



JMRIBERA

—
Destination planning
and management

Pla Estratègic de Turisme de La Roca del Vallès

Fase 2: Diagnosi, Visió i Estratègia

Desembre 2017

Index



- ▶ Diagnosi (Fortaleses, Oportunitats, Debilitats, Amenaces)
- ▶ Visió i objectius estratègics
- ▶ Portafoli d'actius turístics estratègics
- ▶ Estratègia de mercats
- ▶ Pla d'accions

Fortaleses



- ▶ El municipi acull La Roca Village, una dels principals destinacions de Catalunya, amb prop de 4 milions de visitants motivats per la compra de productes de moda i disseny de primeres marques internacionals en un espai que recrea un poble mediterrani.
- ▶ D'aquests, n'hi ha més d'un milió que provenen de Catalunya.
- ▶ La major part dels visitants fan servir un vehicle propi, cosa que els dóna autonomia i llibertat per poder-los oferir altres experiències abans o després de la visita
- ▶ El municipi disposa d'un portafoli d'atractius variat (natura, cultura, gastronomia, esdeveniments, grans instal·lacions) que no tenen el mateix potencial quantitatiu que La Roca Village però si que tenen un valor qualitatiu o complementari per poder desenvolupar la destinació amb una oferta de productes més amplia i estructurada.
- ▶ El municipi està molt ben comunicat per carretera, autovia o autopista amb Barcelona, Mataró, la Catalunya Central i França.
- ▶ El gran èxit de La Roca Village ha permès que la "marca" del municipi hagi superat connotacions negatives històriques associades a altres grans infraestructures com el peatge o el centre penitenciari, per incorporar ara valors associats al turisme, l'oci i el "shopping" de moda i marques de luxe.
- ▶ L'any 2011 va ser declarat municipi turístic per poder ampliar els horaris comercials de La Roca Village

Oportunitats



- ▶ Captar una part dels quatre milions de visitants anuals que visiten La Roca Village amb una oferta complementària prou atractiva i estructurada
- ▶ En la mesura que l'oportunitat anterior es desenvolupi, distribuir els visitants cap als altres punts d'atracció del municipi
- ▶ Crear un cercle virtuós que permeti disposar d'una oferta de productes turístics estructurada amb capacitat d'atraure nous turistes al municipi independentment dels que ja vinguin atrets per La Roca Village com a motivació principal.
- ▶ Captar noves inversions i projectes turístics aprofitant els visitants que atrau La Roca Village
- ▶ Captar noves inversions i projectes turístics aprofitant la ubicació estratègica del municipi i la bona xarxa de comunicacions amb Barcelona, Mataró, la Catalunya Central i França.
- ▶ Generar una nova dinàmica de treball coordinat entre tots els diferents actors que conformen els fonaments de la xarxa de valor del turisme sota una visió i estratègia compartida per tal d'estructurar un portafoli de productes turístics distribuïts en l'espai i en el temps
- ▶ La declaració de municipi turístic en certs àmbits atorga uns avantatges normatius relacionats amb els horaris comercials i fiscals per recaptar tributs que cal aprofitar per atraure inversions i desenvolupar la oferta

Debilitats



- ▶ No es percep per part de la població una voluntat del tot decidida ni un convenciment del tot ferm sobre les possibilitats de desenvolupar el municipi com a destinació turística més enllà del fenomen de La Roca Village
- ▶ En general, la major part dels recursos turístics no estan posats en valor en forma de productes turístics vendibles a través dels canals de promoció i comercialització del sector
- ▶ Els diferents actors que conformen els fonaments de la xarxa de valor del turisme no estan coordinats ni treballen sota una visió i estratègia compartida
- ▶ La marca “La Roca del Vallès” està fortament associada al turisme de compres que ofereix La Roca Village. Això, tot i ser beneficiós, també pot ser un obstacle per posicionar altres productes turístics menys complementaris.
- ▶ Una part important dels recursos amb major potencial turístic tenen una accessibilitat o disponibilitat limitada pel fet de ser espais privats o d'usos restringits (Parc Arqueològic, el Castell, Parc de la Serralada, Belloch o Universitat de Telefònica)
- ▶ Fora de les dades recollides per part de La Roca Village, la informació turística (nombre de visitant, perfil, origen, etc.) obtinguda fins ara és escassa i no sistemàtica, cosa que dificulta la definició d'objectius i la presa de decisions.
- ▶ A la web municipal no existeix un apartat d'informació turística

