding (marca destinació, marca Outdoor Park i marca ruta Camí de Mestral per BTT) en tots els canals habituals de comunicació de la destinació on apliqui. En concret, el nou branding haurà de ser present a la pàgina web de promoció turística de la destinació, en els materials divulgatius, creativitats i a les xarxes socials. En el cas de la marca del Camí de Mestral per BTT, aquesta serà únicament inclosa en els materials i canals destinats a la promoció d'aquesta ruta. Per últim, el branding de l'Outdoor Park haurà de ser incorporat en tots els punts de contacte amb el visitant: punts d'aproximació (oficines de turisme, zones d'aparcament vinculades als equipaments de l'Outdoor Park o l'inici de rutes, senyalització rutes...), punts d'acollida Outdoor Park (Centre ebike Hospitalet de l'Infant, centre BTT Pratdip, Station Trail Tivissa, empreses...), punts d'experiència Outdoor Park (Camí de Mestral, pumptrack, parc marí subaquàtic, via verda, camins experiencials...).				
SEGMENT			MERCAT	
▪ -			▪ -	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
6.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 1: Comunicació, posicionament i branding

ACTUACIÓ 5: COL·LABORACIÓ AMB LES DESTINACIONS DE LA MIDIT PER VISUALITZAR EL BRANDING

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024	
DESCRIPCIÓ				
Comptar amb el suport de les destinacions de la MIDIT (Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, Tivissa, Pratsdip) per visibilitzar el nou branding (marca destinació i marca Outdoor Park) a través dels seus canals de promoció (web, xarxes socials, materials promocionals...) així com per fer xarxa amb el sector i fomentar la presència de marca també en els canals de les empreses i establiments. Es proposa organitzar diverses trobades per presentar la nova marca i posicionament a fi de fomentar que les empreses la incloguin en la seva estratègia comunicativa i reforçar el sentiment de pertinença a la destinació. Serà necessari crear un kit digital per facilitar que els agents del sector turístic de la MIDIT pugui accedir als logotips, fotografies i altres elements comunicatius de la destinació i de l'Outdoor Park i que els puguin utilitzar als seus materials divulgatius, pàgines web... El Kit digital es pot incloure en la pàgina web de la destinació, en un apartat adreçat al sector professional amb un accés privat.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ -			▪ -	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
2.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 1: Comunicació, posicionament i branding

ACTUACIÓ 6: PLA DE SENYALITZACIÓ AMB EL BRANDING OUTDOOR PARK

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2025	
DESCRIPCIÓ				
Desenvolupament d'un pla de senyalització que inclogui incorporar un mapa de situació amb la marca de l'Outdoor Park i informació dels principals recursos/ oferta del parc en tots els municipis que engloba l'Outdoor Park (Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, Tivissa, Pratedip), amb possibilitat de descàrrega dels tracks a través de codi QR. L'objectiu d'aquesta acció és generar imatge de destinació, notorietat de marca, identificar tot el territori sota aquesta nova marca, orientar i informar als usuaris, i en definitiva, millorar l'experiència del visitant.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ -			▪ -	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
12.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



EXEMPLE SENYALITZACIÓ MAPA





PROGRAMA 1: Comunicació, posicionament i branding

ACTUACIÓ 7: DONAR A CONÈIXER LA MARCA AL SECTOR PROFESSIONAL (ACT, DIPUTACIÓ DE TARRAGONA...)

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024	
DESCRIPCIÓ				
Presentar la nova marca de destinació i Outdoor Park, el nou posicionament de la destinació i els productes turístics estratègics a agents del sector professional clau com l'Agència Catalana de Turisme i el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona (Costa Daurada i Terres de l'Ebre) perquè la difonguin i incloguin en els seus materials o accions de comunicació i promoció quan sigui oportú.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ -			▪ -	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
0 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 1: Comunicació, posicionament i branding				
ACTUACIÓ 8: RELAT VINCULAT AL NOU POSICIONAMENT I VALORS DE LA DESTINACIÓ				
PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024	
DESCRIPCIÓ				
Creació de relat al voltant del nou posicionament de les Terres de Mestral com l'Outdoor Park de la Costa Daurada, una destinació de turisme actiu de mar i muntanya amb una clara especialització cap al públic familiar. Aquest relat ha d'esdevenir una de els principals eines comunicatives i de posicionament de la destinació. El text ha d'incloure els valors que persegueix la marca, els elements de singularització (espais naturals protegits, municipi integrat al Nautic Park de la Costa Daurada, 40 itineraris de senderisme, Camí de Mestral, 16 itineraris de BTT, 4 vies ferrades i 5 vies d'escalada, oferta variada d'activitats nàutiques) i els 4 pilars temàtics de l'Outdoor Park (Nautic Park, bike land, senderisme temàtic, escalada/ vies ferrades). Elaborar un relat per cadascun dels productes estratègics i segments objectiu de la destinació per poder utilitzar en una estratègia de continguts o accions d'inbound màrqueting.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ -			▪ -	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
2.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



EXEMPLE RELAT



365 días de actividades emocionantes

Siempre que visites Eslovenia, siempre tendrás algo que hacer. Las experiencias activas te esperan todos los días del año.



INVIERNO

Mientras los esquiadores, amantes del snowboard y otros entusiastas de las actividades invernales pueden disfrutar de la nieve, en la otra parte de Eslovenia, cuando hace buen tiempo, es posible ir en bicicleta y caminar o atrapar el viento (bora) en el mar Adriático.



PRIMAVERA

Cuando los montes se vuelven verdes, los refugios de montaña accesibles a menudo pueden estar llenos de senderistas y ciclistas de montaña. Los amantes de las aventuras repletas de adrenalina en el aire también despliegan sus «alas». Los escaladores también buscan desafíos en las empinadas laderas rocosas cerca de la costa del mar.



VERANO

Cuando el sol calienta los picos más altos de Eslovenia, no hay ningún obstáculo para no pasar el tiempo al aire libre. Además de la frescura de las montañas, el mar, los lagos y los ríos ofrecen muchos retos deportivos refrescantes. Los verdes bosques ofrecen una agradable sombra durante el paseo.



OTOÑO

El otoño es ideal para aquellos que prefieran estar activos en los meses un poco más fríos. Hacer ciclismo entre los viñedos y hacer senderismo entre miles de tonos de colores otoñales es una experiencia especial. En el mundo subterráneo solo existe una estación del año y puedes explorarlo en cualquier momento.



10 razones para hacer ciclismo en Eslovenia

Eslovenia es el paraíso para los ciclistas. El ciclismo es una de las actividades deportivas más populares entre los eslovenos y el éxito de los ciclistas eslovenos en las carreras ciclistas más importantes fomenta aún más el entusiasmo por el ciclismo. Además, el diversificado paisaje ofrece placeres para ciclistas de todo tipo – desde los de carretera hasta los de montaña – para el ciclismo familiar o los desafíos de larga distancia. Descubre más razones por las que merece la pena ir a Eslovenia con bicicleta.

Más

Lugares que inspiran

Adonde sea que te lleve el camino en el futuro, en todos los lugares encontrarás algo que te alegrará el corazón. Los mayores tesoros de Eslovenia te están esperando. ¿De qué manera sentirás Eslovenia?



Piran y sus salinas

Piran, la ciudad más bonita de la Eslovenia mediterránea.



Cueva de Postojna

La Cueva de Postojna y el Castillo de Predjama son dos atractivos importantes a nivel mundial.



Bled

Con el Lago de Bled y el castillo sobre el acantilado, Bled se encuentra entre uno de los lugares vacacionales más bonitos de Europa.



PROGRAMA 1: Comunicació, posicionament i branding

ACTUACIÓ 9: DECÀLEG AMB MOTIUS PER VISITAR LES TERRES DE MESTRAL I L'OUTDOOR PARK

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024	
DESCRIPCIÓ				
Elaboració de continguts atractius i inspiradors que posin en valor els atributs i les singularitats de les Terres de Mestral i l'Outdoor Park. En concret, es proposa elaborar dos decàlegs que presentin la proposta de valor de la destinació i de l'Outdoor Park: 10 motius per visitar les Terres de Mestral i 10 motius per gaudir de l'experiència de l'Outdoor Park.				
SEGMENT			MERCAT	
■ -			■ -	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
1.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat





EXEMPLE DECÀLEG DE POSICIONAMENT TURÍSTIC



Decàleg

de la Ruta de l'oli, a peu de Montserrat

01. *El mosaic agrari als peus de Montserrat*
02. *Un oasi rural a tocar de Barcelona*
03. *Un paisatge per redescobrir*
04. *Olis amb personalitat pròpia*
05. *Una oferta oleoturística emergent*
06. *Producte de proximitat i gastronomia de tota la vida*
07. *Municipis amb història on perdre's*
08. *El Parc Natural de Montserrat*
09. *Espais naturals insòlits i monumentals*
10. *Un entorn per desconnectar*

Decálogo

de la Ruta del aceite los pies de Montserrat

01. *El mosaic agrari als peus de Montserrat*
02. *Un oasi rural a tocar de Barcelona*
03. *Un paisatge per redescobrir*
04. *Olis amb personalitat pròpia*
05. *Una oferta oleoturística emergent*
06. *Producte de proximitat i gastronomia de tota la vida*
07. *Municipis amb història on perdre's*
08. *El Parc Natural de Montserrat*
09. *Espais naturals insòlits i monumentals*
10. *Un entorn per desconnectar*



PROGRAMA 1: Comunicació, posicionament i branding

ACTUACIÓ 10: CONTINGUTS DE POSICIONAMENT DE LES TERRES DE MESTRAL COM A DESTINACIÓ FAMILIAR

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024	
DESCRIPCIÓ				
Edició de continguts sobre els atractius i l’oferta de la destinació especialitzada al públic familiar per nodrir la pàgina web, xarxes socials, blog, newsletter i campanyes de comunicació. Crear un apartat específic a la pàgina web adreçat al públic familiar per facilitar l’accés a la informació de l’oferta especialitzada (experiències, rutes, equipaments d’oci...) així com per comunicar de forma efectiva el posicionament de les Terres de Mestral com a destinació familiar.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ -			▪ -	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
2.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



EXEMPLE CONTINGUTS PER AL PÚBLIC FAMILIAR



DIVERSIÓN PARA TODOS

ME INTERESA

ANDORRA CON NIÑOS: ¡UNA FASCINANTE AVENTURA FAMILIAR!

Andorra en verano es sinónimo de aventura, en unas condiciones de máxima seguridad. Y la mejor prueba de ello son nuestras estaciones de esquí, que se transforman en parques de actividades para todas las edades. ¿Estáis realmente preparados para vivir emociones fuertes?



Macarulla, pequeños senderos mágicos

Distribuidos por los bosques del país, se trata de unos itinerarios familiares de fácil acceso que permiten la aproximación de los más pequeños a la naturaleza, de una forma divertida y amena. Con varias temáticas a elegir, los niños y niñas podrán disfrutar de juegos didácticos durante todo el recorrido.

PEQUEÑOS SENDEROS
MÁGICOS



Senderismo a medida

Inculca a tus hijos la pasión por caminar en Andorra, donde encontraréis centenares de rutas de baja dificultad

ME INTERESA



ESCAPADAS CON NIÑOS EN ANDORRA

Organizar un viaje en familia puede ser todo un reto. Las complicaciones pueden comenzar desde la elección de un hotel en el que los niños disfruten y los padres os podáis relajar hasta descubrir actividades en el destino que podáis aprovechar en familia. Visitandorra te trae un montón de ideas para que planees una escapada con niños apta para que todos podáis disfrutar de un gran fin de semana de aventuras y diversión. Si quieres descubrir todo lo que Andorra os puede ofrecer, ¡sigue leyendo!

Qué hacer en Andorra con niños

Es el momento de buscar actividades aptas para todos. Es cierto que planear una escapada rural con niños puede ser complicada de organizar y tratar de no caer siempre en planes repetitivos por la montaña.

Te aconsejamos muchas ideas sobre qué hacer en Andorra con niños para que tanto padres como hijos os divirtáis al máximo.



Turismo rural con niños

Si es la primera vez que viajáis a Andorra con niños, es imprescindible un poco de turismo. Sin embargo, el turismo rural puede ser aburrido hasta para los más mayores. Algunos de los lugares más interesantes para hacer turismo rural con niños son estos, ¡toma nota!

Os proponemos descubrir la naturaleza andorrana buscando al **Tamarro**. Los Tamarros representan los protectores de la naturaleza de Andorra. Existen siete, y se encuentran repartidos en las distintas parroquias, y encontrarlos, ¡puede ser toda una aventura en familia! Es una actividad que puede motivar a los niños a hacer turismo rural mientras aprenden sobre cómo cuidar la naturaleza a través de la búsqueda de los Tamarros.

Por otra parte, otra propuesta que no podéis perderos son los senderos de



PROGRAMA 1: Comunicació, posicionament i branding

ACTUACIÓ 11: CONTINGUTS VINCULATS ALS ESPAIS NATURALS PROTEGITS I A VALORS DE SOSTENIBILITAT

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024	
DESCRIPCIÓ				
Edició de continguts vinculats als espais naturals protegits (Serra de Llaberia, Muntanyes de Tivissa – Vandellòs, Rojala – Platja del Torn) i als valors de sostenibilitat per donar major pes a aquests recursos i atributs significatius del nou posicionament de la destinació en l’estratègia de comunicació. Els continguts serviran per nodrir la pàgina web, xarxes socials, blog, newsletter i campanyes de comunicació. Es proposa crear un apartat web específic a la pàgina web per informar del compromís de la destinació vers la sostenibilitat, mostrar bones pràctiques, fomentar un turisme responsable, etc.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ -			▪ -	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
2.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



EXEMPLE COMUNICACIÓ TURISME RESPONSABLE I SOSTENIBLE

ES | EU | EN | FI

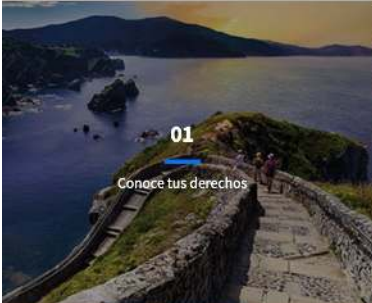
Turismo responsable

#Beresponsible

“Guía del Turista Responsable”, es una guía práctica de consejos que pretende ayudar a que tu viaje sea una experiencia enriquecedora y sostenible.

DESCÁRGATE LA GUÍA DE TURISTA RESPONSABLE

Los consejos que a continuación presentamos se basan en los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, el Código Ético Mundial para el Turismo de la Organización Mundial del Turismo, y la Carta Mundial de Turismo Sostenible ST+20.



01

Conoce tus derechos



02

Fomenta el desarrollo local



03

Fomenta un trato adecuado a las personas trabajadoras



04

Respeto la diversidad



05

Disfruta de la cultura vasca



06



07



08



09



10



PROGRAMA 1: Comunicació, posicionament i branding

ACTUACIÓ 12: EDICIÓ D'UN BANC D'IMATGES SEGMENTAT PER PERFIL DE VIATGER

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024	
DESCRIPCIÓ				
Plantejar diverses sessions fotogràfiques per tal de disposar d'un banc d'imatges experiencial i orientat a la demanda, en què es vegin els principals atractius i productes estratègics de la destinació (activitats nàutiques, senderisme, cicloturisme i escalada/vies ferrades) i on es vegin reflectits els diferents buyers persona prioritaris (famílies i turistes actius). Es proposa donar més valor a la qualitat que la quantitat en l'elaboració d'aquest banc d'imatges, per tal de disposar al voltant de 25 fotografies d'alta qualitat, molt atractives i autèntiques, que seran les imatges TOP de la destinació i el principal recurs per a les campanyes de comunicació i publicitat de la destinació.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ -			▪ -	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
3.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 1: Comunicació, posicionament i branding

ACTUACIÓ 13: VÍDEO DE POSICIONAMENT OUTDOOR PARK

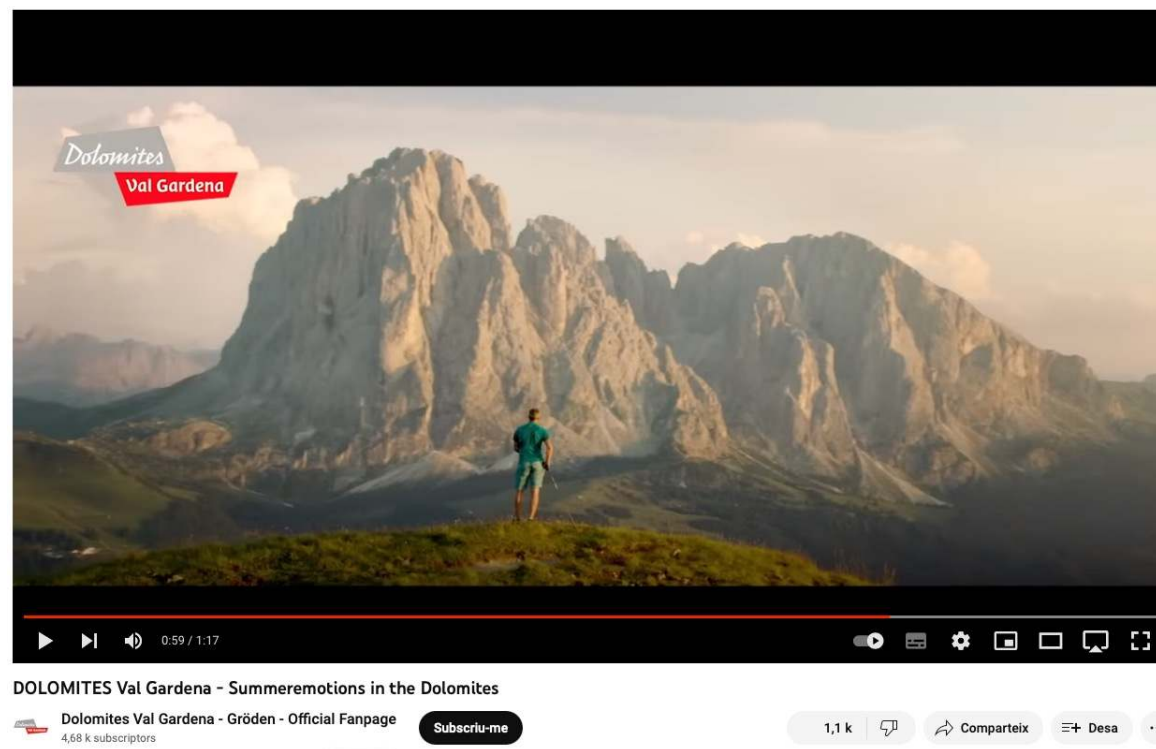
PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT
Baixa	Mitja	Alta	2024
DESCRIPCIÓ			
Edició d'un vídeo de posicionament de les Terres de Mestral com a l'Outdoor Park de la Costa Daurada, destinació de turisme actiu i esportiu de mar i muntanya amb una clara especialització cap al públic familiar. Es tracta d'una peça comunicativa que ha de ser molt inspiradora i atractiva, que ha de comunicar els principals elements de singularització de la destinació i les principals modalitats de turisme actiu de l'Outdoor Park, i ha de convèncer l'usuari a visitar-la. Es planteja un vídeo inspirador i atractiu d'1 min. 30s aproximadament i dues versions més curtes de 30-40s per difondre a les xarxes socials. El vídeo de posicionament podrà ser utilitzat en campanyes de comunicació, en els canals propis de comunicació i promoció de la destinació (web, xarxes socials, blog, newsletter...), i en altres accions de promoció (presentacions a premsa i touroperació, reunions comercials, street màrqueting...).			
SEGMENT			MERCAT
▪ -			▪ -
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL	
5.000 €		No realitzada	En desenvolupament Completat



