

Pla de treball per a la dinamització turística a **Empuriabrava**

JUNY DE 2016

>> 00. INTRODUCCIÓ I OBJECTIUS DEL TREBALL

01. Metodologia de treball

02. Motors turístics d'Empuriabrava i entorn

03. Proposta de model de turisme a Empuriabrava

04. Estratègia de segmentació del turisme a Empuriabrava

05. Proposta de valors i posicionament turístic d'Empuriabrava

06. Principals estratègies per impulsar el turisme a Empuriabrava

07. Proposta d'accions segons estratègies

08. Cronograma de treball

Annex 1: Trobades realitzades

El projecte que es presenta a continuació té **l'objectiu principal de determinar els principals atractius d'Empuriabrava com a elements d'atracció i dinamització del seu turisme** així com les accions necessàries per millorar la seva dinamització turística.

En termes generals, els objectius del treball es poden resumir en la **definició dels principals motors turístics d'Empuriabrava i el seu entorn, el seu model de turisme més idoni així com un pla d'acció que permeti millorar-ne el seu atractiu futur.**

00. Introducció i objectius del treball

>> 01. METODOLOGIA DE TREBALL

02. Motors turístics d'Empuriabrava i entorn

03. Proposta de model de turisme a Empuriabrava

04. Estratègia de segmentació del turisme a Empuriabrava

05. Proposta de valors i posicionament turístic d'Empuriabrava

06. Principals estratègies per impulsar el turisme a Empuriabrava

07. Proposta d'accions segons estratègies

08. Cronograma de treball

Annex 1: Trobades realitzades

En relació a la metodologia, s'han tingut en compte els següents tres passos: **la visualització i el reconeixement del territori; la realització de focus grups amb representants d'empreses vinculades al turisme; i la redacció del pla de treball amb les diferents accions a emprendre.** Pel que fa a l'elaboració del treball, aquest s'ha realitzat entre els mesos de desembre de 2015 a juny de 2016.

1 Visualització i reconeixement del territori



2 Realització de focus grups

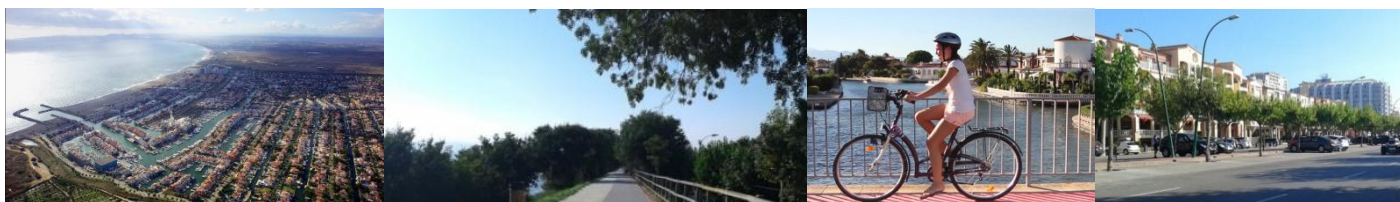


3 Redacció del pla de treball



1

Visualització i reconeixement del territori



Reconeixement de projectes

- Estudis previs realitzats.
- Actuacions previstes pel propi consistori.

Visualització de RECURSOS

- Passeig Marítim.
- Club Nàutic.
- Canals.
- Aeroclub.
- Platges i carrils bici.
- Entorn natural i patrimoni cultural.
- Etc.

Per tal de conèixer bé el potencial i els recursos d'Empuriabrava i el seu entorn s'ha considerat fonamental la **visualització i reconeixement del seu territori**. En aquest sentit, s'han tingut en compte

aspectes com:

- > La imatge d'Empuriabrava.
- > Els recursos turístics i la seva localització.
- > L'accessibilitat d'Empuriabrava i les seves connexions.

2

Realització de focus grups



La primera part s'ha complementat amb **la realització de sis trobades grupals**, mitjançant la tècnica del focus grup, amb una mostra d'unes 40 empreses representatives del sector turístic.

Reunions amb AGENTS EMPRESARIALS

- Comerç i serveis (representants de les associacions de comerciants).
- Allotjament (apartaments turístics, càmpings i hotels).
- Restauració (restaurants, bodegues i gelateries).
- Empreses nàutiques (lloguer i venda d'embarcacions).
- Empreses immobiliàries (lloguer i venda d'apartaments turístics).
- Empreses de lleure (aventura, *windoor*, clubs d'esports, *karting*, esdeveniments,...).