Amenaces



- ▶ Aparició d'altres propostes properes geogràficament que facin competència a la proposta de La Roca (p.e. Viladecans The Style Outlets), i que poden incidir en el públic local del qual es pot beneficiar el municipi per desenvolupar altres actius
- ▶ Que altres municipis veïns captin les noves inversions i projectes turístics potencials aprofitant els visitants que atrau La Roca Village
- ▶ Que altres municipis veïns captin les noves inversions i projectes turístics aprofitant la ubicació estratègica del municipi i la bona xarxa de comunicacions amb Barcelona, Mataró, la Catalunya Central i França.
- ▶ Sensibilitat del turisme estatal i internacional a la percepció de riscos en el territori (vagues als aeroports, terrorisme, inestabilitat política)
- ▶ Manca de prou recursos econòmics per impulsar el pla estratègic de turisme



- ▶ Diagnosi (Fortaleses, Oportunitats, Debilitats, Amenaces)
- ▶ **Visió i objectius estratègics**
- ▶ Portafoli d'actius turístics estratègics
- ▶ Estratègia de mercats
- ▶ Pla d'accions



Aprofitar els 4 milions de visitants de compres que atrau anualment al municipi i la seva designació com a municipi turístic per impulsar una nova dinàmica de treball entre els diferents agents públics i privats que permeti posar en valor i dinamitzar tots els altres recursos turístics culturals, patrimonials, arqueològics, naturals, esportius i gastronòmics del municipi per tal de contribuir al desenvolupament sostenible de La Roca del Vallès en els àmbits econòmic, social, cultural i mediambiental



Objectius estratègics

1	Coordinar els agents turístics
2	Estructurar i promocionar l'oferta turística
3	Desenvolupar un atractiu turístic del municipi prou potent per complementar la visita a La Roca Village
4	Professionalitzar la gestió del turisme
5	Atraure nous projectes turístics