EXEMPLE VÍDEOS DE POSICIONAMENT



<https://www.youtube.com/watch?v=c2fj8z2ALss>



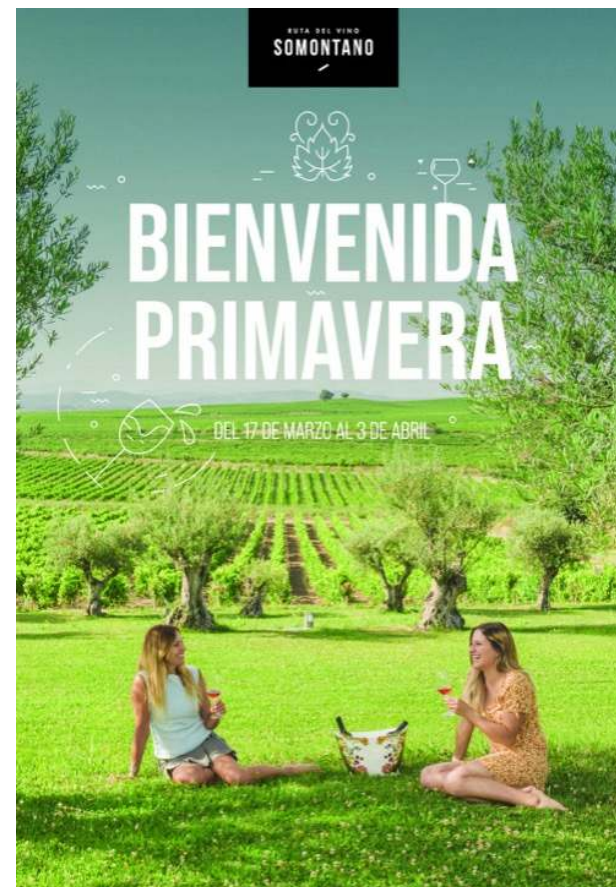
<https://www.youtube.com/watch?v=DYrgytvR9kQ>



PROGRAMA 1: Comunicació, posicionament i branding				
ACTUACIÓ 14: DISSENY DE CREATIVITATS PER TEMÀTIQUES I PERFILS				
PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Disseny de creativitats en diferents formats seguint el codi comunicatiu i incloent la nova marca de destinació i de l'Outdoor Park (a les creativitats vinculades a activitats de natura). S'han de dissenyar en diferents formats per respondre a les necessitats comunicatives que tinguin la destinació, ja siguin online com offline. S'utilitzaran en publicitat, xarxes socials i altres canals de comunicació segons les campanyes impulsades. Es proposa elaborar 5 creativitats, tenint en compte els 4 pilars temàtics de l'Outdoor Park i els diferents buyers persona prioritaris per tal d'utilitzar-les en funció dels objectius de les campanyes o insercions: - Genèrica (públic familiar) - Nautic Park - Bike land - Senderisme temàtic - Vies d'escalada/ vies ferrades				
SEGMENT			MERCAT	
▪ -			▪ -	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
1.500 €/ any		No realitzada	En desenvolupament	Completat

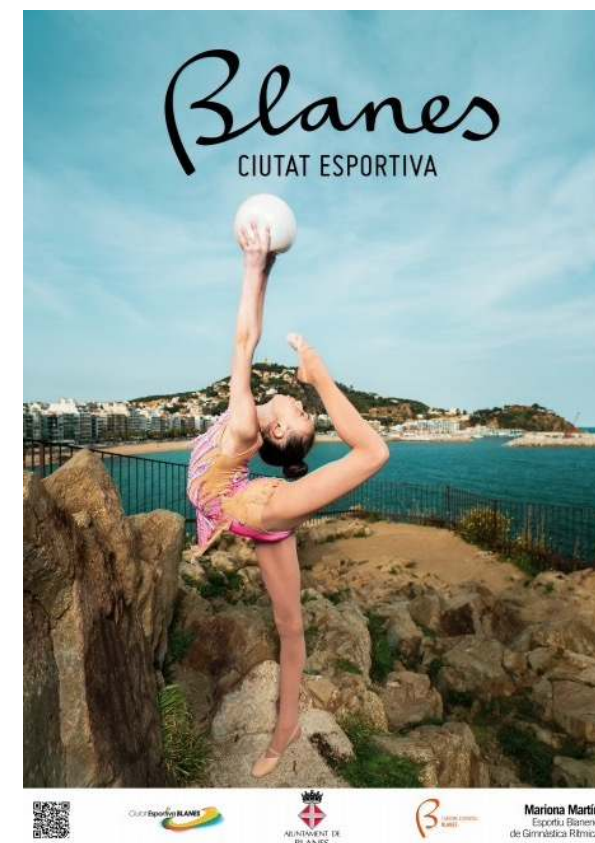
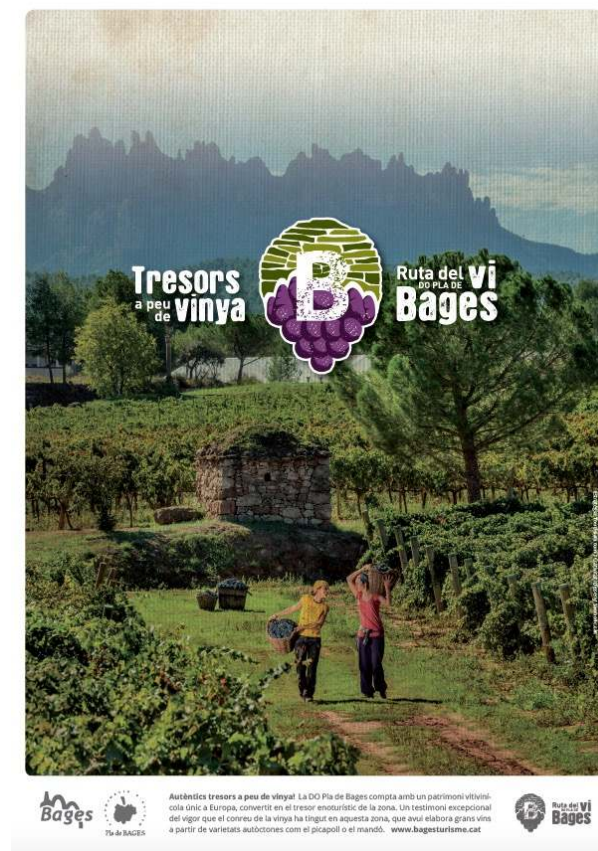


EXEMPLE CREATIVITATS





EXEMPLE CREATIVITATS





PROGRAMA 1: Comunicació, posicionament i branding				
ACTUACIÓ 15: CAMPANYA DE COMUNICACIÓ DE POSICIONAMENT				
PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Llançament d'una campanya de comunicació multi-canal adreçada a mitjans tan generalistes com especialitzats que contribueixi a donar a conèixer el nou posicionament de la destinació Terres de Mestral com a Outdoor Park de la Costa Daurada, generar notorietat de marca i captar l'interès dels públics objectiu. Es proposa utilitzar el relat, vídeo de posicionament, creativitats vinculades a l'storytelling i als eslògans treballats, i noves fotografies del banc d'imatges, per generar continguts atractius i fer publicitat a través de canals tant online (xarxes online, portals...) com offline (mitjans de premsa, radio...).				
SEGMENT			MERCAT	
▪ -			▪ -	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
8.000 €/ any		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 1: Comunicació, posicionament i branding

ACTUACIÓ 16: PRODUCCIÓ DE MARXANDATGE OUTDOOR PARK

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2025	
DESCRIPCIÓ				
Es proposa dissenyar i produir diversos articles de marxandatge amb la marca de l'Outdoor Park alineat amb els valors i posicionament de la destinació i tenint en compte criteris de sostenibilitat (ús de materials respectuosos amb el medi ambient, economia circular...). Els articles generats podran ser venuts a través de les oficines de turisme, alguns dels equipaments de l'Outdoor Park i la pàgina web de promoció turística. D'altra banda, seran un suport de promoció en accions com presstrips, famtrips, workshops, fires i esdeveniments, entre altres. Els articles de marxandatge seran ideats per als diferents buyers persona prioritaris de l'Outdoor Park (famílies i turistes actius). Es farà una primera remesa de marxandatge de tipologies diverses i s'aniran repetint comandes periòdicament només d'aquells ítems més populars i que tenen més demanda per part del visitant.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ -			▪ -	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
5.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA OPERATIU 1: COMUNICACIÓ, POSICIONAMENT I BRANDING					
		2024	2025	2026	PRIORITAT
PROGRAMA OPERATIU 1: COMUNICACIÓ, POSICIONAMENT I BRANDING	1. RESTYLING DE LA MARCA TERRES DE MESTRAL	2.000 €	-	-	ALTA
	2. DEFINIR L'ARQUITECTURA DE MARQUES I SUBMARQUES DE L'OUTDOOR PARK	2.000 €	-	-	ALTA
	3. CREACIÓ MARCA GRAN TOUR DE CICLOTURISME BTT CAMÍ DE MESTRAL	1.500 €	-	-	ALTA
	4. DESPLEGAMENT DE LA NOVA ESTRATÈGIA DE BRANDING (DESTINACIÓ, OUTDOOR I CAMÍ MESTRAL)	3.000 €	3.000 €	-	ALTA
	5. COL·LABORACIÓ AMB LES DESTINACIONS DE LA MIDIT PER VISUALITZAR EL BRANDING	2.000 €	-	-	ALTA
	6. PLA DE SENYALITZACIÓ AMB EL BRANDING OUTDOOR PARK	6.000 €	6.000 €	-	MITJA
	7. DONAR A CONÈIXER LA MARCA AL SECTOR PROFESSIONAL (ACT, DIPUTACIÓ DE TARRAGONA...)	-	-	-	ALTA
	8. RELAT VINCULAT AL NOU POSICIONAMENT I VALORS DE LA DESTINACIÓ	2.000 €	-	-	ALTA
	9. DECÀLEG AMB RAONS PER VISITAR LES TERRES DE MESTRAL I L'OUTDOOR PARK	1.000 €	-	-	ALTA
	10. CONTINGUTS DE POSICIONAMENT DE LES TERRES DE MESTRAL COM A DESTINACIÓ FAMILIAR	2.000 €	-	-	ALTA
	11. CONTINGUTS VINCULATS ALS ESPAIS NATURALS PROTEGITS I A VALORS DE SOSTENIBILITAT	2.000 €	-	-	MITJA
	12. EDICIÓ D'UN BANC D'IMATGES SEGMENTAT PER PERFIL DE VIATGER	3.000 €	-	-	ALTA
	13. VÍDEO DE POSICIONAMENT OUTDOOR PARK	5.000 €	-	-	ALTA
	14. DISSENY DE CREATIVITATS PER TEMÀTIQUES I PERFILS	1.500 €	1.500 €	1.500 €	ALTA
	15. CAMPANYA DE COMUNICACIÓ DE POSICIONAMENT	8.000 €	8.000 €	8.000 €	ALTA
	16. PRODUCCIÓ DE MARXANDATGE OUTDOOR PARK	2.500 €	2.500 €	-	MITJA
TOTAL INVERSIÓ		43.500 €	21.000 €	9.500 €	74.000 €



PROGRAMA 2. COMPETITIVITAT I NOUS PRODUCTES TURÍSTICS	
17	PROGRAMA DE MENTORING PER L'ESPECIALITZACIÓ I LA CREACIÓ DE NOUS SERVEIS I PRODUCTES DE TURISME ACTIU
18	SEGELL "OUTDOOR FRIENDLY" – DISTINTIU EMPRESES ADHERIDES A L'OUTDOOR PARK
19	GRAN TOUR BTT CAMÍ DE MESTRAL
20	ANÀLISI PER A LA CREACIÓ D'UNA RUTA EBIKE GASTRONÒMICA
21	DISSENY D'EXPERIÈNCIES PER AL PÚBLIC FAMILIAR
22	CONTINGUTS I PROPOSTES GAMIFICADES VINCULADES ALS CAMINS EXPERIENCIALS PER LES FAMÍLIES
23	FESTIVAL FAMILIAR "TERRES DE MESTRAL, OUTDOOR PARK DE LA COSTA DAURADA"
24	TOP EXPERIÈNCIES PER TEMPORADA I SEGMENT DE PÚBLIC
25	FOMENTAR EL DESENVOLUPAMENT D'ESDEVENIMENTS ESPORTIUS A LA DESTINACIÓ
26	CREAR PRODUCTE TURÍSTIC VINCULAT AL PROGRAMA - "TERRES DE SABORS"
27	MILLORA DE L'ATRACTIU DEL PATRIMONI CULTURAL A TRAVÉS DE LA CREACIÓ D'EXPERIÈNCIES MEMORABLES
28	FORMACIÓ PER LA MILLORA DE LA SOSTENIBILITAT, COMPETITIVITAT I DIGITALITZACIÓ DE LES EMPRESES



PROGRAMA 2: Competitivitat i nous productes turístics

ACTUACIÓ 17: PROGRAMA DE MENTORING PER L'ESPECIALITZACIÓ I LA CREACIÓ DE NOUS SERVEIS I PRODUCTES DE TURISME ACTIU

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026
DESCRIPCIÓ			
Impulsar un programa d'acompanyament i mentoratge adreçat a les empreses i entitats de les Terres de Mestral per millorar l'especialització dels productes i serveis de turisme actiu i la creació de noves experiències a fi de disposar d'una oferta Outdoor Park àmplia i de qualitat. Incentivar, en especial, la participació dels allotjaments a aquest programa i motivar el desenvolupament de serveis específics per cadascuna de les modalitats esportives que es promouran a través de l'Outdoor Park: cicloturisme (BTT, ebike, carretera), senderisme, activitats aquàtiques i escalada/ vies ferrades.			
SEGMENT			MERCAT
▪ Turisme actiu			▪ Tots els mercats identificats
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL	
3.000 €/ any		No realitzada	En desenvolupament Completat



PROGRAMA 2: Competitivitat i nous productes turístics

ACTUACIÓ 18: SEGELL “OUTDOOR FRIENDLY” – DISTINTIU EMPRESES ADHERIDES A L’OUTDOOR PARK

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT
Baixa	Mitja	Alta	2024
DESCRIPCIÓ			
Creació d'un segell per a les empreses de l'Outdoor Park a fi de facilitar l'experiència del visitant identificant l'allotjament i altres empreses que disposin de serveis per al públic de turisme actiu, fomentar l'ús de la marca i garantir uns requisits bàsics de qualitat. L'adhesió a l'Outdoor Park serà voluntària i gratuïta, i el procés d'adhesió serà àgil i flexible per tal de comptar amb un gran nombre d'empreses participants. Es comptarà amb una empresa que faci les visites als establiments i estableixi el nivell de compliment del protocol establert. L'objectiu d'aquesta acció és d'una banda garantir la qualitat de l'oferta de l'Outdoor Park, disposar de serveis especialitzats, generar imatge de destinació, millorar l'experiència del visitant, fomentar notorietat de marca i crear sinergies entre els agents adherits. L'acció inclourà les plaques identificatives per als establiments adherits.			
SEGMENT			MERCAT
▪ Turisme actiu			▪ Tots els mercats identificats
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL	
15.000 €		No realitzada	En desenvolupament Completat



EXEMPLE SEGELL D'ESPECIALITZACIÓ



Hotels & Co Ospitalità a misura di sportivo

Gastfreundliche
Sportunterkünfte

Special sporty hospitality



Cercate il sassolino del vostro sport preferito per capire quale sistemazione è la migliore per voi!
Suchen Sie das Steinchen von Ihrem Lieblingssport, um die geeignetste Unterkunft zu finden!
Check the small stone related to your favourite sport and find the right accommodation!