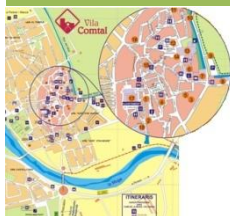
Els objectius dels focus grups, han estat enfocats a conèixer la visió de l'empresariat en relació al turisme, en que s'han tractat temes com:

- > La imatge turística d'Empuriabrava (l'accessibilitat, la imatge dels establiments, de l'entorn turístic,...).

- > Els motors turístics (els principals atractius, els recursos singulars, la seva ubicació i connectivitat,...).
- > La promoció del turisme d'Empuriabrava (quin tipus de promoció i canals són els necessaris per donar a conèixer -la,...).

3

Redacció del pla de treball



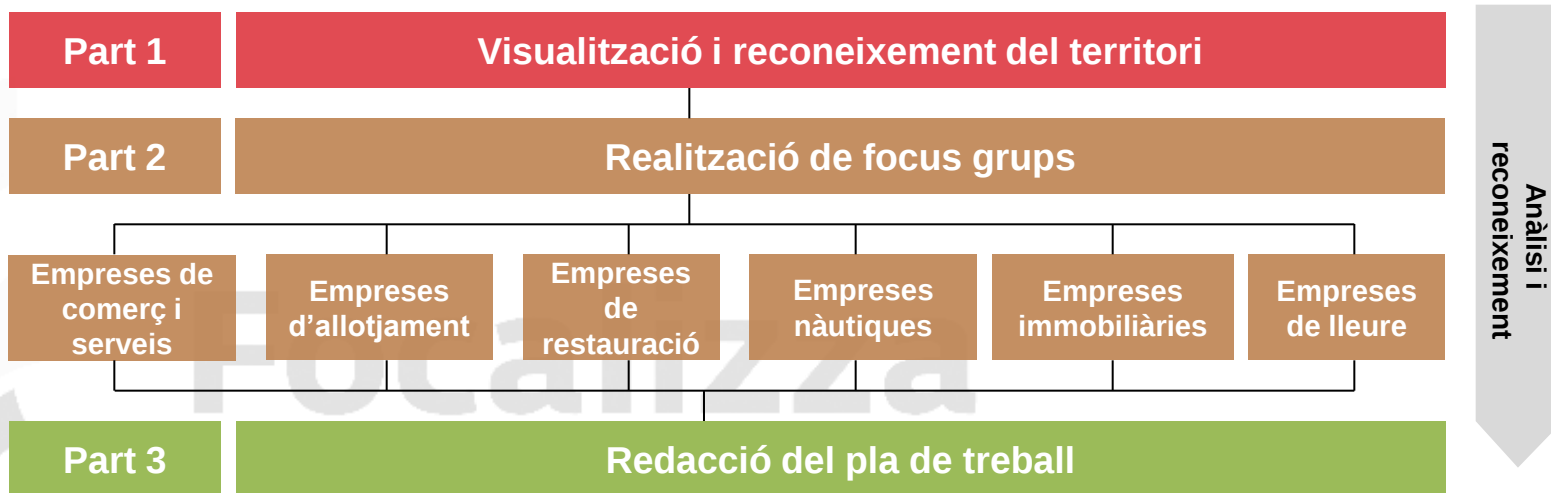
D'acord amb el reconeixement realitzat, i fruit de les trobades amb els diversos agents turístics, **s'han considerat un conjunt de fets característics del turisme d'Empuriabrava i el seu entorn, alguns dels quals són positius i d'altres negatius.**

Pel que fa als primers, cal establir un seguit de mecanismes que contribueixin a potenciar-ne la repercussió i optimitzar-ne la gestió.

En canvi, cal actuar sobre les negatives per tal de corregir-ne el sentit amb l'objecte de dirigir-les vers un impacte positiu en el seu desenvolupament turístic.