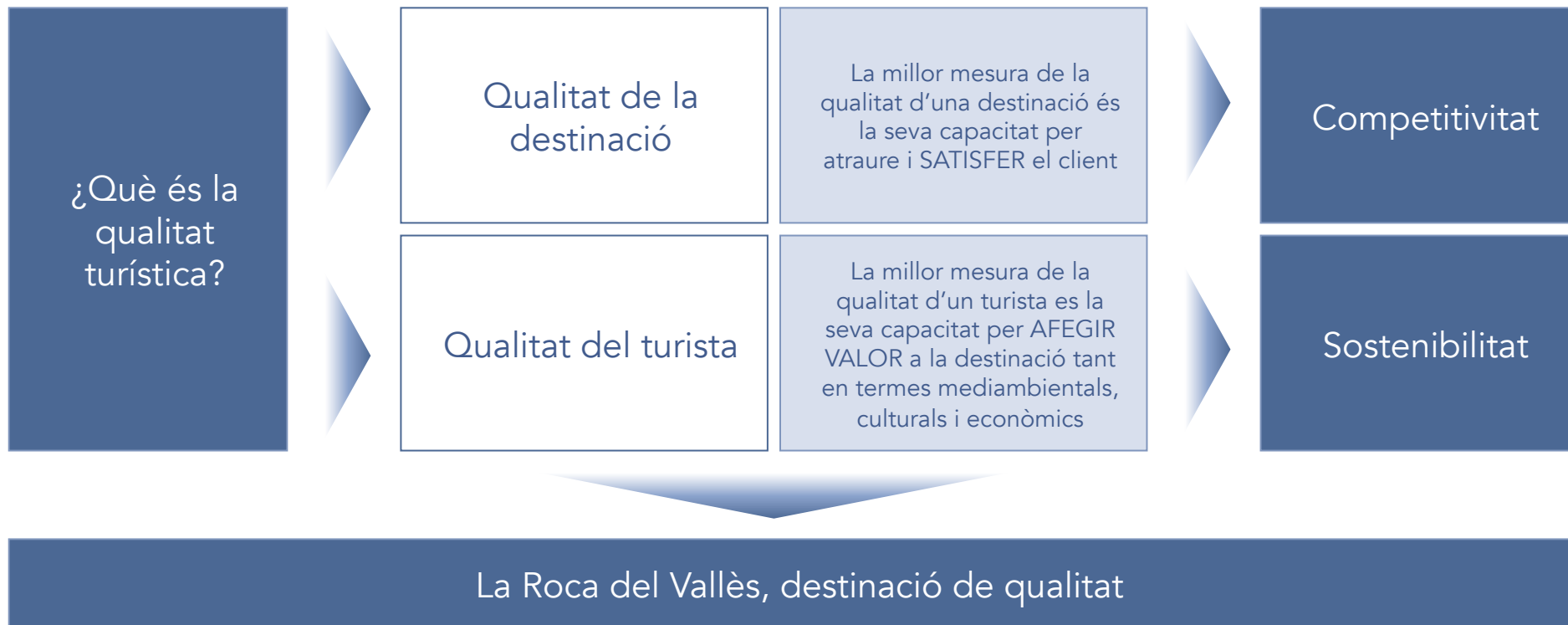


Els fonaments de la xarxa de valor de la destinació

Infraestructura	Gestió
Atractius	Administracions públiques
Transport	
Allotjament	Empreses privades
Restauració	
Comerç	Societat civil
Serveis bàsics	

Per tal de poder planificar, gestionar i promocionar adequadament la destinació, la regidoria de turisme de La Roca del Vallés ha de treballar amb tots i cadascun d'aquests fonaments que configuren la destinació

Cal planificar, gestionar i promocionar La Roca del Vallés com a una destinació de qualitat



Index



- ▶ Diagnosi (Fortaleses, Oportunitats, Debilitats, Amenaces)
- ▶ Visió i objectius estratègics
- ▶ **Portafoli d'actius turístics estratègics**
- ▶ Estratègia de mercats
- ▶ Pla d'accions



Portafoli d'actius turístics estratègics - Patrimoni Cultural

Actiu / Qualificació	Potencial de mercat	Diferenciació	Notorietat	Disponibilitat	Desenvolupament del producte	Autonomia de recursos i gestió	Prioritat portafoli	Necessitat impuls
Parc Arqueològic	Mitjà	Alta	Baixa	Baixa	Baix	Baixa	Mitjana	Mitjana
Poblat Ibèric del Turó de Can Santpere	Baix	Mitjana	Baixa	Baixa	Baix	Baixa	Baixa	Mitjana
Església de Santa Agnès de Malanyanes	Mitjà	Mitjana	Baixa	Mitjana	Baix	Baixa	Mitjana	Mitjana
Església de Sant Sadurní de la Roca	Baix	Baixa	Baixa	Mitjana	Baix	Baixa	Baixa	Baixa
Castell de La Roca	Mitjà	Baix	Baixa	Nulla	-	ND	Baixa	Baixa
Casa pairal Can Quana	Mitjà	Baixa	Baixa	Baixa	-	ND	Baixa	Baixa
Arxiu de la memòria popular	Mitjà	Alta	Baixa	Alta	Baix	Mitjana	Mitjana	Alta



Portafoli d'actius turístics estratègics - Patrimoni Natural

Actiu / Qualificació	Potencial de mercat	Diferenciació	Notorietat	Disponibilitat	Desenvolupament del producte	Autonomia de recursos i gestió	Prioritat portafoli	Necessitat impuls
El Parc de la Serralada Litoral	Alt	Mitjana	Mitjana	Alta	Mitjà	Alta	Alta	Baixa
El riu Mogent	Mitjà	Mitjà	Baixa	Alta	Baix	Baixa	Mitjà	Mitjana
El bosc de Belloch	Baix	Baixa	Baixa	Baixa	Baix	Alta	Baixa	Baixa