SPECIALIZZATO SPEZIALISIERT SPECIALIZED IN



BIKE



SAILING & WINDSURFING



CLIMBING



TREKKING

* questi servizi potrebbero essere a pagamento | * diese Services können gegen Bezahlung sein | * an extra charge may be required for these services
** in hotel & agriturismo



Contenitori per packet lunch su richiesta*/**
Lunchpakete auf Anfrage*/**
Containers for packed lunch on request*/**



Wifi* o no internet (Digital detox)
W-Lan* oder keiner Internetzugang (Digital Detox)
Wifi* or no internet (Digital detox)



Deposito per attrezzature sportive con mini officina
Unterstellplatz für Sportausrüstung
mit kleinem Werkzeugraum
Sports equipment storage with small workshop



Materiale informativo outdoor a disposizione
Spezialisiertes Outdoor-Infomaterial zur Verfügung
Specialized outdoor info at disposal



Colazione a buffet con angolo vitaminico
Frühstücksbuffet mit Vitamin-Bar
Buffet breakfast with vitamin corner



**Possibilità di lavare ed asciugare
l'abbigliamento tecnico***
Möglichkeit, technische Bekleidung
zu waschen und zu trocknen*
Possibility to wash and dry technical clothing*



**Informazione puntuale sulle attività sportive nel
Garda Trentino, Valle di Ledro e Comano Dolomiti**
Infos über die Outdoor-Aktivitäten in der Region
Garda Trentino, Ledrothal und Comano Dolomiten
Info about the outdoor activities in the Garda
Trentino area, Valle di Ledro and Comano Dolomiti





PROGRAMA 2: Competitivitat i nous productes turístics

ACTUACIÓ 19: GRAN TOUR BTT CAMÍ DE MESTRAL

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT
Baixa	Mitja	Alta	2024
DESCRIPCIÓ			
Desenvolupament d'un gran tour de cicloturisme de descoberta del territori a partir del Camí de Mestral. Disseny d'un gran tomb de cicloturisme que permeti el posicionament al mercat de la destinació i estructuració de nous productes que generin impacte econòmic al territori. Es definirà paral·lelament un relat i argumentari turístic al voltant del producte i les diferents experiències de descoberta, es crearà una marca, s'editarà un fulletó divulgatiu específic de la ruta, i es promocionarà a través de tots els canals habituals de la destinació (web, xarxes...).			
SEGMENT			MERCAT
▪ Cicloturista			▪ Tots els segments identificats
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL	
6.000 €		No realitzada	En desenvolupament Completat



PROGRAMA 2: Competitivitat i nous productes turístics

ACTUACIÓ 20: ANÀLISI PER A LA CREACIÓ D'UNA RUTA EBIKE GASTRONÒMICA

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2025	
DESCRIPCIÓ				
Anàlisi de l’oferta d’itineraris de cicloturisme que es poden adaptar per fer en ebike i l’oferta de turisme enogastronòmic a fi de valorar el potencial per desenvolupar una ruta per ebike que combini la pràctica esportiva amb la visita a productors, cellers i restaurants.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Ebike			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
2.500 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat

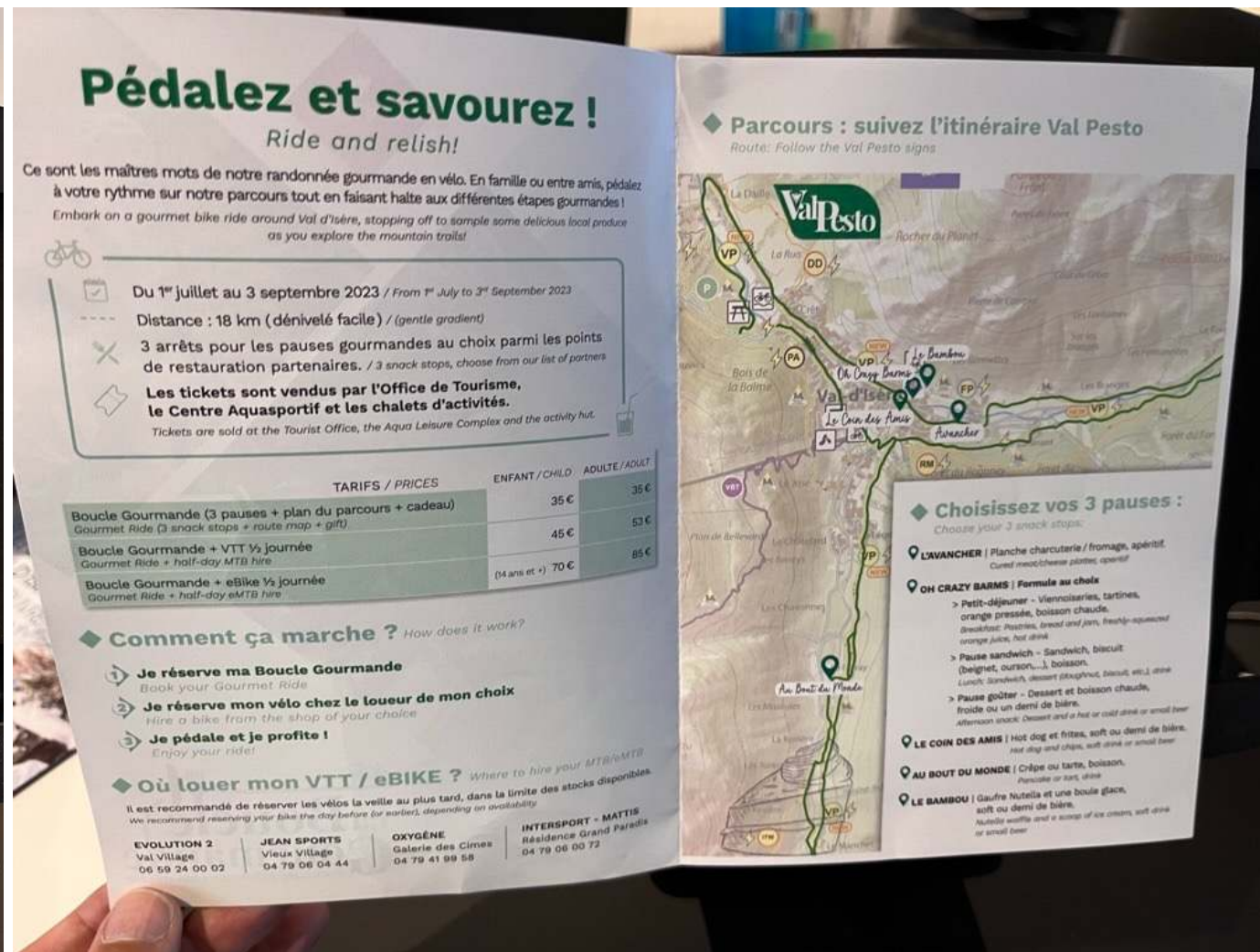


EXEMPLE DE RUTA EBIKE GASTRONÒMICA





EXEMPLE DE RUTA EBIKE GASTRONÒMICA





PROGRAMA 2: Competitivitat i nous productes turístics

ACTUACIÓ 21: DISSENY D'EXPERIÈNCIES PER AL PÚBLIC FAMILIAR

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Impulsar tallers i programes d'acompanyament per a la creació d'experiències adaptades al públic familiar en tots els productes estratègics de la destinació (turisme actiu, sol i platja, enogastronomia, cultura...), però en especial en les modalitats de l'Outdoor Park. Es tracta de reforçar l'especialització de la destinació cap al segment familiar. Així doncs, es proposa generar i estructurar nova oferta i ordenar l'existent identificant les edats dels nens/es als quals s'adreça l'activitat (0 – 2 anys, 3 – 6 anys, 7 – 11 anys, adolescents (+12)).				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Famílies			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
3.000 €/ any		No realitzada	En desenvolupament	Completat



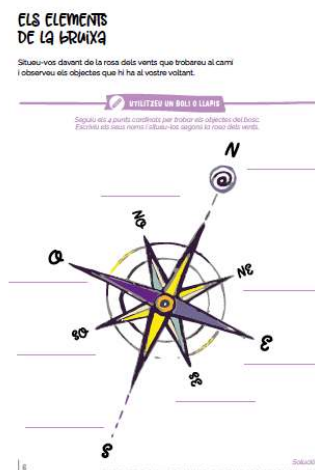
PROGRAMA 2: Competitivitat i nous productes turístics

ACTUACIÓ 22: CONTINGUTS I PROPOSTES GAMIFICADES VINCULADES ALS CAMINS EXPERIENCIALS PER LES FAMÍLIES

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2025 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Elaboració de continguts i propostes gamificades per donar a conèixer i posar en valor la nova oferta de camins experiencials de senderisme cultural a la natura adreçats al públic familiar previst en el Pla de Sostenibilitat Turística.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Famílies			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
12.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



MATERIALS VINCULATS AL CAMÍ EXPERIENCIAL DE LA POCIÓ DE LA BRUIXA QUELA (ANDORRA)





PROGRAMA 2: Competitivitat i nous productes turístics

ACTUACIÓ 23: FESTIVAL FAMILIAR “TERRES DE MESTRAL, OUTDOOR PARK DE LA COSTA DAURADA”

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2025 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Es proposa la creació d'un festival outdoor adreçat al públic familiar per captar el principal buyer persona de la destinació, consolidar el posicionament i especialització de la destinació cap al públic familiar, dinamitzar el territori amb una nova proposta fora de la temporada alta d'estiu i promocionar totes les novetats del territori d'interès per aquest públic (via verda Hospitalet de l'Infant, Centres BTTs, Station Trail, Camins experiencials...). El festival es diferenciarà d'altres esdeveniments familiars pel clar component actiu i esportiu. Inclourà activitats dels diferents pilars temàtics de l'Outdoor Park (senderisme, cicloturisme, activitats aquàtiques, escalada/ vies ferrades). Es preveurà l'edició de continguts i la comunicació d'aquest esdeveniment.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Famílies			▪ Tots els mercats identificats.	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
6.000 €/ any		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 2: Competitivitat i nous productes turístics

ACTUACIÓ 24: TOP EXPERIÈNCIES PER TEMPORADA I SEGMENT DE PÚBLIC

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Identificar, plantejar i destacar experiències úniques i singulars de les Terres de Mestral per temporada i segmentades per als públics estratègics de la destinació (famílies, senderistes, sol i platja, actius aquàtics...) que captivin l’atenció i motivin el desplaçament de turistes d’aquests segments a la destinació durant tot l’any.				
Aquestes TOP experiències seran promocionades amb imatges molt atractives i orientades a la demanda, un relat seductor i en els canals adequats per captar cadascun dels públics escollits.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
2.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMES OPERATIUS. Pla d'accions

EXEMPLE IDENTIFICACIÓ D'EXPERIÈNCIES TOP

I FEEL
SLOVENIA

Boutique, authentic, unique

Discover the most unique stories and experiences that you won't find anywhere else. Let yourself be inspired by the 5-star boutique experiences under the Slovenia Unique Experiences label. Here you can experience the uniqueness of Slovenia with all your senses and in an unforgettable way. In your own way.

Explore



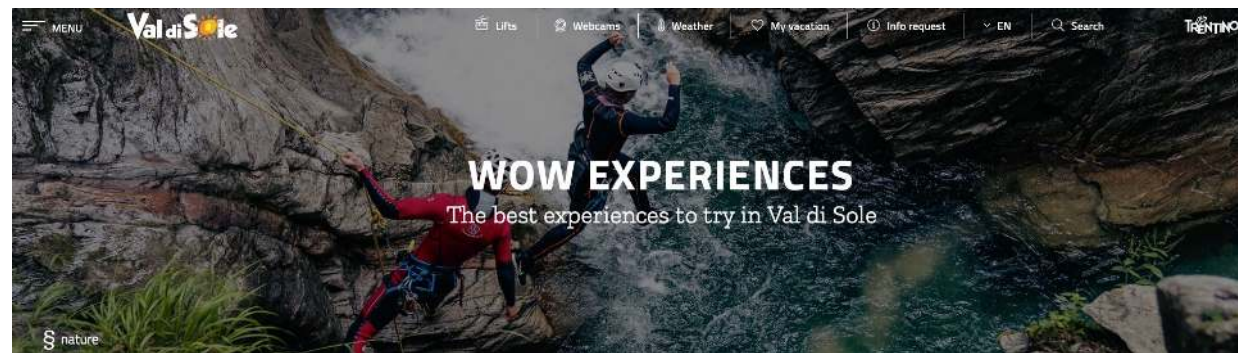
Beer Way to Freedom Tour



Forest Melody



Secret rooms of the Hotel Jama



Home > Discover > Wow Experiences

Map



01 June - 31 August 2023

RABBI

each Friday - dalle 10:30 alle 18:00

PLUNGE INTO WELLNESS AT THE STELVIO NATIONAL PARK

A relaxing day in nature: forget about time and
reactivate your senses



13 June - 07 September 2023

PASSO TONALE - starting point of the Valbiolo Lift
each Tuesday, Thursday - 10:00-12:00 | 13:30-
15:30

DOWNHILL IN THE LAND OF WORLD CHAMPIONSHIPS

Pure adrenaline on 2 wheels in Val di Sole
BikeLand



01 May - 17 September 2023

OSIANA - Ursus Adventures
to be agreed

RAFTING FAMILY

White-water rafting fun for the whole family





PROGRAMA 2: Competitivitat i nous productes turístics

ACTUACIÓ 25: FOMENTAR EL DESENVOLUPAMENT D'ESDEVENIMENTS ESPORTIUS A LA DESTINACIÓ

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2025 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Fomentar el desenvolupament i acollida d'esdeveniments esportius a les Terres de Mestral per afavorir el seu posicionament com a destinació de turisme actiu i esportiu. Oferir suport tècnic, acompanyament i suport monetari mitjançant el patrocini a esdeveniments que siguin d'interès pel territori i en concret per a la promoció de l'Outdoor Park.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Turisme esportiu			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
10.000 €/ any		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 2: Competitivitat i nous productes turístics

ACTUACIÓ 26: CREAR PRODUCTE TURÍSTIC VINCULAT AL PROGRAMA - “TERRES DE SABORS”

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026
DESCRIPCIÓ			
Potenciar la creació de producte turístic dins del programa “Terres de Mestral, Terres de Sabors” que complementin l’oferta outdoor de la destinació. Es proposa desenvolupar nova oferta al voltant dels següent eixos: - Enoturisme: fomentar l’obertura de nous cellers al públic i el desenvolupament d’experiències enoturístiques. - Gastronomia: millora de la qualitat i desenvolupament d’iniciatives gastronòmiques als restaurants, millora de la presència de la Clotxa a la carta dels restaurants... - Experiències enogastronòmiques: estructuració de nova oferta turística vinculada als productors locals i altres agents vinculats al programa “Terres de Sabors”. - Esdeveniments: ampliar les propostes dels esdeveniments gastronòmics de la destinació com són per exemple la Clotxada i la fira Fruits de la Terra, amb més serveis i activitats paral·leles a altres municipis de la destinació, entre altres.			
SEGMENT			MERCAT
▪ Foodie			▪ Tots els mercats identificats
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL	
3.000 €/ any		No realitzada	En desenvolupament Completat



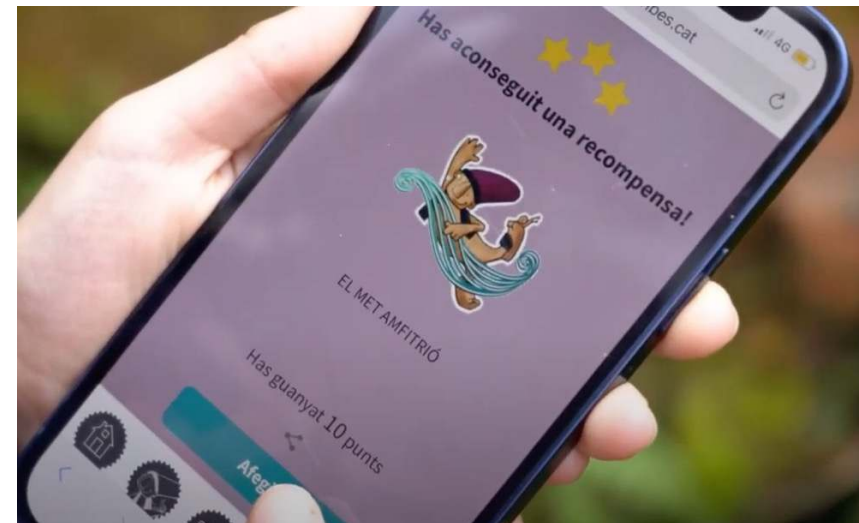
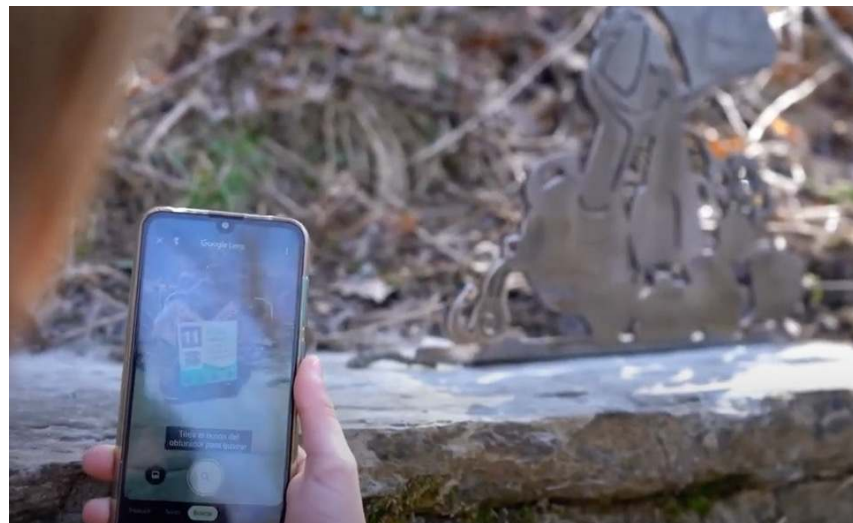
PROGRAMA 2: Competitivitat i nous productes turístics