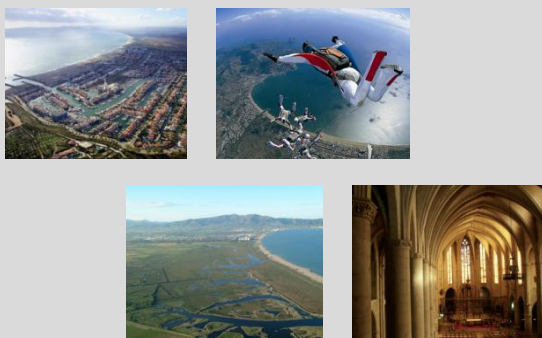
A mode de resum, en la figura 1, es presenta de forma conjunta i gràfica, la metodologia utilitzada:

Figura 1. Estructura metodològica de l'anàlisi i reconeixement del territori



Pel que fa al full de ruta del treball, **s'ha estructurat a través de les 5 parts següents:**

1



Definició dels motors turístics

En la primera part, s'han descrit els principals motors turístics d'Empuriabrava i el seu entorn, els quals defineixen els **recursos amb major potència per dirigir el seu desenvolupament turístic.**

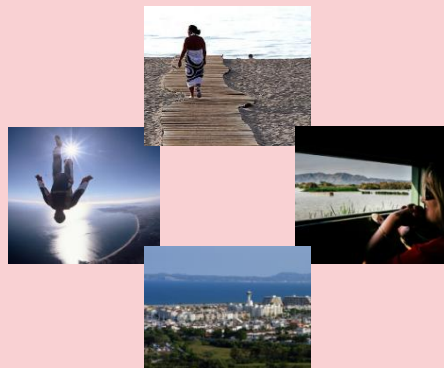
2



Estratègia de segmentació

En aquesta fase, s'han definit **els segments valorats per les empreses entrevistades.** L'objectiu no és altre que determinar a quina tipologia de visitant és la més idònia per dirigir l'oferta turística.

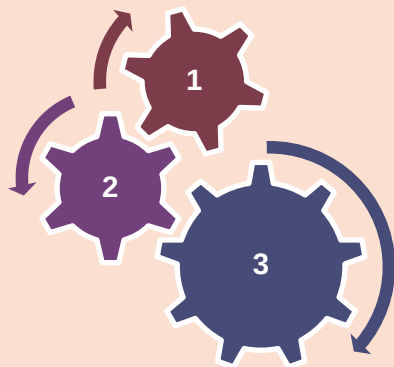
3



Estratègia de posicionament

En relació al posicionament, s'han proposat els potencials **valors a través dels quals es vol donar a conèixer l'oferta turística**, fruit de les trobades amb els sectors turístics.