Portafoli d'actius turístics estratègics – Gastronomia, hostaleria, allotjament, comerç local i pagesia



Actiu / Qualificació	Potencial de mercat	Diferenciació	Notorietat	Disponibilitat	Desenvolupament del producte	Autonomia de recursos i gestió	Prioritat portafoli	Necessitat impuls
DOP Mongeta del Ganxet	Mitjà	Alta	Mitjana	Alta	Baix	Mitjana	Mitjana	Alta
DO Alella	Alt	Alta	Mitjana	Alta	Mitjà	Alta	Alta	Mitjana
Restaurants	Alt	Mitjana	Baixa	Mitjana	Mitjà	Mitjana	Alta	Alta
Comerç local	Mitjà	Mitjana	Baixa	Alta	Mitjà	Mitjana	Mitjana	Alta
Pagesia	Mitjà	Mitjana	Baixa	Mitjana	Baix	Mitjana	Mitjana	Alta
Cases de turisme rural	Mitjà	Mitjana	Mitjana	Alta	Mitjà	Alta	Mitjana	Alta
Habitatges d'us turístics reglats	Mitjà	Mitjana	Baixa	Mitjana	Baix	Mitjana	Mitjana	Alta

Portafoli d'actius turístics estratègics – Esdeveniments i entitats culturals



Actiu / Qualificació	Potencial de mercat	Diferenciació	Notorietat	Disponibilitat	Desenvolupament del producte	Autonomia de recursos i gestió	Prioritat portafoli	Necessitat impuls
Festes majors	Baix	Mitjana	Baixa	Alta	Mitjà	Baixa	Mitjana	Mitjana
Mitja maratón	Mitjà	Mitjana	Baixa	Alta	Mitjà	Mitjana	Mitjana	Mitjana
Handbol – BM La Roca	Alt	Alta	Alta	Alta	Mitjana	Mitjana	Alta	Alta
La Prehistòrica En Bike	Alt	Mitjana	Mitjana	Alta	Mitjà	Mitjana	Alta	Alta
Curses de muntanya	Alt	Mitjana	Mitjana	Alta	Baix	Mitjana	Mitjana	Mitjana
Associació Vall d'Ariulf	Mitjà	Alta	Baixa	Alta	Mitjà	Mitjana	Alta	Alta

Portafoli d'actius turístics estratègics – Grans instal·lacions privades



Actiu / Qualificació	Potencial de mercat	Diferenciació	Notorietat	Disponibilitat	Desenvolupament del producte	Autonomia de recursos i gestió	Prioritat portafoli	Necessitat impuls
La Roca Village	Alt	Alta	Alta	Alta	Alt	Alta	Alta	Baixa
Golf La Roca	Mitjà	Mitjana	Mitjana	Mitjana	Mitjà	Alta	Mitjana	Baixa
Universitat de Telefònica	Alt	Alta	Mitjana	Baixa	Alt	Alta	Baixa	Baixa



Portafoli d'actius turístics estratègics – Territoris veïns

Actiu / Qualificació	Potencial de mercat	Diferenciació	Notorietat	Disponibilitat	Desenvolupament del producte	Autonomia de recursos i gestió	Prioritat portafoli	Necessitat impuls
Circuit de Catalunya	Alt	Alta	Alta	Alta	Alt	Alta	Alta	Baixa
Parc Natural del Montseny	Alt	Alta	Alta	Alta	Alt	Alta	Alta	Baixa
Platges de la Costa Barcelona	Alt	Alta	Alta	Alta	Alt	Alta	Alta	Baixa

Index



- ▶ Diagnosi (Fortaleses, Oportunitats, Debilitats, Amenaces)
- ▶ Visió i objectius estratègics
- ▶ Portafoli d'actius turístics estratègics
- ▶ **Estratègia de mercats**
- ▶ Pla d'accions