ACTUACIÓ 27: MILLORA DE L'ATRACTIU DEL PATRIMONI CULTURAL A TRAVÉS DE LA CREACIÓ D'EXPERIÈNCIES MEMORABLES

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2025 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Anàlisi i revisió de les propostes actuals de turisme cultural de la destinació per identificar aquelles amb més potencial per tal de millorar i fomentar la creació de noves experiències memorables que ajudin a incrementar l'atractivitat del producte. Plantejar el disseny d'itineraris i propostes gamificades vinculades al patrimoni i adreçades al públic familiar en cadascun dels municipis de la destinació, tal com s'ha fet a Pratdip amb la Ruta dels Dips. Fomentar la combinació de productes de turisme actiu i turisme cultural. Crear continguts per promocionar projectes que posen en valor monuments i equipaments culturals amb nous continguts immersius, tal com es preveu en el Centre d'Interpretació de l'espai natural protegit de la Serra de Llaberia a través del Pla de Sostenibilitat Turística.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Turisme cultural			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
16.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



RUTA GAMIFICADA – MET DE RIBES





VISITES GUIADES A SIURANA



Siurana
Corrudella de Montsant i Albarca

català | español | english



Actualitat i agenda

Mapa de localitzacions

Inici

On anar

Què fer

Propostes

Organitza't

Visites guiades

Reserves

Priorat

Visites guiades a Siurana



Visites guiades

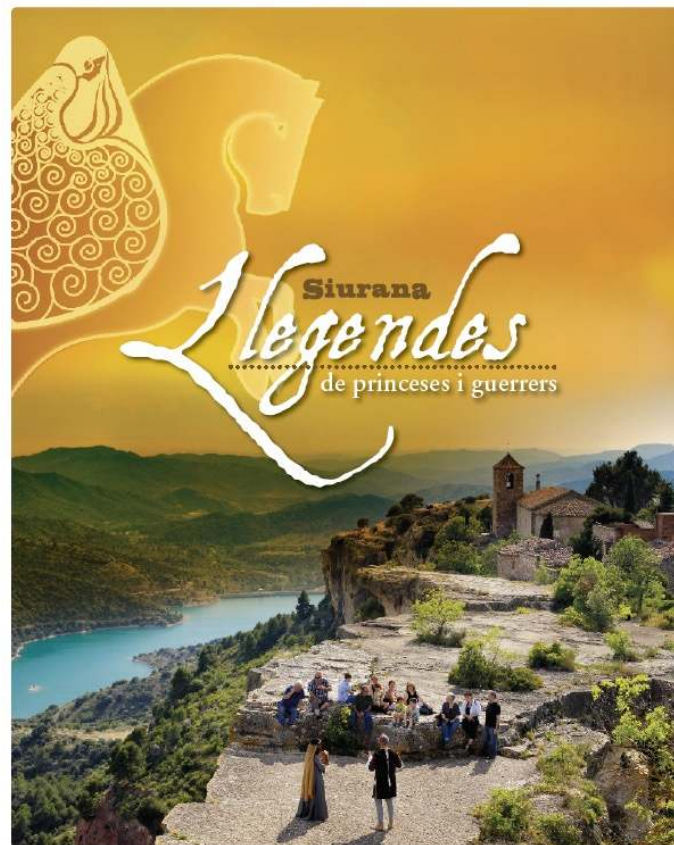
Visita dinamitzada a Siurana amb test de vi dolc a la posta de sol



Visita teatralitzada



Visita guiada dinamitzada



VISITES GUIADES AL CONJUNT HISTÒRIC I AL CASTELL DE SIURANA



Visites guiades

Dies: Dissabtes, diumenges i festius

Horari: 12 h. Preu: 6€

Lloc: Entrada del conjunt històric
(davant Agrobotiga)

Visites teatralitzades

Consultar programació:
www.turismesiurana.org

Informació i reserves

Còdol Educació T. 977 327 362

OIT Cornudella T. 977 821 000

visites@turismesiurana.org

www.turismesiurana.org





PROGRAMA 2: Competitivitat i nous productes turístics

ACTUACIÓ 28: FORMACIÓ PER LA MILLORA DE LA SOSTENIBILITAT, COMPETITIVITAT I DIGITALITZACIÓ DE LES EMPRESES

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Impuls de tallers de formació presencials i en línia per a la millora de la sostenibilitat, competitivitat i digitalització de les empreses de les Terres de Mestral.				
Algunes temàtiques que es valoraran incloure en aquests tallers són: bones pràctiques per fomentar el turisme sostenible, segells i certificacions de turisme sostenible, comunicació de la sostenibilitat, hipersegmentació de l’oferta, millora del producte turístic, transformació digital de les empreses, comunicació digital, etc.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
3.000 €/ any		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA OPERATIU 2: COMPETITIVITAT I NOUS PRODUCTES TURÍSTICS					
		2024	2025	2026	PRIORITAT
PROGRAMA OPERATIU 2: COMPETITIVITAT I NOUS PRODUCTES TURÍSTICS	17. PROGRAMA DE MENTORING PER L'ESPECIALITZACIÓ I LA CREACIÓ DE NOUS SERVEIS I PRODUCTES DE TURISME ACTIU	3.000 €	3.000 €	3.000 €	ALTA
	18. SEGELL "OUTDOOR FRIENDLY" – DISTINTIU EMPRESES ADHERIDES A L'OUTDOOR PARK	15.000 €	-	-	ALTA
	19. GRAN TOUR BTT CAMÍ DE MESTRAL	6.000 €	-	-	ALTA
	20. ANÀLISI PER A LA CREACIÓ D'UNA RUTA EBIKE GASTRONÒMICA	-	2.500 €		MITJA
	21. DISSENY D'EXPERIÈNCIES PER AL PÚBLIC FAMILIAR	3.000 €	3.000 €	3.000 €	ALTA
	22. CONTINGUTS I PROPOSTES GAMIFICADES VINCULADES ALS CAMINS EXPERIENCIALS PER LES FAMÍLIES	-	6.000 €	6.000 €	MITJA
	23. FESTIVAL FAMILIAR "TERRES DE MESTRAL, OUTDOOR PARK DE LA COSTA DAURADA"	-	6.000 €	6.000 €	MITJA
	24. TOP EXPERIENCIES PER TEMPORADA I SEGMENT DE PÚBLIC	1.000 €	500 €	500 €	ALTA
	25. FOMENTAR EL DESENVOLUPAMENT D'ESDEVENIMENTS ESPORTIUS A LA DESTINACIÓ	-	10.000 €	10.000 €	MITJA
	26. CREAR PRODUCTE TURÍSTIC VINCULAT AL PROGRAMA - "TERRES DE SABORS"	3.000 €	3.000 €	3.000 €	BAIXA
	27. MILLORA DE L'ATRACTIU DEL PATRIMONI CULTURAL A TRAVÉS DE LA CREACIÓ D'EXPERIÈNCIES MEMORABLES	-	8.000 €	8.000 €	BAIXA
	28. FORMACIÓ PER LA MILLORA DE LA SOSTENIBILITAT, COMPETITIVITAT I DIGITALITZACIÓ DE LES EMPRESES	3.000 €	3.000 €	3.000 €	ALTA
TOTAL INVERSIÓ		34.000 €	45.000 €	42.500 €	121.500 €



PROGRAMA 3. PROMOCIÓ I SUPORT A LA COMERCIALITZACIÓ

PROMOCIÓ ORIENTADA A LA DEMANDA

29	ACTUALITZACIÓ MATERIALS PROMOCIONALS EXISTENTS, INCORPORANT L'OUTDOOR PARK I EL NOU BRANDING
30	EDICIÓ D'UN MAPA GUIA DE L'OUTDOOR PARK
31	CREACIÓ DE NOU MATERIAL PROMOCIONAL (GRAN TOUR BTT CAMÍ MESTRAL, FULLETÓ FAMÍLIES, FULLETÓ EXPERIÈNCIES)
32	IMPRESSIÓ DEL MATERIAL DIVULGATIU
33	MICRO-VÍDEOS DE PROMOCIÓ SEGMENTATS
34	CONTINGUTS SEGMENTATS PER BUYER PERSONA
35	ACCIONS D'STREET MARKETING – ORIENTAT ALS PRINCIPALS BUYER PERSONA
36	MUPIS A BCN – CREATIVITAT OUTDOOR PARK EN FAMÍLIA

CANALS DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ PROPIS

37	NOVA WEB DE PROMOCIÓ TURÍSTICA
38	E-COMMERCE
39	OUTDOOR PARK CARD - TARGETA COMBINADA PER A LA COMERCIALITZACIÓ DE LES EXPERIÈNCIES
40	DISPLAYS ALS ESTABLIMENTS PER AFAVORIR LA RESERVA I VENDA D'EXPERIÈNCIES
41	CAMPANYES DE PUBLICITAT A XARXES SOCIALS
42	ACCIONS PROMOCIONALS A TRAVÉS DE XARXES SOCIALS (SORTEIGS, USER-GENERATED CONTENT...)



PROGRAMA 3. PROMOCIÓ I SUPORT A LA COMERCIALITZACIÓ

COL·LABORACIÓ AMB ENTITATS SUPRALOCALS DE PROMOCIÓ TURÍSTICA

43	ASSISTÈNCIA A FIRES I WOKSHOPS (ACT I DIPUTACIÓ DE TARRAGONA)
44	COL·LABORACIÓ EN FAMTRIPS I PRESSTRIPS (ACT I DIPUTACIÓ DE TARRAGONA)
45	PARTICIPACIÓ ACTIVA A LES MARQUES SENDERISME A CATALUNYA I ACTIU I AVENTURA (ACT)
46	SIGNAR EL CONVENI CORNER DEL PATRONAT DE TURISME DE LA DIPUTACIÓ DE TARRAGONA (COSTA DAURADA I TERRES DE L'EBRE)
47	PARTICIPACIÓ A L'ESPAI MILLORA DE CICLOTURISME DEL PATRONAT DE TURISME DE LA COSTA DAURADA

ACCIONS A CANALS ESPECIALITZATS

48	CREACIÓ DE COMPTE A WIKILOC PER LA DESCÀRREGA DE RUTES DE L'OUTDOOR PARK
49	CANAL STRAVA "OUTDOOR PARK" I CHALLENGE
50	COL·LABORACIONS AMB INFLUENCERS, BLOCAIRES I PORTALS ESPECIALITZATS EN EL TURISME FAMILIAR
51	ACORD DE CO-MÀRQUETING AMB OTA O TOUR OPERADOR DE TURISME ACTIU
52	CAMPANYA DE MITJANS ESPECIALITZATS
53	ASSISTIR A FIRES ESPECIALITZADES EN SENDERISME I CICLOTURISME

ESTRATÈGIA DE CONTINGUTS I INBOUND MÀRQUETING

54	CREACIÓ D'UN BLOG AMB CONTINGUTS SEGMENTATS
55	LANDING PAGES PER TEMPORADA
56	ACCIONS D'INBOUND MARKETING PER CAPTACIÓ DE LEADS
57	IMPLEMENTACIÓ DE CRM I MARKETING AUTOMATION
58	CAMPANYES E-MAIL MARKETING PER TEMPORADA



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 29: ACTUALITZACIÓ MATERIALS PROMOCIONALS EXISTENTS INCORPORANT EL NOU BRANDING

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024	
DESCRIPCIÓ				
Actualització dels materials divulgatius de les Terres de Mestral amb les noves marques, relat, claims i imatges. Posar especial atenció en la promoció de l'Outdoor Park com a producte estrella de la destinació, i repensar l'enfocament dels fulletons per tal d'orientar-los a la demanda tenint en compte els principals públics objectiu de la destinació (famílies, turistes actius i esportius). En concret, els materials a actualitzar són: - Fulletó presentació destinació - Mapa Terres de Mestral - Camí de Mestral				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
6.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització			
ACTUACIÓ 30: EDICIÓ D'UN MAPA GUIA DE L'OUTDOOR PARK			
PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT
Baixa	Mitja	Alta	2024
DESCRIPCIÓ			
Elaborar un material divulgatiu específic per a la promoció de l'oferta de l'Outdoor Park que incorpori la marca “Terres de Mestral, Outdoor Park de la Costa Daurada” amb el nou branding, relat i imatges creats. La distribució de la informació s'haurà de desenvolupar en base als 4 pilars temàtics que estructurin l'Outdoor Park: Nàutic Park, Bike land, senderisme temàtic del mar a la muntanya i escalada/vies ferrades. El fulletó s'orientarà tenint en compte els principals públics objectiu de l'Outdoor Park: les famílies, els turistes actius i esportius. El fulletó s'editarà en idiomes (català, castellà, anglès i francès) i ha de permetre ser un material inspirador i de planificació, amb informació de les top experiències de l'Outdoor Park, els nous equipaments i els principals itineraris de senderisme, cicloturisme i escalada/ vies ferrades.			
SEGMENT			MERCAT
▪ Famílies, turistes actius i esportius			▪ Tots els mercats identificats
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL	
5.000 €		No realitzada	En desenvolupament Completat



EXEMPLE MAPA OUTDOOR PARK





PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 31: CREACIÓ DE NOU MATERIAL PROMOCIONAL (GRAN TOUR BTT CAMÍ MESTRAL, FULLETÓ FAMÍLIES, FULLETÓ EXPERIÈNCIES)

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2025	
DESCRIPCIÓ				
Editar nous materials en diferents idiomes per a la promoció de productes específics, adreçats a un buyer persona en concret, o que responguin a necessitats no cobertes amb els actuals materials divulgatius de les Terres de Mestral. Concretament, es proposen els següents materials: - Fulletó Camí de Mestral per BTT: per a la promoció del nou producte específic de cicloturisme (ha d'incloure informació tècnica de l'itinerari). - Fulletó adreçat al públic familiar: elaborar un material específic que agrupi els recursos més atractius per a les famílies i l'oferta especialitzada. - Fulletó TOP experiències a les Terres de Mestral: fulletó per al suport de comercialització de les activitats.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
6.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



FULLETONS ADREÇATS AL PÚBLIC FAMILIAR





PROGRAMES OPERATIUS. Pla d'accions

EXEMPLE FULLETÓ EXPERIÈNCIES

2022

Experiències · Experiences · Experiences

LA MASSANA

MASSANA GENERAL, CARTE D'ENTRÉE, GRAN BALAI

08 · 09 · 10 · 11 · 12

La Massana

OFICINA DE TURISME
Oficina de turismo | Office du tourisme | Tourism Office

Plaça de les Fontaines
Tel. (+376) 835 693
Tel. (+376) 608 726
turisme@comunismassana.ad
www.visitlamassana.ad

NO ET POTS PERDRE... NO TE PUEDES PERDER · À NE PAS MANQUER · DON'T MISS



DESCOBREIX ELS LLACS DEL PARC NATURAL DEL COMAPEDROSA

El Parc és un espai protegit que inclou el pic més alt d'Andorra, el Comapedrosa, amb 2.942m. Imponent paisatge d'alta muntanya amb llacs, cascades, tot tipus de senders i refugis. Durant l'estiu, el parc ofereix un servei d'excursions guiades diàries a peu i a cavall. www.comapedrosa.ad | [@pncomapedrosa](https://twitter.com/pncomapedrosa)

DESCUBRE LOS LAGOS DEL PARQUE NATURAL DEL COMAPEDROSA
El Parque es un espacio protegido que incluye el pico más alto de Andorra, el Comapedrosa, con 2.942m. Imponente paisaje de alta montaña con lagos, cascadas, todo tipo de senderos y refugios. Durante el verano, el parque ofrece un servicio de excursiones guiadas diarias a pie y a caballo. www.comapedrosa.ad | [@pncomapedrosa](https://twitter.com/pncomapedrosa)

DÉCOUVREZ LES LACS DU PARC NATUREL DU COMAPEDROSA
Le Parc est un espace protégé dans lequel il y a le sommet le plus haut d'Andorre, le Comapedrosa, avec 2.942m. Il s'agit d'un paysage grandiose d'haute montagne avec des lacs, cascades, différents types de sentiers et refuges. Pendant l'été, le parc offre un service quotidien de randonnées à pied et à cheval. www.comapedrosa.ad | [@pncomapedrosa](https://twitter.com/pncomapedrosa)

DISCOVER THE LAKES OF THE COMAPEDROSA NATURAL PARK
The Park is a protected area in which there is the highest peak of Andorra, Comapedrosa, 2.942m high. Stunning high mountain landscapes with lakes, waterfalls, all sorts of trails and refuges. Daily hiking and horse-riding guided routes are offered in Summer. www.comapedrosa.ad | [@pncomapedrosa](https://twitter.com/pncomapedrosa)



DESCOBREIX EL CONJUNT HISTÒRIC RURAL DE PAL

Un dels conjunts històrics rurals més ben conservats del Principat amb una estructura purament pirinenca. Sant Climent de Pal XI-XII, de planta rectangular, conserva una part important de murs romànics. Campanari d'estil llobard amb finestres geminades. Les de l'últim pis són dobles, úniques a Andorra.

DESCUBRE EL CONJUNTO HISTÓRICO RURAL DE PAL
Uno de los conjuntos históricos rurales más bien conservados del Principado con una estructura puramente pirenaica. Sant Climent de Pal XI-XII, de planta rectangular, conserva una parte importante de muros románicos. Campanario de estilo lombardo con ventanas geminadas. Las del último piso son dobles, únicas en Andorra.

DÉCOUVREZ LE SITE HISTORIQUE RURAL DE PAL
Un des sites historiques ruraux le plus bien conservé de la Principauté avec une structure traditionnelle des Pyrénées. Saint Clément de Pal XI-XII avec une surface rectangulaire, conserve une partie importante de murs romains. Le clocher de style lombard avec des fenêtres jumelées. Celles du dernier étage étant doubles, uniques en Andorre.