4

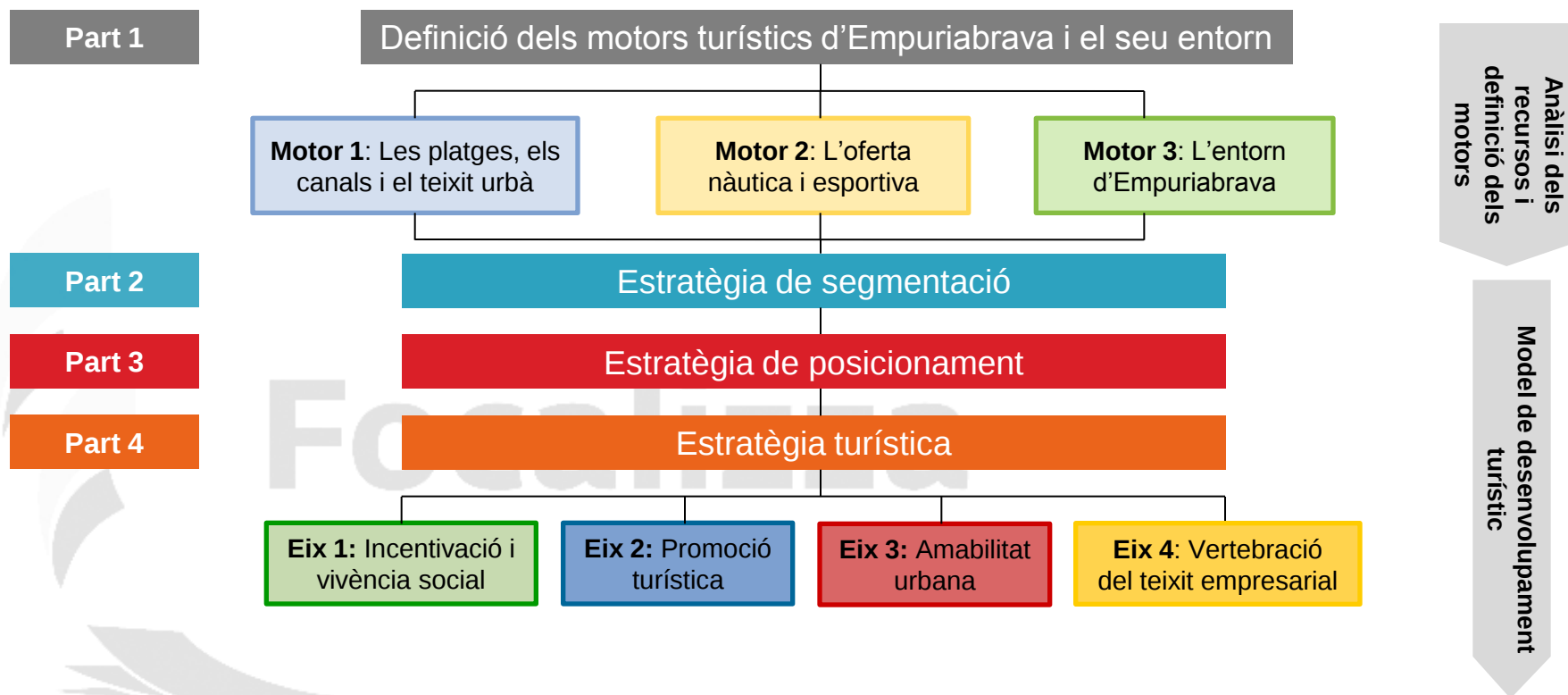


Estratègia turística

La darrera de les estratègies, proposa **els grans eixos de dinamització turística d'Empuriabrava** a través dels quals s'ha de projectar el seu model turístic de futur. En aquest apartat, es proposen, també, les diferents accions previstes a portar a bon port cada una de les estratègies / eixos turístics.

A continuació s'expressa l'estructura a través de la qual pivota el pla de treball. Tal i com es pot observar en la figura 2, aquest pla s'estructura en 4 parts també definides en l'esmentada figura, la qual es presenta tot seguit:

Figura 2. Estructura metodològica del pla de treball per a la dinamització turística a Empuriabrava



00. Introducció i objectius del treball

01. Metodologia de treball

>> 02. MOTORS TURÍSTICS D'EMPURIABRAVA I ENTORN

03. Proposta de model de turisme a Empuriabrava

04. Estratègia de segmentació del turisme a Empuriabrava

05. Proposta de valors i posicionament turístic d'Empuriabrava

06. Principals estratègies per impulsar el turisme a Empuriabrava

07. Proposta d'accions segons estratègies

08. Cronograma de treball

Annex 1: Trobades realitzades

Empuriabrava i el seu entorn compten amb tota una sèrie de recursos catalogables en els següents motors: **les platges, els canals i el teixit urbà; l'oferta nàutica, esportiva i de lleure; i l'entorn natural d'Empuriabrava** (la natura i el patrimoni cultural).

Pel que fa al primer dels motors, en destaca la platja d'Empuriabrava, que forma part de l'Associació de les Badies Més Belles del Món, així com els canals, que són considerats un dels seus recursos més singulars.

En relació a l'oferta nàutica i esportiva, Empuriabrava gaudeix d'una àmplia oferta d'activitats vinculades a les embarcacions nàutiques així com esports referents a nivell estatal com és el paracaigudisme.

Respecte l'entorn d'Empuriabrava, el darrer dels motors, es compon de la natura i el patrimoni cultural. Pel que fa la natura, en destaca el Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà, una zona amb una gran avifauna i xarxa de camins, idoni per a la pràctica d'activitats com el senderisme i el ciclisme. En referència al patrimoni cultural, la vila comtal medieval i els monuments expliquen el llegat històric de Castelló d'Empúries.

02. Motors turístics d'Empuriabrava i entorn

Figura 3. Els motors turístics d'Empuriabrava i el seu entorn



Font: elaboració pròpia, 2016.

MOTOR 1 Les platges, els canals i el teixit urbà

Empuriabrava forma part de l'”Associació de les Badies Més Belles del Món”, una agrupació en que es reconeixen els valors turístics, culturals i paisatgístics i que tan sols disposen una trentena de badies en tot el món.

La seva costa està formada per tres platges: la platja de Can Comes i la platja de la Rubina, que es troben al Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà, característiques per les seves llacunes i sorral·ls; i la platja d'Empuriabrava, coneguda per la pràctica d'activitats nàutiques i esportives.

L'entramat de canals navegables és considerat l'element més singular d'Empuriabrava, que crea un paisatge molt particular i conforme la Marina Residencial més gran d'Europa, una zona única a tot el món.