Estratègia de mercats

	Geografia	Interès	Perfil	Canal
Prioritari	<ul style="list-style-type: none">• Barcelona• Regió Metropolitana de Barcelona• Catalunya	<ul style="list-style-type: none">• Turisme de compres• Turisme gastronòmic• Enoturisme• Turisme cultural• Turisme actiu• Turisme esportiu• Ecoturisme	<ul style="list-style-type: none">• Famílies• Parelles sènior• Parelles joves• Grups d'amics• Singles	<ul style="list-style-type: none">• Viatgers independents• Turoperadors especialitzats
Complementari	<ul style="list-style-type: none">• Espanya• Europa• Amèrica del Nord• Resta del Mon	<ul style="list-style-type: none">• Turisme de Negocis• MICE	<ul style="list-style-type: none">• Grans grups	<ul style="list-style-type: none">• Grans turoperadors

Index



- ▶ Diagnosi (Fortaleses, Oportunitats, Debilitats, Amenaces)
- ▶ Visió i objectius estratègics
- ▶ Portafoli d'actius turístics estratègics
- ▶ Estratègia de mercats
- ▶ **Pla d'accions**



Pla d'accions

1	Creació de la Taula de Turisme de La Roca
2	Creació de suports de comunicació per presentar i promocionar la oferta turística
3	Desenvolupar una oferta gastronòmica diferencial del municipi com a principal atractiu per complementar la visita a La Roca Village
4	Desenvolupar l'oferta i la demanda d'actius estratègics amb l'ajut dels programes que ofereix la Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona
5	Atraure nous projectes i inversions turístiques complementàries a la oferta actual



Pla d'accions detallat

Programa 1	Creació de la Taula de Turisme de La Roca
Actuacions	<ul style="list-style-type: none">▶ La Taula de Turisme de La Roca del Vallès ha de ser un espai de participació obert a tots els agents privats i públics que conformen actualment o tenen potencial per conformar en el futur la xarxa de valor turístic de la destinació▶ La Taula té com a missió incorporar els agents al procés d'implementació del pla estratègic de turisme▶ Ha de promoure el contacte, la cooperació i el desenvolupament de sinèrgies entre els agents sota una visió estratègica compartida.▶ Ha de ser també un ens consultiu amb capacitat de poder influir en la presa de decisions estratègiques i operatives quan sigui convenient▶ Ha d'estar conformat per un Consell General que es reuneixi almenys un cop a l'any i un Consell Executiu que es reuneixi un cop al mes.▶ La presidència de la Taula correspon a l'Alcalde i la gerència a la Regidora de Turisme



Pla d'accions detallat

Programa 1	Creació de la Taula de Turisme de La Roca
Actors responsables	<ul style="list-style-type: none">▶ Ajuntament, amb el suport dels líders sectorials
Destinataris	<ul style="list-style-type: none">▶ Agents privats i públics que conformen actualment o tenen potencial per conformar en el futur la xarxa de valor turístic de la destinació
Recursos humans necessaris	<ul style="list-style-type: none">▶ Regidors i tècnics
Fonts de finançament	<ul style="list-style-type: none">▶ Cost modest, es pot cobrir amb el pressupost de la regidoria
Indicadors de seguiment	<ul style="list-style-type: none">▶ Número de membres i percentatge de representació del sector, resolucions preses, projectes endegats, nivell de satisfacció dels membres
Cronograma	<ul style="list-style-type: none">▶ Hauria de poder ser una realitat en el termini màxim d'un any



Pla d'accions detallat

Programa 2

Creació de suports de comunicació per recollir i promocionar la oferta turística

- ▶ Dissenyar una web de turisme de La Roca on es presenti tota la oferta turística del municipi:
 - ▶ Recursos patrimonials naturals i culturals visitables
 - ▶ Grans instal·lacions privades
 - ▶ Calendari d'esdeveniments
 - ▶ Restaurants i bars
 - ▶ Comerços
 - ▶ Entitats esportives i culturals
 - ▶ DO Alella
 - ▶ Pagesos i productors DOP Ganxet
 - ▶ Cases de turisme rural
 - ▶ Habitatges d'us turístic
- ▶ En cada cas, posar enllaç a la web, telèfon i persona de contacte, si s'escau
- ▶ Ubicar cadascun dels actius en un mapa (p.e: google maps)
- ▶ Definir uns requisits mínims per poder aparèixer a la web, com per exemple participar a Taula de Turisme. Oferir ubicacions preferencials en base a pagament.
- ▶ Dissenyar un fulletó imprès que recull la mateixa informació per poder distribuir en els PIT (Punts d'Informació Turística, veure objectiu 4)