DISCOVER THE RURAL HISTORICAL SITE OF PAL
It is one of the best preserved historical sites of Andorra having a Pyrenean structure. The church of Saint Clément of Pal. 11th-12th Centuries, has a rectangular floor and roman walls. It has a Lombard style bell tower with geminated windows and those from the last



DE CUB A CUB PER LA MASSANA

Cinc itineraris pensats per fer en família on hi podreu descobrir: els oficis, la ramaderia, la biodiversitat, la pedra seca i el bosc. Demana el teu passaport sobre els cinc itineraris.

DE CUBO A CUBO POR LA MASSANA
Cinco itinerarios pensados para hacer en familia donde podréis descubrir: los oficios, la ganadería, la biodiversidad, la piedra seca y el bosque. Pide tu pasaporte sobre los cinco itinerarios.

CUBE À CUBE DANS LA MASSANA
Cinq itinéraires conçus pour les familles où vous pourrez y découvrir: les métiers, l'élevage, la biodiversité, la pierre sèche et la forêt. Demandez votre passeport sur les cinq itinéraires.

FROM CUBE TO CUBE IN LA MASSANA
Five family routes to explore: traditional crafts, cattle raising, biodiversity, dry stone and forest. Ask your five route passport.



SALVA LA SERENALLA

El joc de pistes **Salvem la Serenalla** és una de les eines d'aprenentatge més pràctiques i divertides per conèixer el Parc natural del Comapedrosa. Encara que el joc està pensat pels nens, els adults també hi poden participar! Podreu salvar la Serenalla?

SALVA A LA SERENELLA
El juego de pistas **Salvemnos a la Serenella** es una de las herramientas de aprendizaje más prácticas y divertidas para conocer el Parque natural del Comapedrosa. Aunque el juego está pensado para los niños, los adultos también pueden participar! ¿Podréis salvar a la Serenella?

SAUVEZ LE LÉZARD
Le jeu de pistes **Salvons le Léopard** est l'un des outils d'apprentissage pratiques les plus efficaces et ludiques pour en savoir un peu plus sur le Parc naturel du Comapedrosa. Bien que le jeu soit conçu pour les enfants, les adultes peuvent aussi y participer! Pourrez-vous sauver le léopard?

SAVE THE LIZARD
The Clue Game **Save the Lizard** is one of the funniest and educational ways of learning about the Comapedrosa Natural Park. Even though it is a children's game, adults can also participate! Will you be able to save the Lizard?



TROBA EL TAMARRO

Potser no has sentit parlar mai dels tamarros, o potser sí. Segui com sigui, ara tens l'oportunitat de descobrir-los i donar-los un cop de mà. Aquests éssers entremaliats, meitat llegenda i meitat imaginació popular, viuen en el seu món particular. Pel que sabem, a Andorra n'hi ha almenys set. Us animeu a buscar-los?

ENCUENTRA AL TAMARRO
Quizás no hayas oído hablar jamás de los tamarros, o quizás sí. Sea como sea, ahora tienes la oportunidad de descubrirlos y echarles una mano. Estos seres travessos, mitad leyenda y mitad imaginación popular, viven en su mundo particular. Por lo que sabemos,



JUGA A L'ESCAPE ELS PASSADORS

Un joc basat en l'Escape Room, trepidant i a l'aire lliure on, amb l'ajuda dels materials que els jugadors trobaran dins d'una maleta, conèixeran la història dels passadors de la Massana que ajudaven a passar fugitius per les muntanyes durant la Segona Guerra Mundial. Una veritable experiència on tu seràs el protagonista.

JUEGA AL ESCAPE ELS PASSADORS
Un juego basado en Escape Room, trepidante y al aire libre donde con la ayuda de los materiales que los jugadores encontrarán dentro de una maleta, conocerán la historia de los Pasadores de la Massana que ayudaban a pasar fugitivos durante la Segunda Guerra Mundial. Una verdadera experiencia donde tu serás el protagonista.

JEU EN ESCAPE ELS PASSADORS
Un jeu basé sur Escape Room, trépidant et en plein air où avec l'aide des matériaux que les joueurs trouveront dans une valise vous allez connaître l'histoire des « Passadors » de la Massana qui aidaient à faire passer les fugitifs pendant la Deuxième Guerre Mondiale. Une vraie expérience où vous serez le protagoniste.

PLAY AT ESCAPE PASSADORS
An outdoor hectic Escape Room game in which using the materials found in a suitcase you will learn about the history of those people who helped Second World War fugitives. A genuine experience in which you will be the main protagonist.



DIVERTEIX-TE AMB ESCAPELAND LA MASSANA

"La batalla dels pastors", basada en la lluita entre Pal i Òs de Civils per les pastures de Setúria. La mítica llegenda traspasada a un divertit joc.

DIVERTETE CON ESCAPELAND LA MASSANA
"La batalla de los pastores", basada en la lucha entre Pal y Ós de Civils por las pasturas de Setúria. La mítica leyenda traspasada a un divertido juego.

AMUSEZ-VOUS AVEC ESCAPELAND LA MASSANA
"La bataille des bergers", basée sur la lutte entre Pal et Ós de Civils pour les pâtures de Setúria. La légende mythique transformée en un jeu amusant.

HAVE FUN AT ESCAPELAND LA MASSANA
"The Shepherd's fight" based on the fight between Pal and Ós de Civils for the pastures in Setúria. A funny game based on this mythical legend.



CANVIA LA HISTÒRIA AMB BORIS I, REI D'ANDORRA

El nou escape d'Anissal teatralitzat a l'aire lliure és una experiència única que et transportarà a un punt ben curiós de la història d'Andorra. Un joc basat en fets reals. Aconseguiràs canviar la història?

CAMBIA LA HISTORIA CON BORIS I, REI DE ANDORRA
El nuevo escape de Anissal teatralizado al aire libre es una experiencia única que te



DEGUSTA LA MASSANA LLAMINERA

Una excel·lent experiència gastronòmica que permet degustar els dolços i els postres més deliciosos a les botigues gastronòmiques, a les granges i a les pastisseries i als restaurants de la Massana.

DÉGUSTE LA MASSANA GOLOSA
Une excellente expérience gastronomique qui permet déguster les douceurs et les desserts les plus délicieux dans les boutiques gastronomiques, les pâtisseries et les restaurants de la Massana.

DÉGUSTEZ LA MASSANA GOURMANDE
Une vraie expérience gastronomique qui permet de déguster les gâteaux et desserts les plus délicieux dans les boutiques gastronomiques, les pâtisseries et les restaurants de la Massana.

TASTE THE SWEETS OF LA MASSANA
An excellent gastronomic experience tasting sweets and delicious desserts found in gastronomic shops, cake shops and restaurants in la Massana.



VINE A DEGUSTAR LA MASSANA FOGONS

A la tardor i a l'hivern, gaudeix de les jornades de cuina La Massana Fogons. Els restaurants que participen ofereixen uns àpats especialment preparats per a l'ocasió, amb receptes innovadores elaborades fent servir productes de temporada. [@lamassanafogons](https://twitter.com/lamassanafogons)

VEN A DEGUSTAR LA MASSANA FOGONS
En otoño e invierno, disfruta de las jornadas de cocina La Massana Fogons. Los restaurantes que participan ofrecen unos platos especialmente preparados para la ocasión, con recetas innovadoras elaboradas con productos de temporada. [@lamassanafogons](https://twitter.com/lamassanafogons)

VENEZ DÉGUSTER LA MASSANA FOGONS
En automne et hiver, profitez des journées de cuisine La Massana Fogons. Les restaurants participants offrent des repas spécialement préparés pour l'occasion, avec des recettes innovantes élaborées avec des produits de saison. [@lamassanafogons](https://twitter.com/lamassanafogons)

TASTE LA MASSANA FOGONS
La Massana Fogons Gastronomic Days take place in Autumn and Winter. Gastronomic meals specially cooked for the occasion with innovative recipes using seasonal products are offered in all restaurants taking part these days. [@lamassanafogons](https://twitter.com/lamassanafogons)



APROPAT ALS PRODUCTORS LOCALS

No deixis de visitar els productors locals de la Massana. T'oferran els seus millors productes de proximitat: xocolata de Xocoland, melmelades de El



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 32: IMPRESSIÓ DEL MATERIAL DIVULGATIU

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2025	
DESCRIPCIÓ				
Es proposa imprimir tirades curtes de tots els nous materials divulgatius de les Terres de Mestral i els materials actualitzats a fi de poder utilitzar-los en accions promocionals offline (fires, famtrips, presstrips, workshops, street marketing...) així com per informar als visitants a través de les oficines de turisme i equipaments Outdoor Park. La impressió es farà sempre segons necessitats i per temporada, seleccionant de forma curosa quines quantitats dels materials cal disposar als punts d'informació, per a accions promocionals, etc.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
8.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 33: MICRO-VÍDEOS DE PROMOCIÓ SEGMENTATS

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024	
DESCRIPCIÓ				
Edició de micro-vídeos per a la promoció segmentada dels productes estratègics de la destinació (sol i platja, senderisme, cicloturisme, activitats nàutiques, escalada...), segons els buyers persona prioritaris (famílies, turistes actius, esportius...) o la temporada. El format vídeo és l'eina més potent actualment en el màrqueting i la disposició d'aquestes càpsules serviran per nodrir la nova pàgina web, les xarxes socials així com per a utilitzar en accions promocionals. Es proposa elaborar vídeos de 20 segons aprofitant la producció del vídeo de posicionament. És important la definició prèvia del guió i del format perquè els vídeos siguin innovadors, transmetin les necessitats a cobrir amb les experiències per a cadascun dels perfils així com les emocions que sentiran al gaudir-les, sorprenguin al visitant i convidin a compartir-los.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
6.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



EXEMPLE MICRO VÍDEOS PER TIPUS DE PÚBLIC



Ruta del Vino de Rioja Alta
Viajar con amigos Teaser

13 visualitzacions • fa 7 mesos



Ruta del Vino de Rioja Alta
Viajar en Familia Teaser

12 visualitzacions • fa 7 mesos



Ruta del Vino de Rioja Alta
Viaje Senior Teaser

6 visualitzacions • fa 7 mesos



Ruta del Vino de Rioja Alta
Viajar en pareja Teaser

11 visualitzacions • fa 7 mesos



San Sebastián para Foodies

31m visualitzacions • fa 1 any



San Sebastián para los viajeros más exigentes

15m visualitzacions • fa 1 any



San Sebastián para viajeros incansables

49m visualitzacions • fa 1 any



San Sebastián para los viajeros más exigentes

3,3m visualitzacions • fa 1 any





EXEMPLE MICRO VÍDEOS PER TEMPORADA



VÍDEOS



Verano



Otoño



Invierno



Primavera



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 34: CONTINGUTS SEGMENTATS PER BUYER PERSONA

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Edició de continguts segmentats per buyers persona per adreçar la promoció a través de la pàgina web, les xarxes social, el blog i la newsletter a cadascun dels públics objectius de les Terres de Mestral de forma efectiva. Serà interessant produir una àmplia varietat de continguts en diferents idiomes que mostrin els principals atractius i oferta d'interès per cadascun dels buyer persona, que es vinculi al relat de la destinació i es pugui adaptar a diferents canals i necessitats promocionals i comunicatives. Caldrà elaborar continguts principalment per als següents buyers persona: famílies, senderistes, cicloturistes, escaladors, amants de sol i platja, actius nàutics, runners, entre altres.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
5.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 35: ACCIÓ D'STREET MARKETING – ORIENTAT ALS PRINCIPALS BUYER PERSONA

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2025	
DESCRIPCIÓ				
Desenvolupar una acció d'street marketing adreçada al públic familiar, senderista i cicloturista de Catalunya per donar a conèixer les Terres de Mestral, Outdoor Park de la Costa Daurada i el Camí de Mestral (tant l'opció per fer a peu com l'opció en BTT). Es proposa produir un o diversos espais immersius i interactius adaptats al buyer persona que volem atreure que permeti a l'usuari traslladar-se a les Terres de Mestral a través de vídeos de 360 graus de paisatges atractius que simulin que l'usuari està fent el Camí de Mestral a peu o en bicicleta o una altra experiència de l'Outdoor Park. Es preveu que sigui una acció que pugui ser itinerant i tenir lloc en diferents poblacions a banda de Barcelona, per tal d'atreure diferents públics de Catalunya. L'acció anirà acompanyada d'algun element de gamificació, premis i sorteigs d'estades a les Terres de Mestral.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Famílies, senderistes i cicloturistes			▪ Catalunya	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
25.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



EXEMPLE STREET MÀRQUETING





EXEMPLE ESPAI IMMERSIU ITINERANT





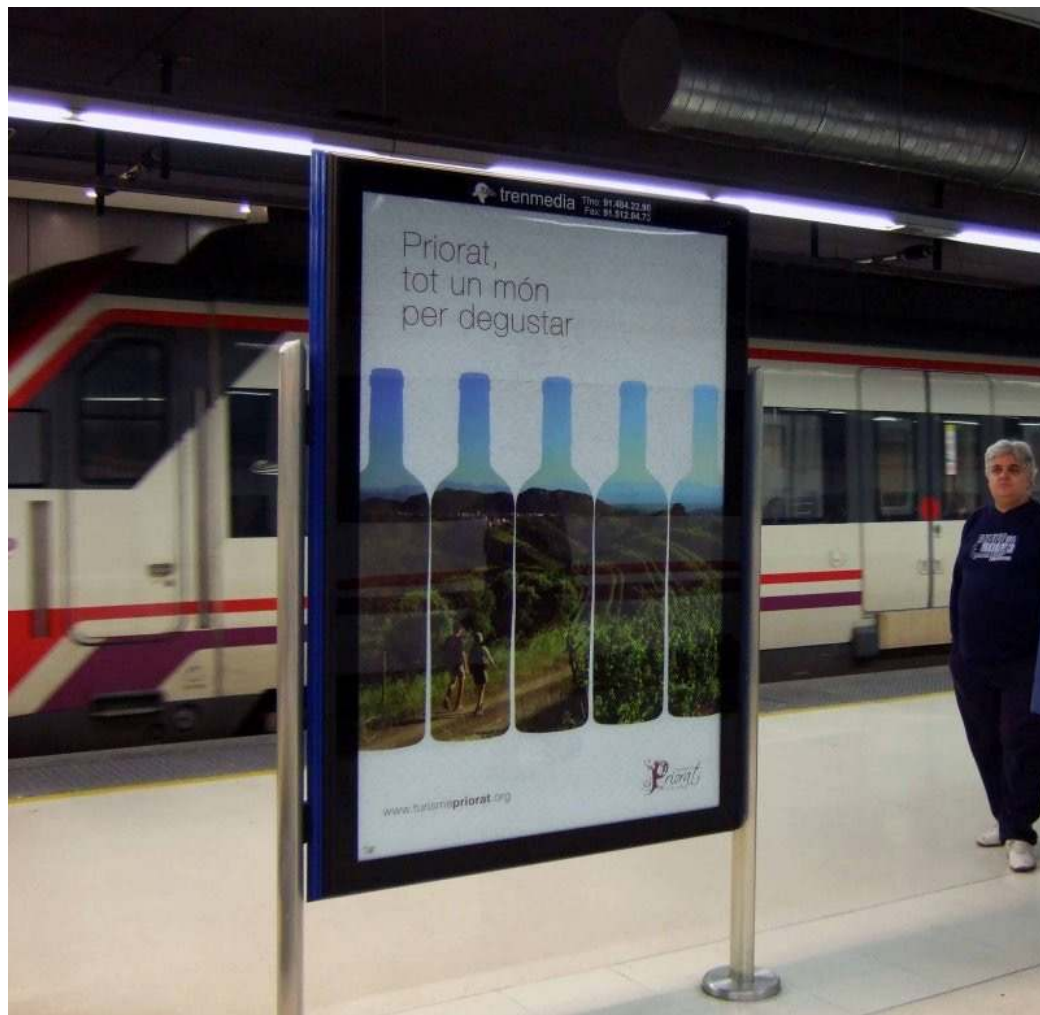
PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 36: MUPIS A BCN – CREATIVITAT OUTDOOR PARK EN FAMÍLIA

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2025	
DESCRIPCIÓ				
Campanya promocional als mupis i marquesines de Barcelona que projectin una creativitat amb la marca Terres de Mestral, Outdoor Park de la Costa Daurada i una imatge atractiva d'una família realitzant una experiència de l'Outdoor Park a fi de donar a conèixer la destinació i posicionar-la com a destinació de turisme actiu i esportiu especialitzat en aquest segment de mercat.				
Es tracta d'una acció de promoció i de branding que han de contribuir a generar imatge de destinació i notorietat de marca, situant les Terres de Mestral en l'imaginari col·lectiu.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Famílies			▪ Catalunya i turistes que pernocten a Barcelona	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
15.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