El seu teixit urbà també és un aspecte a tenir en compte format pel conjunt de la restauració, el comerç i l'oferta d'allotjament.

MOTOR 1 Els principals recursos

- **La platja de Can Comas**, ubicada al sud d'Empuriabrava i de gairebé 4 kilòmetres de longitud, gran part de la seva extensió s'ubica al Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà, i en destaca el seu sistema dunar.
- **La platja d'Empuriabrava**, ubicada al mateix nucli i de 1.300 metres de llargària, és adient per a la realització d'activitats nàutiques, esportives i de lleure. El **Passeig Marítim d'Empuriabrava** és una zona amb espais de lleure que connecta la platja amb el nucli principal. La platja d'Empuriabrava disposa dels guardons:
 - **Bandera Blava** (fundació ADEAC-FEE), reconeixement internacional per assolir el desenvolupament sostenible en referència al turisme i la correcta gestió ambiental del litoral.
 - **“Q” de Qualitat turística** (Secretaria de l'Estat de Turisme i les Comunitats Autònomes), certificació que promou la garantia de qualitat de la platja així com la professionalitat i la seguretat d'aquesta.
 - **ISO 14001 i EMAS**, certificacions europees referents als sistemes de gestió ambiental.
 - **L'Associació de les Badies Més Belles del Món** posa en reconeixement el valor de la badia d'Empuriabrava juntament amb Roses, Sant Pere Pescador i l'Escala.

MOTOR 1 Els principals recursos

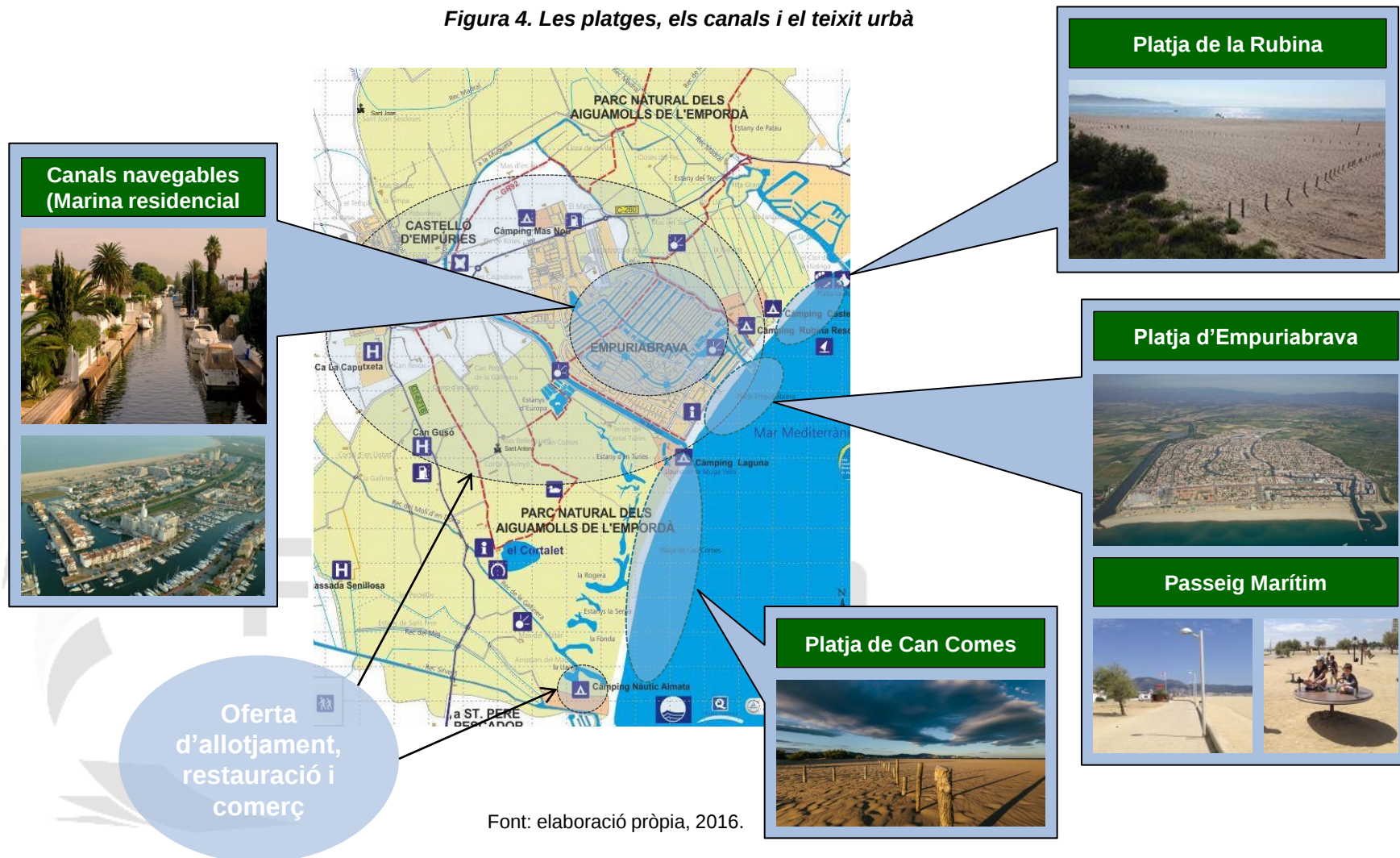
- **La platja de la Rubina**, de més al nord i d'aproximadament 2 kilòmetres d'extensió, es troba al Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà, rellevant pel fet que disposa d'una zona preparada per a la pràctica del *kitesurf*, i una altra amb accessibilitat per als gossos.
- **Els canals navegables**, situats al nucli d'Empuriabrava i amb un recorregut de 23 kilòmetres, es tracta d'una obra d'enginyeria única de construcció de canals on hi conviuen cases i embarcacions esdevenint **la Marina Residencial més gran d'Europa**. Val a dir que disposa d'un nivell de qualitat molt elevada, així com es considera un dels ports més segurs del món.