Pla d'accions detallat

Programa 2	Creació de suports de comunicació per recollir i promocionar la oferta turística
Actors responsables	<ul style="list-style-type: none">▶ Ajuntament, amb el suport d'una agència de comunicació
Destinataris	<ul style="list-style-type: none">▶ Visitants actuals i potencials
Recursos humans necessaris	<ul style="list-style-type: none">▶ Regidors i tècnics
Fonts de finançament	<ul style="list-style-type: none">▶ Pressupost de la regidoria, amb la possibilitat de fixar una quota de pagament per serveis premium
Indicadors de seguiment	<ul style="list-style-type: none">▶ Consultes online i fulletons repartits
Cronograma	<ul style="list-style-type: none">▶ Hauria de poder ser una realitat en el termini màxim d'un any



Pla d'accions detallat

Programa 3

Desenvolupar una oferta gastronòmica diferencial del municipi com a principal atractiu per complementar la visita a La Roca Village

- ▶ Per davant de visitar monuments, espais naturals o participar en esdeveniments no són necessitats fisiològiques, menjar és una necessitat
- ▶ I quan, a més de satisfer una necessitat, menjar es converteix en una bona experiència, acostuma a ser el complement perfecte per a una jornada turística, quan no el motiu principal de la jornada o el viatge per algunes persones
- ▶ La Roca Village ofereix més de 130 botigues de moda i 5 espais de restauració
- ▶ Impulsar un col·lectiu de restaurants i cuiners de La Roca del Vallès, inspirat en d'altres existents al país, per dur a terme diferents accions com:
 - ▶ Crear menús especials per a visitants de La Roca Village amb descomptes o regals (exemple, una copa de vi DO Alella)
 - ▶ Organitzar jornades gastronòmiques de temporada
 - ▶ Oferir un menú especial de maridatge amb vins DO Alella
 - ▶ Oferir menús especials amb DOP Ganxet
- ▶ Dissenyar un fulletó presentant el col·lectiu i el programa, amb informació sobre la DO Alella i la DOP Ganxet
- ▶ Col·laborar amb el consell de la pagesia per tal d'incorporar productes de proximitat als menús i que aquest sigui un argument promocional



Pla d'accions detallat

Programa 3	Desenvolupar una oferta gastronòmica diferencial del municipi com a principal atractiu per complementar la visita a La Roca Village
Actors responsables	<ul style="list-style-type: none">▶ Ajuntament, amb el suport dels líders del sector
Destinataris	<ul style="list-style-type: none">▶ Visitants actuals i potencials
Recursos humans necessaris	<ul style="list-style-type: none">▶ Regidors i tècnics
Fonts de finançament	<ul style="list-style-type: none">▶ Pressupost de la regidoria, amb la possibilitat de fixar una quota de pagament als membres del col·lectiu
Indicadors de seguiment	<ul style="list-style-type: none">▶ Creació del col·lectiu, campanyes endegades, menús especials servits
Cronograma	<ul style="list-style-type: none">▶ Hauria de poder ser una realitat en el termini màxim d'un any



Pla d'accions detallat

Programa 4

Desenvolupar l'oferta i la demanda d'actius estratègics amb l'ajut dels programes que ofereix la Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona

- ▶ La Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona ofereix diferents programes que poden ser de molt interès per ajudar a impulsar el pla estratègic de turisme, entre ells:
 - ▶ Formació per a la creació de producte turístic a partir dels recursos
 - ▶ Certificació Biosphere de turisme responsable: sistema de treball molt interessant tant per a destinacions com per a empreses turístiques, doncs sobre la base d'un sistema de qualitat turística similar al SICTED incorpora la possibilitat d'assolir una certificació de turisme responsable. En qualsevol dels casos, es de gran utilitat per que tots els departaments d'una administració local prenguin consciència del seu rol en el turisme
 - ▶ Punts d'Informació Turística (PIT) és un programa molt exitós que parteix del principi de que qualsevol punt d'atracció de visitants es pot convertir en un punt d'informació turística dels altres atractius del municipi.
 - ▶ Cercle de Turisme: es un entorn de treball cooperatiu públic-privat per a la promoció turística de la província de Barcelona. L'objectiu principal del Cercle de Turisme és impulsar la participació de les empreses del sector turístic en la promoció col·lectiva dels seus productes i les seves destinacions.
 - ▶ Xarxa Productes de la Terra: La Xarxa Productes de la Terra és una agrupació voluntària de 12 ens locals d'àmbit supramunicipal impulsada per la Diputació de Barcelona l'any 2010 que agrupa més d'un miler d'empreses productores i elaboradores de productes alimentaris de qualitat de la demarcació de Barcelona. L'objectiu principal de la Xarxa és enfortir aquest teixit empresarial, per tal que les empreses siguin més competitives i sostenibles, i els territoris més atractius i de qualitat.
 - ▶ Parc a Taula: és un programa de desenvolupament econòmic promogut per la Diputació de Barcelona que pretén destacar, mitjançant la gastronomia, la producció artesanal i la viticultura de proximitat i de qualitat, els valors naturals, culturals i paisatgístics dels nostres parcs.
 - ▶ Accions de promoció conjunta
 - ▶ Coordinació amb els territoris turístics veïns
 - ▶ Elaboració de dades estadístiques



Pla d'accions detallat

Programa 4	Desenvolupar l'oferta d'actius estratègics amb l'ajut dels programes que ofereix la Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona
Actors responsables	<ul style="list-style-type: none">▶ Ajuntament, amb el suport de la Diputació de Barcelona
Destinataris	<ul style="list-style-type: none">▶ Oferta i demanda
Recursos humans necessaris	<ul style="list-style-type: none">▶ Regidors i tècnics
Fonts de finançament	<ul style="list-style-type: none">▶ Pressupost de la regidoria, amb la possibilitat de demanar una part de finançament a la Diputació
Indicadors de seguiment	<ul style="list-style-type: none">▶ Programes en implementació
Cronograma	<ul style="list-style-type: none">▶ Hauria de poder ser una realitat en el termini màxim d'un any



Pla d'accions detallat

Programa 5

Atraure nous projectes i inversions turístiques complementaries

- ▶ Identificar espais i terrenys disponibles per a desenvolupar nous projectes turístics, prioritant els espais destinats per a usos lúdics contemplats en la declaració de municipi turístic. Elaborar un fitxa descriptiva de cadascun d'aquests terrenys
- ▶ Identificar projectes d'interès turístic potencial per al municipi:
 - ▶ Projectes que, com La Roca Village, valorin la ubicació del municipi propera a Barcelona i la seva xarxa de comunicacions per carretera. Per exemple:
 - ▶ Pàrquing amb serveis especialitzat per al turisme d'autocaravanes
 - ▶ Circuit de 4x4
 - ▶ Projectes que puguin ser complementaris i d'interès per a La Roca Village:
 - ▶ Projectes d'hoteleria
 - ▶ Centres lúdics per a famílies



Pla d'accions detallat

Programa 5	Atraure nous projectes i inversions turístiques complementaries
Actors responsables	<ul style="list-style-type: none">▶ Ajuntament, amb potencial la col·laboració de propietaris de terrenys
Destinatari	<ul style="list-style-type: none">▶ Inversors i promotors de grans projectes
Recursos humans necessaris	<ul style="list-style-type: none">▶ Regidors i tècnics
Fonts de finançament	<ul style="list-style-type: none">▶ Pressupost de la regidoria, amb la possibilitat de cofinançar algunes accions amb propietaris privats
Indicadors de seguiment	<ul style="list-style-type: none">▶ Terrenys disponibles, inversors interessats, projectes desenvolupats
Cronograma	<ul style="list-style-type: none">▶ Hauria de poder ser una realitat en el termini màxim de dos anys