EXEMPLE CAMPANYA ALS MUPIS DE BARCELONA





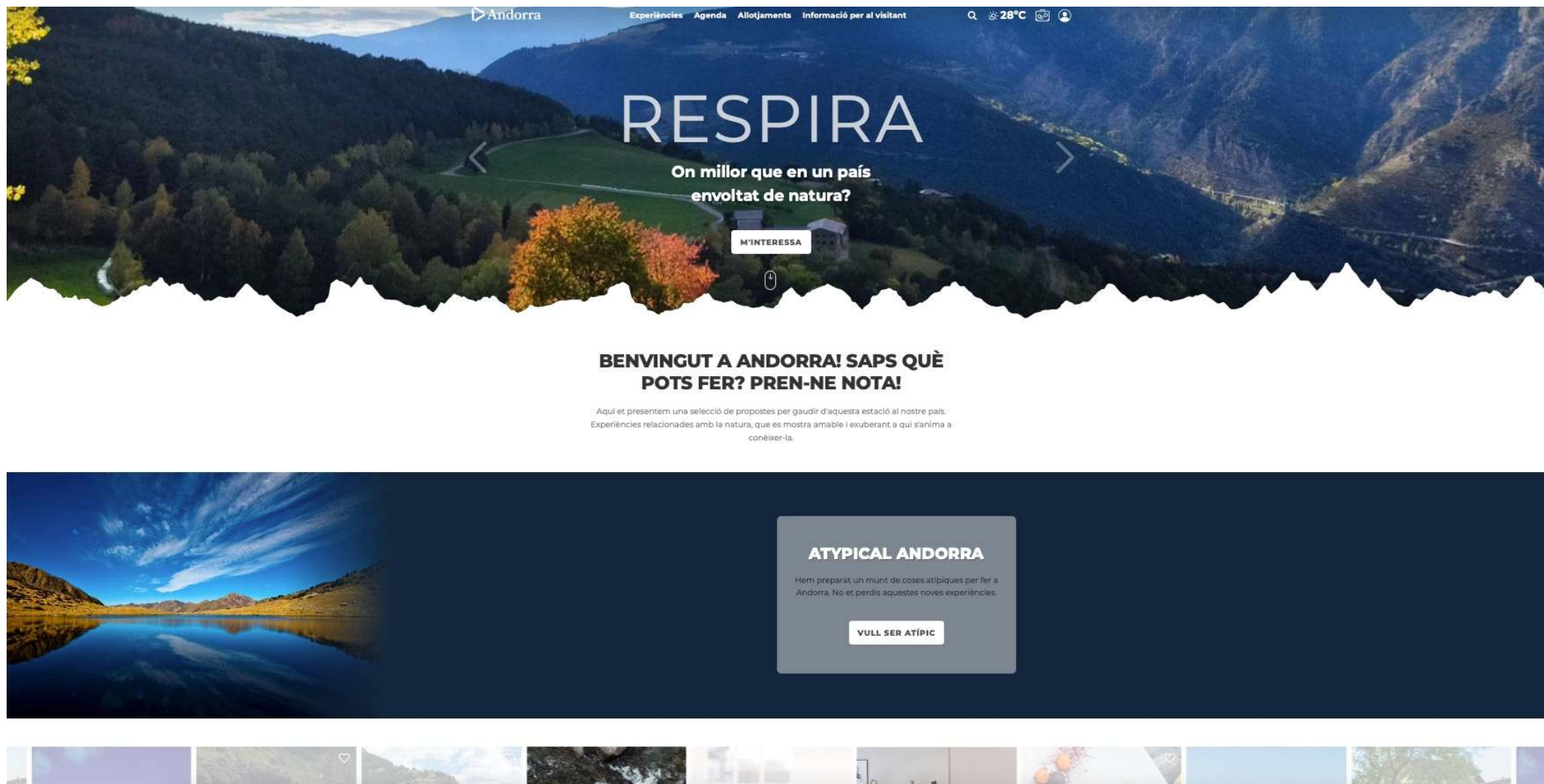
PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 37 : NOVA WEB DE PROMOCIÓ TURÍSTICA

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024	
DESCRIPCIÓ				
Desenvolupament d’una nova web de promoció turística inclusiva que esdevingui la principal eina de màrqueting de la destinació, responent a les diferents fases del cicle de compra dels usuaris: inspiració, planificació, reserva, experiència i prescripció. La nova web haurà d’incorporar el nou branding (logos i claims) i destacar la secció d’Outdoor Park com a producte estrella de la destinació. La pàgina d’inici haurà de ser molt atractiva amb imatges i vídeos experiencials de paisatges i dels principals targets fent activitats outdoor. Els continguts seran organitzats en línia al nou posicionament i el pes estratègic de cadascun dels productes i targets. A nivell comunicatiu, ha d’esdevenir també una plataforma d’inspiració a través del relat, textos seductors micro-segmentats, integració d’un blog, continguts de les xarxes socials, inbound marketing, etc. Cal reforçar a més la vinculació amb les marques turístiques de la destinació (Vandellòs i l’Hospitalet de l’Infant, Tivissa, Pratedip) i les destinacions paraigües (ACT, Costa Daurada, Terres de l’Ebre) enllaçant les seves pàgines web de promoció turística a la pàgina d’inici amb els logos. Pel que fa a la planificació i reserva, la web esdevindrà també el punt de referència per la venda d’experiències de la destinació i de l’Outdoor Park amb el nou e-commerce integrat i la promoció i venda de l’Outdoor Park Card. També es facilitarà i destacarà els principals fulletons de les Terres de Mestral i el contacte a través de formulari.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
15.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



EXEMPLE PÀGINA WEB





PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 38: E-COMMERCE

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024	
DESCRIPCIÓ				
Integrar una plataforma de reserves a la pàgina web per tal d’afavorir la venda d’experiències de la destinació. Aquesta plataforma ha de permetre filtrar les experiències per temàtica i perfil de turista, reservar i fer el pagament de l’activitat. Es proposa també destacar les TOP experiències a l’inici de la plataforma segons la temporada, així com recomanar automàticament activitats complementàries a l’usuari després de la compra d’una experiència.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
18.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 39: OUTDOOR PARK CARD - TARGETA COMBINADA PER A LA COMERCIALITZACIÓ DE LES EXPERIÈNCIES

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024	
DESCRIPCIÓ				
Creació d'una targeta combinada de propostes de l'Outdoor Park per fomentar la comercialització d'activitats, millorar l'experiència del visitant i generar imatge de destinació. Les “travel cards” permeten que el turista tingui al seu abast una eina còmoda i pràctica per consumir activitats a la destinació sense necessitat de fer cues i pagar les activitats per separat. És també una bona eina d'informació de totes les atraccions i propostes que hi ha a la destinació. Per tal que la targeta s'adeqüi a diferents perfils de visitants així com diferents necessitats es dissenyaran 3 opcions amb preus diferents, en base a criteris de durada (nombre de dies que es pot utilitzar la targeta), o nombre d'activitats i/o valor econòmic (crèdits a gastar en activitats). També es proposa que la targeta tingui preus diferents per als menors d'edat (diferents preus per franges d'edat) i que faciliti descomptes a altres serveis de la destinació com restaurants, visites a productors locals, visites culturals, etc. Les targetes es vendran a través de dispensadors de forfaits amb pantalla per facilitar la compra al visitant.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
45.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



EXEMPLE TARGETA COMBINADA D'ACTIVITATS – HERO CARD (LES ARCS)

HERO PASS

PROFITEZ DES ACTIVITÉS SELON VOS ENVIES !

Accès aux remontées mécaniques, espaces aquatiques et de nombreuses activités.

**À PARTIR DE
41€/ 7 JOURS**

HERO CAMP

PROFITEZ DES ACTIVITÉS ENCADRÉES PAR NOS HERO COACH !

Groupe de 4 à 17 ans et différents programmes tout au long de la saison.

**À PARTIR DE
194€/ 7 JOURS**

HERO COOL

ORGANISEZ VOTRE JOURNÉE EN TOUTE LIBERTÉ !

Avec les crédits loisirs HERO COOL profitez d'activités pour toute la famille.

**À PARTIR DE
4,50€ LE HERO COOL**

ARC 1800

PROGRAMMES RANDONNEES

SAM.

05

JUILLET

DIM.

06

JUILLET

LUN.

07

JUILLET

MAR.

08

AOÛT

MER.

09

AOÛT

JEU.

10

AOÛT

VEN.

11

AOÛT

PROGRAMMES FITNESS

ESPACE GYM DOUCE

HERO FITNESS CLASS

PLACE MIRAVIDI



FITNESS
HERO

ESPACE GYM DOUCE - ARC 1800
Rue de la Vallée, 1800

SEMAINE	DATE	HEURE	COÛT	INSTRUMENTS	INSTRUMENTS
01	05	18h00	10,00	10,00	10,00
02	06	18h00	10,00	10,00	10,00
03	07	18h00	10,00	10,00	10,00
04	08	18h00	10,00	10,00	10,00
05	09	18h00	10,00	10,00	10,00
06	10	18h00	10,00	10,00	10,00
07	11	18h00	10,00	10,00	10,00
08	12	18h00	10,00	10,00	10,00
09	13	18h00	10,00	10,00	10,00
10	14	18h00	10,00	10,00	10,00
11	15	18h00	10,00	10,00	10,00
12	16	18h00	10,00	10,00	10,00
13	17	18h00	10,00	10,00	10,00
14	18	18h00	10,00	10,00	10,00
15	19	18h00	10,00	10,00	10,00
16	20	18h00	10,00	10,00	10,00
17	21	18h00	10,00	10,00	10,00
18	22	18h00	10,00	10,00	10,00
19	23	18h00	10,00	10,00	10,00
20	24	18h00	10,00	10,00	10,00
21	25	18h00	10,00	10,00	10,00
22	26	18h00	10,00	10,00	10,00
23	27	18h00	10,00	10,00	10,00
24	28	18h00	10,00	10,00	10,00
25	29	18h00	10,00	10,00	10,00
26	30	18h00	10,00	10,00	10,00
27	31	18h00	10,00	10,00	10,00

Recevez votre carte HERO!
HERO Fitness et Group

En vente
à 10,00 € pièce



FITNESS
HERO

HERO FITNESS CLASS
VENUEZ VOUS FAIRE DE NOUS 5 JOURS
Place Haute des Villards

4 Coachs / 2H de Fitness

HERO
FITNESS



FITNESS
HERO

PLACE DU MIRAVIDI - ARC 1800
Rue de la Vallée, 1800

SEMAINE	DATE	HEURE	COÛT	INSTRUMENTS	INSTRUMENTS
01	05	18h00	10,00	10,00	10,00
02	06	18h00	10,00	10,00	10,00
03	07	18h00	10,00	10,00	10,00
04	08	18h00	10,00	10,00	10,00
05	09	18h00	10,00	10,00	10,00
06	10	18h00	10,00	10,00	10,00
07	11	18h00	10,00	10,00	10,00
08	12	18h00	10,00	10,00	10,00
09	13	18h00	10,00	10,00	10,00
10	14	18h00	10,00	10,00	10,00
11	15	18h00	10,00	10,00	10,00
12	16	18h00	10,00	10,00	10,00
13	17	18h00	10,00	10,00	10,00
14	18	18h00	10,00	10,00	10,00
15	19	18h00	10,00	10,00	10,00
16	20	18h00	10,00	10,00	10,00
17	21	18h00	10,00	10,00	10,00
18	22	18h00	10,00	10,00	10,00
19	23	18h00	10,00	10,00	10,00
20	24	18h00	10,00	10,00	10,00
21	25	18h00	10,00	10,00	10,00
22	26	18h00	10,00	10,00	10,00
23	27	18h00	10,00	10,00	10,00
24	28	18h00	10,00	10,00	10,00
25	29	18h00	10,00	10,00	10,00
26	30	18h00	10,00	10,00	10,00
27	31	18h00	10,00	10,00	10,00

Recevez votre carte HERO!
HERO Fitness et Group

En vente
à 10,00 € pièce

PROGRAMMES TRAILS

PROGRAMMES TRAIL DES

PROGRAMMES ESCALADE

RÉSERVEZ VOS ACTIVITÉS EN LIGNE

Réserver →

CIRQUE

Réserver →

FITNESS

Réserver →

PARCOURS AVENTURE



EXEMPLE TARGETA COMBINADA D'ACTIVITATS – HERO CARD (LES ARCS)



 HERO COOL			
5 crédits loisirs	10 crédits loisirs	20 crédits loisirs	30 crédits loisirs
21€	40€	76€	108€

Activités disponibles ▼

- 5  **Parcours Accrobranche*** 6 - 17 ans
- 4  **Escalade*** ≥ 8 ans
- 4  **Randonnée 1/2 journée*** dès 6 ans
- 4  **Trail*** ≥ 16 ans
- 3  **Parcours Aventure Tyrolienne*** 8 - 17 ans
- 3  **Mountain Kart** dès 12 ans et 1,40m
- 3  **Biathlon Laser**
- 3  **Fitness** ≥ 13 ans
- 3  **Cirque*** ≥ 6 ans
- 2  **NOUVEAU : Big Air Bag** ≥ 6 ans

- 2  **Mini-golf** dès 3 ans
- 2  **Parcours Aventure Mini*** 3 - 6 ans
- 1  **Parcours Aventure Filet** 2 - 6 ans
- 1  **Mini quad** 3 - 6 ans
- 1  **Structures gonflables** 3 - 13 ans
- 1  **Mini Park** 2 - 5 ans
- 1  **Trampoline** dès 3 ans
- 1  **Trampo bungy** dès 3 ans

* Réservation obligatoire





EXEMPLE TARGETA COMBINADA D'ACTIVITATS – HERO CARD (LES ARCS)





ALTRES EXEMPLES DE TARGETES COMBINADES D'ACTIVITATS

Bessans
Haute Maurienne Vanhoise

Bonneval sur Arc
Haute Maurienne Vanhoise

PASS BESSANS BONNEVAL sur arc

36 €
AU LIEU DE 117 €

PASS ACTIVITÉS

1 JOURNÉE AUX REMONTÉES MÉCANIQUES DE VAL CENIS EN ILLIMITÉ
*Sous réserve des dates d'ouvertures des remontées mécaniques.

TRANSPORT EN BUS ILLIMITÉ DANS TOUTE LA VALLÉE DE LA HAUTE MAURIENNE VANHOISE

PISTE ROLLER/SKI ROUE DE BESSANS EN ILLIMITÉ

1 HEURE DE LOCATION DE ROLLER AU CARRELEY A BESSANS

1 INITIATION BIATHLON A BESSANS

1 INITIATION MARCHÉ NORDIQUE

1 VISITE DE L'ÉRABLO DE BESSANS

1 ACCÈS AU DIAPORAMA PAR OLIVIER TROMPETTE

BUS BONNEVAL-ECOT EN ILLIMITÉ

1 ACCÈS À L'ANIMATION « FABRICATION DE BRACELET DE SURVIE »

* L'ACCÈS À UNE 100^{ème} D'ACTIVITÉS À PRIX RÉDUIT SUR TOUT LE TERRITOIRE

Val d'Isère

VAL PASS

VIVRE SANS LIMITE
UNLIMITED ENJOYMENT

1 JOUR/DAY 29€

6 JOURS/DAY 99€ +

ADDITIONAL PASS SUPPLÉMENTAIRE 69€

SAISON/SEASON 299€

PROFITEZ DE 25 ACTIVITÉS EN ILLIMITÉ !
ENJOY 25 UNLIMITED ACTIVITIES!

ET UNE SÉLECTION À -10%
AND A SELECTION WITH 10% OFF



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 40: DISPLAYS ALS ESTABLIMENTS PER AFAVORIR LA RESERVA I VENDA D'EXPERIÈNCIES

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024	
DESCRIPCIÓ				
Fomentar l'ús de la plataforma de reserves d'experiències de la pàgina web de turisme de les Terres de Mestral mitjançant la incorporació de displays amb un codi QR als establiments de la destinació. D'aquesta forma, generem imatge de destinació, integrem el nou branding en les empreses i entitats del territori, així com facilitem i unifiquem la informació en tots els punts de contacte de la destinació.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
2.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



EXEMPLES DISPLAYS DE SOBRETAULA





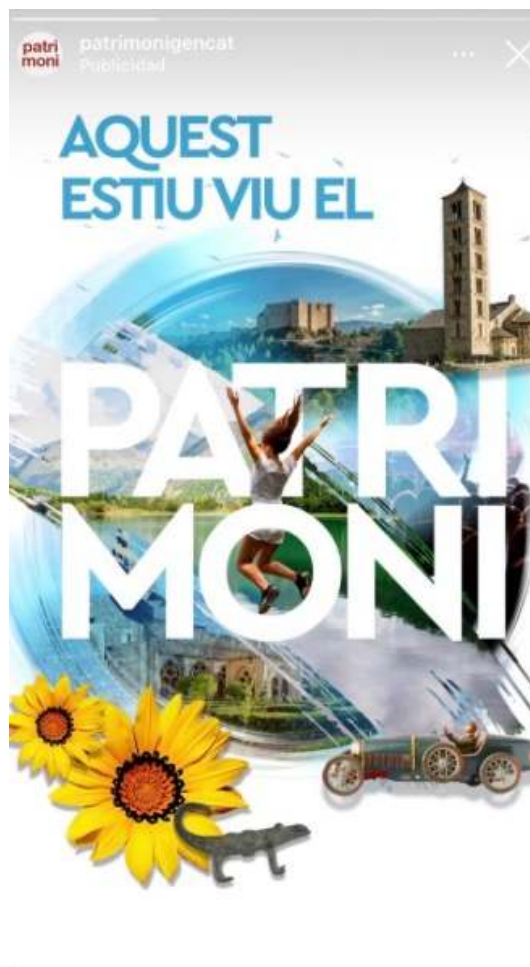
PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 41: CAMPANYES DE PUBLICITAT A XARXES SOCIALS

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Es proposa dissenyar i llançar campanyes de publicitat regulars a través dels perfils de xarxes socials de les Terres de Mestral a fi d'incrementar audiència i seguidors, i en definitiva, l'abast de la comunicació a través d'aquest canal. Es generaran anuncis micro-segmentats amb creativitats alineades al nou posicionament i relat. Es recopilarà dades dels principals indicadors a xarxes socials per tal d'avaluar els resultats i adaptar les següents campanyes si s'escau.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
2.000 €/ any		No realitzada	En desenvolupament	Completat



EXEMPLE PUBLICITAT XARXES SOCIALS





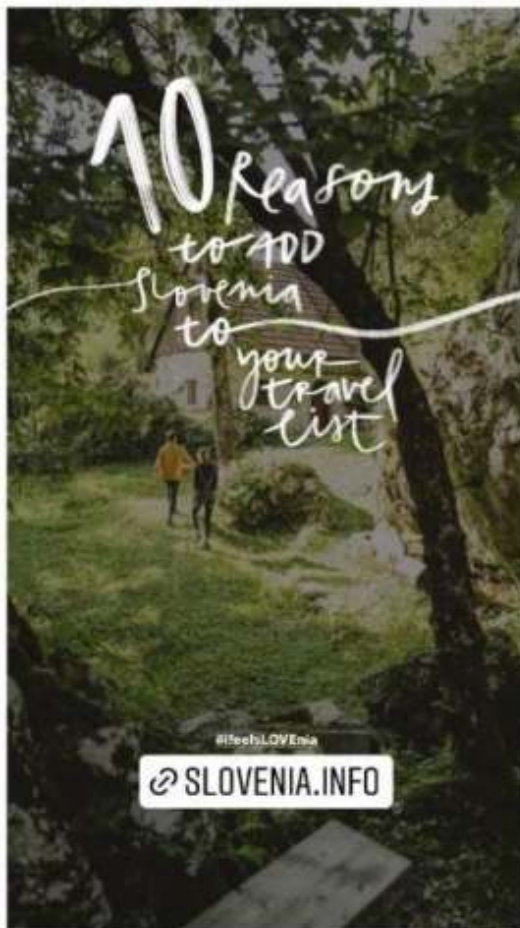
PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 42: ACCIONS PROMOCIONALS A TRAVÉS DE XARXES SOCIALS (SORTEIGS, USER-GENERATED CONTENT...)