En referència al teixit urbà d'Empuriabrava, es pot desglossar en els sectors empresarials següents:

- **L'oferta d'allotjament**, en que hi ha hotels, hostals, pensions, càmpings i apartaments turístics. El major nombre de places d'allotjament es concentren, sobretot, al nucli d'Empuriabrava.
- **L'oferta de restauració**, àmplia i variada, compta amb una diversitat de tipus de cuina d'arreu del món i un dels restaurants premiats amb una estrella Michelin, ubicat, en aquest cas, a Castelló d'Empúries.
- **L'oferta comercial**, d'elevada concentració a la zona de Sant Mori, així com l'àmplia oferta de superfícies comercials al terme d'Empuriabrava.

02. Motors turístics d'Empuriabrava i entorn

Figura 4. Les platges, els canals i el teixit urbà



MOTOR 2 L'oferta nàutica i esportiva

Empuriabrava, considerada destinació turística esportiva (programa de segells de qualitat de la l'Agència Catalana de Turisme) pot presumir d'una àmplia oferta tant nàutica com aèria i de lleure. Pel que fa a la primera, tot aprofitant els kilòmetres de canals navegables, hi ha diverses empreses dedicades al lloguer i venda d'embarcacions, així com de realització de passejos. També cal destacar les activitats vinculades al món de la vela (vela, *kitesurf*,...).

La presència i rellevància del món nàutic a Empuriabrava es palesa amb l'organització de la Fira del Vaixell d'Ocasíó, que enguany compleix la 28^a edició, i en que els professionals nàutics tenen l'ocasió de posar a la venda més de 400 embarcacions.

En referència a les activitats esportives aèries s'inclou tant el paracaigudisme com el túnel del vent, instal·lació pionera i única a l'estat espanyol per construir-se al costat de l'espai de la pràctica de paracaigudisme.

Pel que fa als esdeveniments relacionats amb el lleure, el golf i el pitch and putt en són clars exemple.

En aquest context, la pràctica de senderisme i ciclisme i els esdeveniments esportius vinculats a l'entorn natural són activitats molt realitzades al territori.

MOTOR 2 Els principals recursos

- **Les activitats nàutiques** comprenen:
 - **Les empreses nàutiques** de lloguer i venda d'embarcacions, a la vegada que la realització de passejos pels canals i el litoral.
 - **Els esports nàutics com la vela**, el *windurf*, el *kitesurf* i el pàdel surf amb centres com el *Kitecostabrava* i *Empuriabrava Sailing* (Escola Municipal de Vela).
- **Les activitats aèries** inclouen:
 - **El paracaigudisme** amb el centre de paracaigudisme *Skydive Empuriabrava*, esdevenint el centre de paracaigudisme més gran d'Europa que també realitza vols amb avioneta.
 - **El Túnel del Vent** (*Windoor*), centre únic i pioner a Espanya degut a la seva ubicació al costat del centre de paracaigudisme. La instal·lació anomenada *Waveclub* (piscina d'onades) i la pista de vòlei són d'altres elements que complementen l'espai d'oci.