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Es planteja desenvolupar diverses accions promocionals adreçades als canals de xarxes socials al llarg de tot l’any per captar nous seguidors, fomentar la interacció amb els usuaris i generar comunitat. Les accions poden incloure sorteigs d’estades a les Terres de Mestral amb diferents objectius. - Incrementar seguidors: per participar al sorteig s’ha de seguir el compte, recomanar a altres usuaris o compartir. - Generar continguts per part dels usuaris (User-generated content): concursos de fotografies, campanyes gamificades incentivant que els usuaris publiquin fotografies de llocs concrets (punts instagramejables, espais amagats, geocaching, vinculat a un esdeveniment...), etc. - Augmentar la interacció dels usuaris: respondre un quizz (es pot aprofitar per obtenir dades d’interès dels usuaris) o participar en un challenge... L’estratègia a xarxes socials ha d’incloure la publicació de continguts de qualitat (imatges experiencials i orientades a la demanda que identifiquin quins són els principals targets de la destinació, informació d’interès com propostes concretes...), prioritzar els formats vertical i vídeo (reels i històries), optimitzar els hashtags (ús hashtags de les marques turístiques #CostaDaurada, #TerresdelEbre, #Catalunyaexperience; hashtags dels municipis de la destinació; creació de hashtags per una acció concreta...) i vincular xarxes i web.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
2.500 €/ any		No realitzada	En desenvolupament	Completat

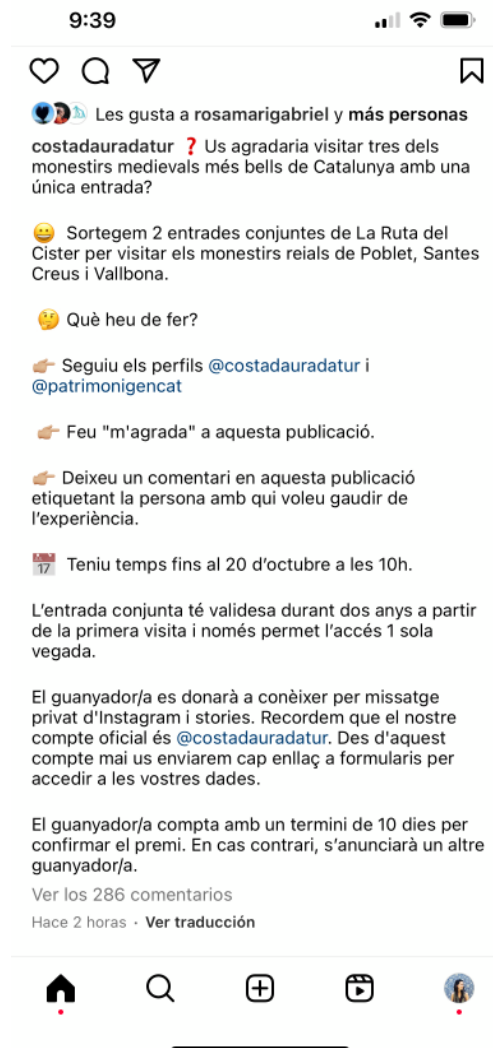


EXEMPLE CAMPANYA SOCIAL MEDIA MARKETING





EXEMPLE SORTEIG A XARXES SOCIALS





PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 43: ASSISTÈNCIA A FIRES I WOKSHOPS (ACT I DIPUTACIÓ DE TARRAGONA)

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Participació en fires i workshops d'interès per a les Terres de Mestral de la mà de l'Agència Catalana de Turisme i/o del Patronat de la Diputació de Tarragona. Es prioritzarà aquelles fires i workshops adreçats als mercats i segments prioritaris per a la promoció de les Terres de Mestral.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
3.000 €/ any		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 44: COL·LABORACIÓ EN FAMTRIPS I PRESSTRIPS (ACT I DIPUTACIÓ DE TARRAGONA)

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Participació als <i>famtrips</i> (TTOO i AAVV), <i>presstrips</i> (mitjans de comunicació i periodistes), <i>blogtrips</i> i <i>trips</i> d'influencers de mercats tant de proximitat, estatals com internacionals organitzats per l'Agència Catalana de Turisme i la Diputació de Tarragona. S'oferirà preus especials, descomptes i gratuïtats a les activitats a gaudir pels agents turístics al territori amb l'objectiu que els programes de viatge incloguin les Terres de Mestral com a destinació a visitar.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
3.000 €/ any		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 45: PARTICIPACIÓ ACTIVA A LES MARQUES SENDERISME A CATALUNYA I ACTIU I AVENTURA (ACT)

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Assistir a les reunions periòdiques de les marques "Senderisme a Catalunya" i "Actiu i Aventura" de l'Agència Catalana de Turisme per detectar oportunitats de promoció i comercialització per a la destinació i participar activament a les iniciatives impulsades des d'aquests espais. A través de l'Agència Catalana de Turisme i les seves marques, es podrà accedir a accions i canals de major dimensió i abast, i arribar als públics estratègics per la destinació. D'altra banda, cal remarcar també l'accés a dades i accions d'intel·ligència de mercat a través d'aquests espais que ajudaran a la destinació a entendre amb més profunditat els segments de mercat als quals es vol posicionar i adaptar l'estratègia de promoció. Valorar l'adhesió a la marca adreçada a la promoció de turisme familiar (Platja/Muntanya en família) a fi de promocionar l'oferta especialitzada per aquest segment de mercat.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Senderistes, turistes actius, famílies			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
500 €/ any		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 46: SIGNAR EL CONVENI CORNER DEL PATRONAT DE TURISME DE LA DIPUTACIÓ DE TARRAGONA (COSTA DAURADA I TERRES DE L'EBRE)

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Signar el conveni que impulsa el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona anualment per a la promoció conjunta del territori a través de fires nacionals i internacionals, i campanyes de comunicació i publicitat multi-canal (tant offline com online). Participació en les fires i campanyes adreçades al mercat català i estatal. Es tracta d'una bona fórmula per poder gaudir d'una promoció i comunicació de major abast i de construir relacions amb el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona i les entitats de promoció turística de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
4.000 €/ any		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 47: PARTICIPACIÓ A L'ESPAI MILLORA DE CICLOTURISME DEL PATRONAT DE TURISME DE LA COSTA DAURADA

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Participació a les reunions i accions de l'espai de millora del cicloturisme a la Costa Daurada, iniciativa impulsada pel Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona per promocionar l'oferta de cicloturisme als mercats de proximitat, estatals i internacionals. Detectar oportunitats per l'impuls i promoció de l'oferta de turisme de bicicleta de l'Outdoor Park, en especial de BTT, però també de la futura Via Verda, itineraris ebike o de ciclisme de carretera. Donar a conèixer al Patronat de Turisme de la Costa Daurada (Diputació de Tarragona) el nou posicionament de les Terres de Mestral, amb l'Outdoor Park com a gran novetat, i la seva especialització cap al turisme actiu i esportiu, essent el cicloturisme un dels productes estratègics. Fer sinergies i intercanviar experiències amb altres agents del sector a través d'aquest espai per la millora contínua del producte i la promoció.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Cicloturistes (BTT, ebike, carretera)			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
0 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 48: CREACIÓ DE COMPTE A WIKILOC PER LA DESCÀRREGA DE RUTES DE L'OUTDOOR PARK

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026
DESCRIPCIÓ			
Creació d'un compte oficial de les Terres de Mestral a la plataforma/app Wikiloc per a la promoció dels itineraris de senderisme, cicloturisme (BTT, ebike, carretera), trail running, les vies d'escalada i vies ferrades. Amb més de 13 milions d'usuaris és un dels principals canals d'informació per als turistes actius i esportius. Es proposa publicar tots els itineraris de l'Outdoor Park i fer promoció en moments puntuals de la marca Terres de Mestral, Outdoor Park de la Costa Daurada i de rutes específiques (exemple, inauguració de la ruta Camí de Mestral per BTT). Incloure els enllaços dels itineraris publicats a la pàgina web de la destinació per facilitar informació tècnica i geolocalitzada de les rutes.			
SEGMENT			MERCAT
▪ Turistes actius			▪ Tots els mercats identificats
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL	
1.000 €/ any		No realitzada	En desenvolupament Completat



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 49: CREACIÓ COMPTE CANAL STRAVA

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2025 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Creació d'un compte oficial de les Terres de Mestral (Club Terres de Mestral, Outdoor Park de la Costa Daurada) al canal Strava, la principal aplicació, xarxa social i comunitat d'atletes. Es proposa publicar les rutes de senderisme, cicloturisme (BTT, ebike, ciclisme de carretera) i trail running de l'Outdoor Park juntament amb altres continguts com fotografies atractives de l'oferta a través del compte. També es proposa llançar un challenge dins l'Outdoor Park de les Terres de Mestral adreçat als cicloturistes (e-bike/ BTT) que atregui participants i encoratgi als participants a generar continguts sobre la ruta, donant major visibilitat a la destinació. Caldrà senyalitzar l'inici i final del challenge per orientar als usuaris, així com informar les instruccions de participació a través d'alguna indicació.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Senderistes, cicloturistes i trail runners			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
3.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



EXEMPLE CHALLENGE STRAVA - VALLTER





PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 50: COL-LABORACIONS AMB INFLUENCERS, BLOGGERS I PORTALS ESPECIALITZATS EN EL TURISME FAMILIAR

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Donar a conèixer i posicionar les Terres de Mestral com a destinació familiar a través de campanyes i col·laboracions regulars amb influencers, bloggers i portals especialitzats en aquest segment de mercat. Caldrà identificar i seleccionar acuradament influencers, blockaires i portals amb repercussió que s'adrecin al públic familiar del mercat català i estatal. Alguns exemples de perfils que podrien ser d'interès per la destinació són: - Influencers: mirpratur (358.000 seguidors a Instagram), estoreta (152.000 seguidors a Instagram), normals (45.900 seguidors a Instagram), palabrademadre (45.200 seguidors a Instagram), etc. - Bloggers: mamaquefemdema.com, myfamilypassport.com, etc. - Portals especialitzats: sortirambnens.com, surtdecasa.cat, mammaproof.org, criar.cat, etc.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
3.000 €/ any		No realitzada	En desenvolupament	Completat



EXEMPLE CAMPANYA MICRO-SEGMENTADA AMB INFLUENCERS



Destinos Descubrir Suiza Alojamientos Planificación Búsqueda

Meetings Idioma  



WildKids



10 días | 9 noches
Agosto 2020

646 km

Suiza es un paraíso natural con todo tipo de excursiones para todas las edades.
[MySwitzerland.com/senderismo](https://www.myswitzerland.com/senderismo)

Fuente: Imágenes y edición: © WildKids
Concepto & Producción: Suiza Turismo 2020

Suiza, un gran parque de aventuras para grandes y pequeños.

WildKids lo formamos una familia apasionada por la naturaleza, la montaña, el deporte y los viajes. Una pasión que compartimos con nuestras dos hijas. Somos además autores del cuento infantil ¡Bicicletas! y de varias guías de senderismo con niños publicadas por Editorial Xplora y co-autores del libro fotográfico solidario el[viaje].

Aquí os contamos nuestro recorrido de 10 días en camper por el elegante valle de Engadina, la vibrante Fims o el lago de postal de Walen, descubriendo algunos de los secretos mejor guardados de la Suiza más oriental. ¿Nos acompañas?

WildKids

Montaña, viajes y naturaleza en familia.

[@wildkids_es](https://www.wildkids.es)
[wildkids.es](https://www.wildkids.es)

Suiza en camper con WildKids. 3



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 51: ACORDS DE CO-MÀRQUETING AMB OTA O TOUR OPERADORS DE TURISME ACTIU

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2025 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Identificar agències de viatges online o touroperadors especialitzats en turisme actiu dels mercats estratègics per tal de buscar col·laboracions de co-màrqueting per promocionar i comercialitzar l'Outdoor Park de les Terres de Mestral i productes específics com la ruta del Camí de Mestral (senderisme i BTT).				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Turistes actius			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
15.000 €/ any		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 52: CAMPANYA DE MITJANS ESPECIALITZATS

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2025 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Elaborar un pla d’insercions publicitàries i redaccionals en publicacions especialitzades en viatges de turisme actiu dels segments estratègics per donar a conèixer les Terres de Mestral, Outdoor Park de la Costa Daurada i tota la seva oferta de mar i muntanya. Es proposa utilitzar el relat, imatges i altres continguts creats arran del nou posicionament.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Turistes actius, esportius i famílies			▪ Catalunya i Espanya	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
12.000 €/ any		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 53: ASSISTIR A FIRES ESPECIALITZADES EN SENDERISME I CICLOTURISME

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT
Baixa	Mitja	Alta	2025 - 2026
DESCRIPCIÓ			
A banda de la presència de marca i promoció B2C que es pot assolir a través de la participació en fires especialitzades de turisme actiu amb l'Agència Catalana de Turisme i la Diputació de Tarragona, es proposa assistir en algunes fires concretes amb gran potencial per aquests segments de mercat i establir reunions professionals amb touroperadors d'alt interès estratègic amb l'objectiu de fomentar la inclusió del Camí de Mestral (senderisme/ BTT) en els seus programes. Es tracta d'una acció puntual adreçada a captar nous mercats i públics com els sèniors actius de països europeus que generin fluxos durant tot l'any. Algunes fires a valorar són: Adventure Travel Show de Londres, Fiets and Wandelbeurs d'Utrecht, Fahrrad de Stuttgart, Salon du Randonneur Lyon...			
SEGMENT			MERCAT
▪ Senderistes i cicloturistes			▪ Europa
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL	
1.500 €/ any		No realitzada	En desenvolupament Completat



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 54: CREACIÓ D'UN BLOG AMB CONTINGUTS SEGMENTATS

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Plantejament d'un blog a la mateixa pàgina web de Terres de Mestral que permeti aportar valor afegit a la pàgina web, millorar l'experiència dels visitants a través de continguts segmentats interessants i sobretot millorar el posicionament SEO. Cal que hi hagi una estratègia ben definida, valorant les paraules clau a incorporar, per tal que sigui una eina útil per gener tràfic a la web a través de la cerca orgànica. Les temàtiques dels articles publicats al blog seran seleccionades en funció del pes estratègic dels productes turístics. En tot cas, prioritzar la comunicació de l'Outdoor Park com a novetat i principal producte de la destinació. Les imatges i continguts seran orientats a la demanda i tindran en compte els públics objectius definits en el nou model.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
1.500 €/ any		No realitzada	En desenvolupament	Completat



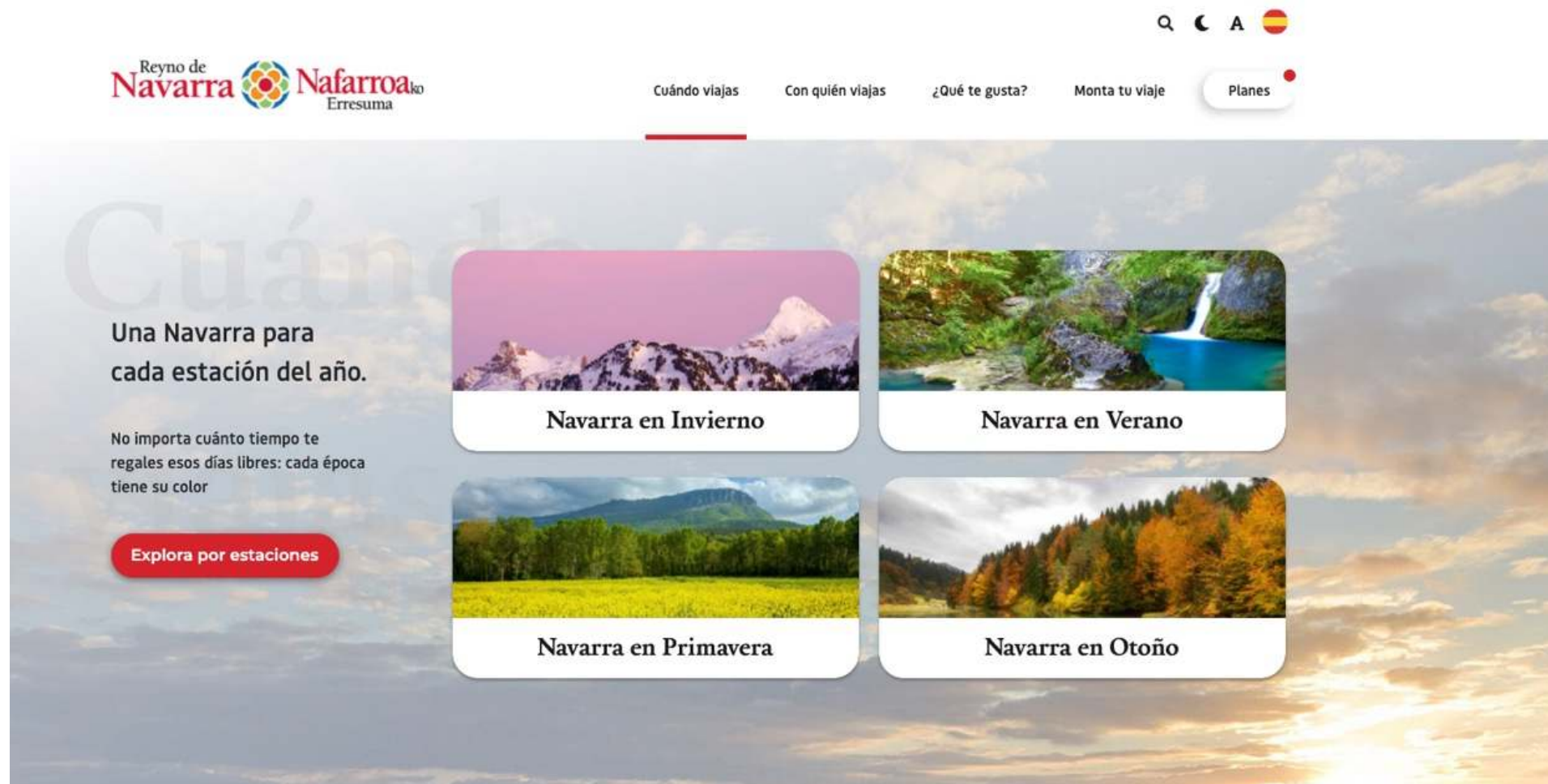
PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 55: LANDING PAGES PER TEMPORADA

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026
DESCRIPCIÓ			
Utilitzar la pàgina web com a principal eina de màrqueting a través de <i>landing pages</i> per temporades que permetin dissenyar campanyes específiques incentivant la visita a la destinació durant un moment de l'any concret a través de la promoció de les TOP experiències més adequades per aquella temporada. Per exemple, activitats aquàtiques a l'estiu, senderisme a la tardor, festival familiar, el nadal a les Terres de Mestral... En aquestes pàgines s'inclouria tota la informació de coses a fer a la destinació durant aquells dies/ setmanes concretes i permetria concentrar tota la informació en una sola pàgina de manera que facilitaria la visibilitat i la planificació de l'usuari.			
SEGMENT			MERCAT
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL	
3.500 €/ any		No realitzada	En desenvolupament Completat

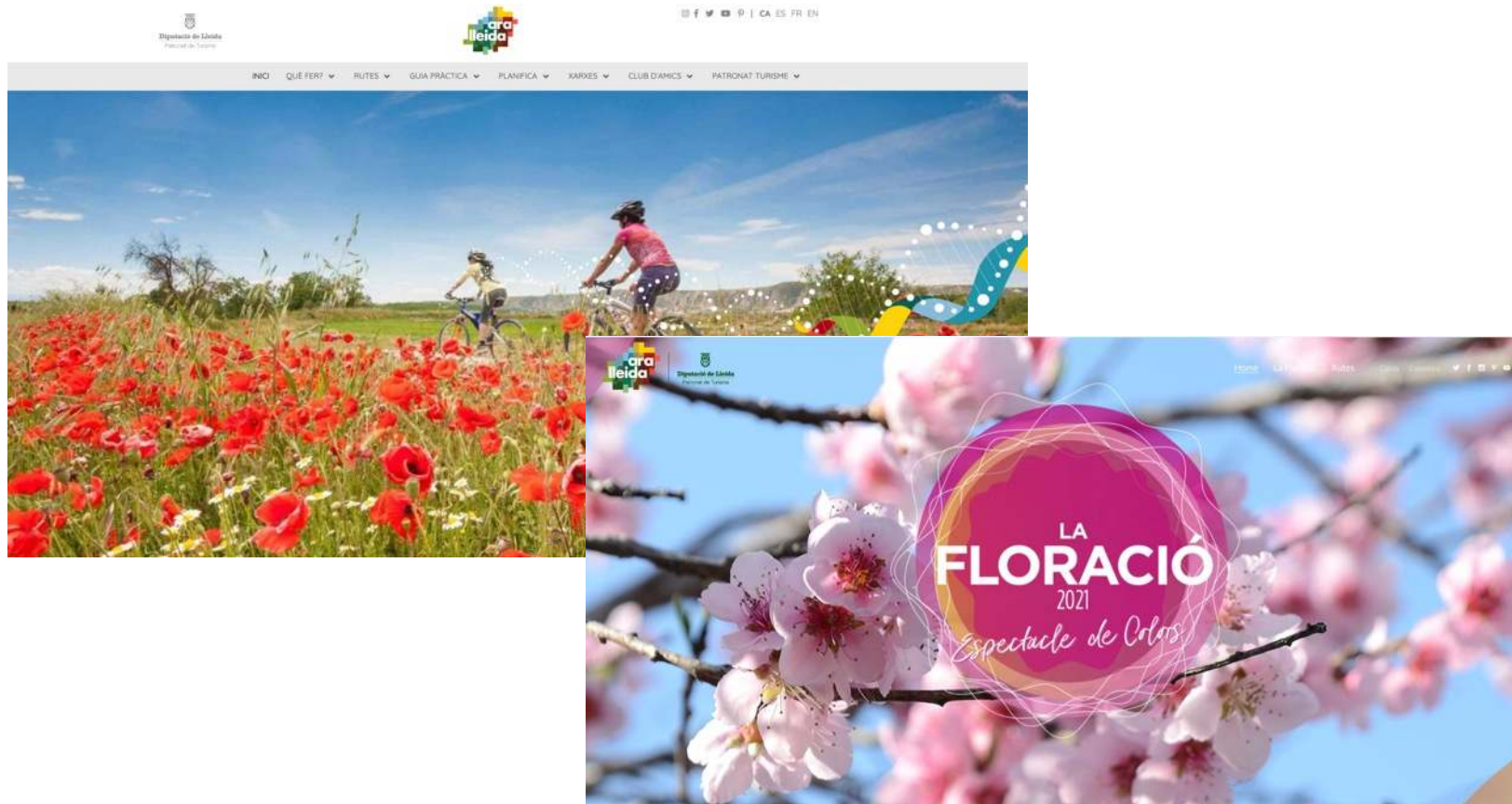


EXEMPLE DE LANDINGS PER TEMPORADA





EXEMPLE DE LANDINGS PER TEMPORADA





PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 56: ACCIONS D'INBOUND MARKETING PER CAPTACIÓ DE LEADS

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Pla de captació de <i>leads</i> (contactes) per plantejar estratègies d'e-mail marketing personalitzades. Es tracta de propostes d'accions per a obtenir <i>leads</i> que permetin generar una base de dades de visitants i potencials visitants a la destinació als quals adreçar informació de les Terres de Mestral. La captació es pot realitzar a través d'estratègia de continguts a descarregar que puguin ser d'interès de l'usuari, accions a fires per captar correus electrònics amb incentius de sorteigs o concursos, aprofitar l'afluència de públic en esdeveniments per aconseguir contactes oferint algun incentiu a canvi, etc.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Catalunya i Espanya	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
2.000 €		No realitzada	En desenvolupament	Completat



EXEMPLES INBOUND MARKETING

LA POCIÓ DE LA BRUIXA QUELA

PER FER A CASA EN FAMÍLIA

Allargueu la vostra aventura! Inscriviu-vos al formulari Macarulla i aconseguiu el vostre diploma oficial de bruixa i bruixot. Aconseguiu més informació sobre els senders màgics i una guia d'activitats de bruixeria per fer a casa.



També podeu accedir al formulari aquí:
<https://visitandorra.com/ca/macarulla/>



Descobreix altres Petits Senders Màgics Macarulla a visitandorra.com o a les oficines de turisme d'Andorra.

MENÚ

RESERVAR ALLOTJAMENT | CONTACTE | RESERVAR ACTIVITATS I RESTAURANT | REGALA

E-books



De l'hort a la taula
Pautes, consells i receptes per a una alimentació sostenible

DESCARREGA LA GUIA



Ecoturisme: una tendència a l'alça
Què és, bones pràctiques i exemples a seguir per no deixar petjada

DESCARREGA LA GUIA



Descarrega la guia gratuïta
De l'hort a la taula

Nome*
Cognom*
Email*
Tipus de residència habitual*

☐ No subscripció al blog ni newsletter
☐ Dato informació en passar una dia al Centre d'Ecoturisme sense pagament de cap mena de tarifa
Al completar aquest formulari accepto la [política de privacitat](#) i [condicions d'ús](#)

☐ SI

Descarrega

Per a més informació sobre el projecte i les activitats, visita visitandorra.com o contacta amb el turisme d'Andorra.



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 57: IMPLEMENTACIÓ DE CRM I MARKETING AUTOMATION

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT	
Baixa	Mitja	Alta	2025 - 2026	
DESCRIPCIÓ				
Implementació d'un software que permeti automatitzar processos de màrqueting amb l'objectiu de crear bases de dades segmentades que ajudin a realitzar accions en funció del seu comportament. Els processos d'automatització més rellevants són el <i>lead nurturing</i> i el <i>lead scoring</i> . El primer són cadenes d'e-mails que s'envien als usuaris en funció de les pàgines que més ha visitat; el segon avalua en quin procés de “compra” està cada lead (contacte) i li envia diferent informació segons quan li falta per finalitzar la ”compra”.				
SEGMENT			MERCAT	
▪ Tots els segments identificats			▪ Tots els mercats identificats	
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL		
1.500 €/ any		No realitzada	En desenvolupament	Completat



PROGRAMA 3: Promoció i suport a la comercialització

ACTUACIÓ 58: CAMPANYES E-MAIL MARKETING PER TEMPORADA

PRIORITAT			TEMPORALITAT / PERIODICITAT
Baixa	Mitja	Alta	2024 - 2026
DESCRIPCIÓ			
Enviament d'un newsletter periòdic segmentat per perfils de públic i idioma que s'envia amb l'objectiu de promoure les activitats que es realitzen a les Terres de Mestral. El newsletter es personalitzaria segons quines siguin les motivacions del perfil (familiar, senderisme, cicloturisme...). Es proposa a més que la newsletter es tematitzi per temporada promocionant allò més atractiu en cada estació de l'any i fomentant la fidelització dels visitants.			
SEGMENT			MERCAT
▪ Tots els segments identificats			▪ Catalunya i Espanya
COST ESTIMAT		ESTAT ACTUAL	
0 €		No realitzada	En desenvolupament Completat



EXEMPLE NEWSLETTER PER TEMPORADA



Prepara la càmera i recorre els camins marcats pels colors de la tardor. Observa els nostres paisatges, la seva llum, les seves tonalitats... Sentiràs la natura ben viva!



RUTA DELS ESTRIPAGES: CULMINA ELS PICS MÉS ALTS D'ORDINO



ITINERARIS EN BICI ELÈCTRICA PER GAUDIR DE LA NATURA PLACIDAMENT



La tardor és el punt de partida de les diferents jornades gastronòmiques d'Andorra.



LA MASSANA FOGONS: FRUITS DE TEMPORADA A LA TEVA TAULA



PROVA LA RATASSIA, UN LICOR 100 % TRADICIONAL

AGENDA		
	ANDORRA BIKE RACE	12/10 - 14/10/18
	ÒPERA: IL BARBERO DI SIVIGLIA	13/10 - 14/10/18
	TALLER DE MICOLOGIA	20/10/18
	FIRA DEL BESTIAR I DE LA ARTESANIA DE CANILLO	00/10/18
	FIRA D'ANDORRA LA VELLA	26/10 - 28/10/18





PROGRAMA OPERATIU 3: PROMOCIÓ I SUPORT A LA COMERCIALIZACIÓ					
		2024	2025	2026	PRIORITAT
PROGRAMA OPERATIU 3: PROMOCIÓ I SUPORT A LA COMERCIALIZACIÓ	29. ACTUALITZACIÓ MATERIALS PROMOCIONALS EXISTENTS, INCORPORANT L'OUTDOOR PARK I EL NOU BRANDING	6.000 €	-	-	ALTA
	30. EDICIÓ D'UN MAPA GUIA DE L'OUTDOOR PARK	5.000 €	-	-	ALTA
	31. CREACIÓ DE NOU MATERIAL PROMOCIONAL (GRAN TOUR BTT CAMÍ MESTRAL, FULLETÓ FAMÍLIES, FULLETÓ EXPERIÈNCIES)	3.000 €	3.000 €	-	ALTA
	32. IMPRESSIÓ DEL MATERIAL DIVULGATIU	4.000 €	2.000 €	2.000 €	ALTA
	33. MICRO-VÍDEOS DE PROMOCIÓ SEGMENTATS	6.000 €	-	-	ALTA
	34. CONTINGUTS SEGMENTATS PER BUYER PERSONA	3.000 €	1.000 €	1.000 €	ALTA
	35. ACCIONS D'STREET MARKETING – ORIENTAT ALS PRINCIPALS BUYER PERSONA	-	25.000 €	-	MITJA
	36. MUPIS A BCN – CREATIVITAT OUTDOOR PARK EN FAMÍLIA	-	15.000 €	-	MITJA
	37. NOVA WEB DE PROMOCIÓ TURÍSTICA	15.000 €	-	-	ALTA
	38. E-COMMERCE	18.000 €	-	-	ALTA
	39. OUTDOOR PARK CARD - TARGETA COMBINADA PER A LA COMERCIALIZACIÓ DE LES EXPERIÈNCIES	45.000 €	-	-	ALTA
	40. DISPLAYS ALS ESTABLIMENTS PER AFAVORIR LA RESERVA I VENDA D'EXPERIÈNCIES	2.000 €	-	-	ALTA
	41. CAMPANYES DE PUBLICITAT A XARXES SOCIALS	2.000 €	2.000 €	2.000 €	ALTA
	42. ACCIONS PROMOCIONALS A TRAVÉS DE XARXES SOCIALS (SORTEIGS, USER-GENERATED CONTENT...)	2.500 €	2.500 €	2.500 €	ALTA



PROGRAMA OPERATIU 3: PROMOCIÓ I SUPORT A LA COMERCIALIZACIÓ					
		2024	2025	2026	PRIORITAT
PROGRAMA OPERATIU 3: PROMOCIÓ I SUPORT A LA COMERCIALIZACIÓ	43. ASSISTÈNCIA A FIRES I WOKSHOPS (ACT I DIPUTACIÓ DE TARRAGONA)	3.000 €	3.000 €	3.000 €	ALTA
	44. COL·LABORACIÓ EN FAMTRIPS I PRESSTRIPS (ACT I DIPUTACIÓ DE TARRAGONA)	3.000 €	3.000 €	3.000 €	ALTA
	45. PARTICIPACIÓ ACTIVA A LES MARQUES SENDERISME A CATALUNYA I ACTIU I AVENTURA (ACT)	500 €	500 €	500 €	ALTA
	46. SIGNAR EL CONVENI CORNER DEL PATRONAT DE TURISME DE LA DIPUTACIÓ DE TARRAGONA (COSTA DAURADA I TERRES DE L'EBRE)	4.000 €	4.000 €	4.000 €	ALTA
	47. PARTICIPACIÓ A L'ESPAI MILLORA DE CICLOTURISME DEL PATRONAT DE TURISME DE LA COSTA DAURADA	-	-	-	ALTA
	48. CREACIÓ DE COMPTE A WIKILOK PER LA DESCÀRREGA DE RUTES DE L'OUTDOOR PARK	1.000 €	1.000 €	1.000 €	ALTA
	49. CANAL STRAVA "OUTDOOR PARK" I CHALLENGE	-	1.500 €	1.500 €	MITJA
	50. COL·LABORACIONS AMB INFLUENCERS, BLOCAIRES I PORTALS ESPECIALITZATS EN EL TURISME FAMILIAR	3.000 €	3.000 €	3.000 €	ALTA
	51. ACORD DE CO-MÀRQUETING AMB OTA O TOUR OPERADOR DE TURISME ACTIU	-	15.000 €	15.000 €	MITJA
	52. CAMPANYA DE MITJANS ESPECIALITZATS	-	12.000 €	12.000 €	MITJA
	53. ASSISTIR A FIRES ESPECIALITZADES EN SENDERISME I CICLOTURISME	-	1.500 €	1.500 €	BAIXA
	54. CREACIÓ D'UN BLOG AMB CONTINGUTS SEGMENTATS	1.500 €	1.500 €	1.500 €	MITJA
	55. LANDING PAGES PER TEMPORADA	3.500 €	3.500 €	3.500 €	ALTA
	56. ACCIONS D'INBOUND MARKETING PER CAPTACIÓ DE LEADS	1.000 €	500 €	500 €	ALTA
	57. IMPLEMENTACIÓ DE CRM I MARKETING AUTOMATION	-	1.500 €	1.500 €	MITJA
	58. CAMPANYES E-MAIL MARKETING PER TEMPORADA	-	-	-	ALTA
TOTAL INVERSIÓ		132.000 €	102.000 €	59.000 €	293.000 €



INVERSIONS PLA D'ACCIONS				
PROGRAMES	2024	2025	2026	TOTAL
PROGRAMA OPERATIU 1: COMUNICACIÓ, POSICIONAMENT I BRANDING	43.500 €	21.000 €	9.500 €	74.000 €
PROGRAMA OPERATIU 2: COMPETITIVITAT I NOUS PRODUCTES TURÍSTICS	34.000 €	45.000 €	42.500 €	121.500 €
PROGRAMA OPERATIU 3: PROMOCIÓ I SUPORT A LA COMERCIALITZACIÓ	132.000 €	102.000 €	59.000 €	293.000 €
TOTAL	209.500 €	168.000 €	111.000 €	488.500 €



"Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc del Programa de projectes innovadors i experimentals"