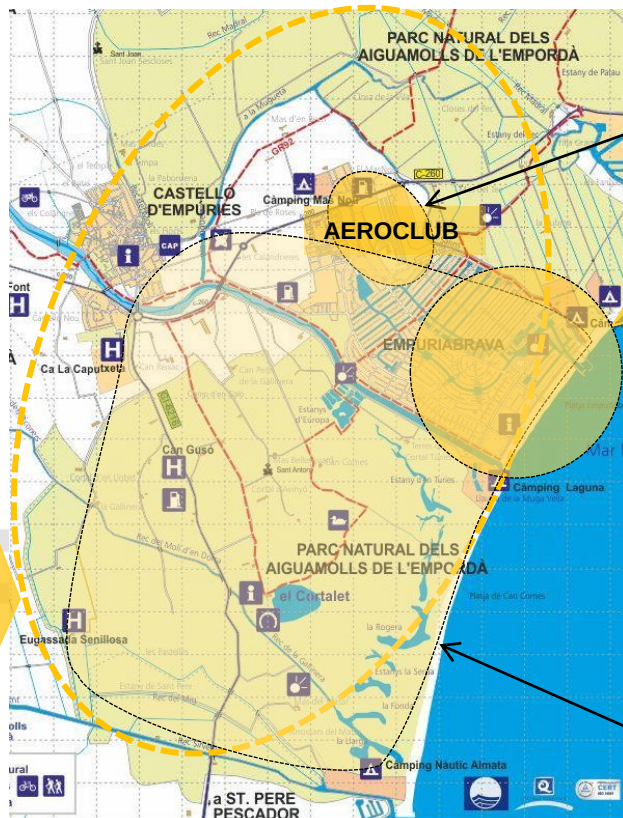
MOTOR 2 Els principals recursos

- **Les activitats de lleure** fan referència a:
 - **El Pitch & Putt** amb un camp de golf de 70.000 m2 i de fins a 18 forats resulta un espai ideal per a la pràctica d'aquest esport.
 - **El karting**, de recent instal·lació i àmplia extensió amb diversos circuits; **la bolera** d'Empuriabrava; i el lloguer de **bicicletes** i **segways**.
- **El senderisme i el ciclisme**, resulten pràctiques idònies degut a la xarxa de camins per l'entorn natural del Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà: la Ruta dels Estanys, Pirinnexus, el Camí Natural de la Muga, Itinerànnia, el Camí, i els GR 11 i GR 92. A més, en destaca la seva connexió i proximitat amb el Camí de Ronda del Cap de Creus.
- També cal destacar **els esdeveniments esportius** que tenen lloc a Empuriabrava com són, a tall d'exemple, les triatlons, les curses i les marxes.

02. Motors turístics d'Empuriabrava i entorn

Figura 5. L'oferta nàutica i esportiva

Senderisme i ciclisme



Activitats aèries



Activitats nàutiques



Activitats de lleure



Font: elaboració pròpia, 2016.

MOTOR 3 L'entorn d'Empuriabrava: La natura

El tercer dels motors, anomenat entorn d'Empuriabrava comprèn, per una banda, la natura així com, per altra banda, el patrimoni cultural.

Pel que fa a la natura, el Parc Natural dels Aiguamolls és el recurs més destacat dins d'aquest motor. Bona part del municipi de Castelló d'Empúries i Empuriabrava correspon a aquest paratge tant característic per la seva vegetació, la fauna, els recursos d'aigua i el paisatge. Doncs, conforme una de les zones humides d'importància internacional segons el "Conveni de Ramsar".

Destaca, sobretot, pel que fa a la seva fauna d'aus migratòries que, si bé és cert que en determinades èpoques el flux és menor, durant tot l'any se'n poden observar espècies. És per aquest motiu que el parc disposa de diversos miradors i d'un centre d'informació.

"Conveni de Ramsar": Tractat intergovernamental sobre les directrius vinculades a la conservació de les zones humides.

MOTOR 3 Els principals recursos de la natura

- **El Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà** és un dels recursos més destacats dels voltants d'Empuriabrava degut a la seva vegetació, fauna i recursos d'aigua.

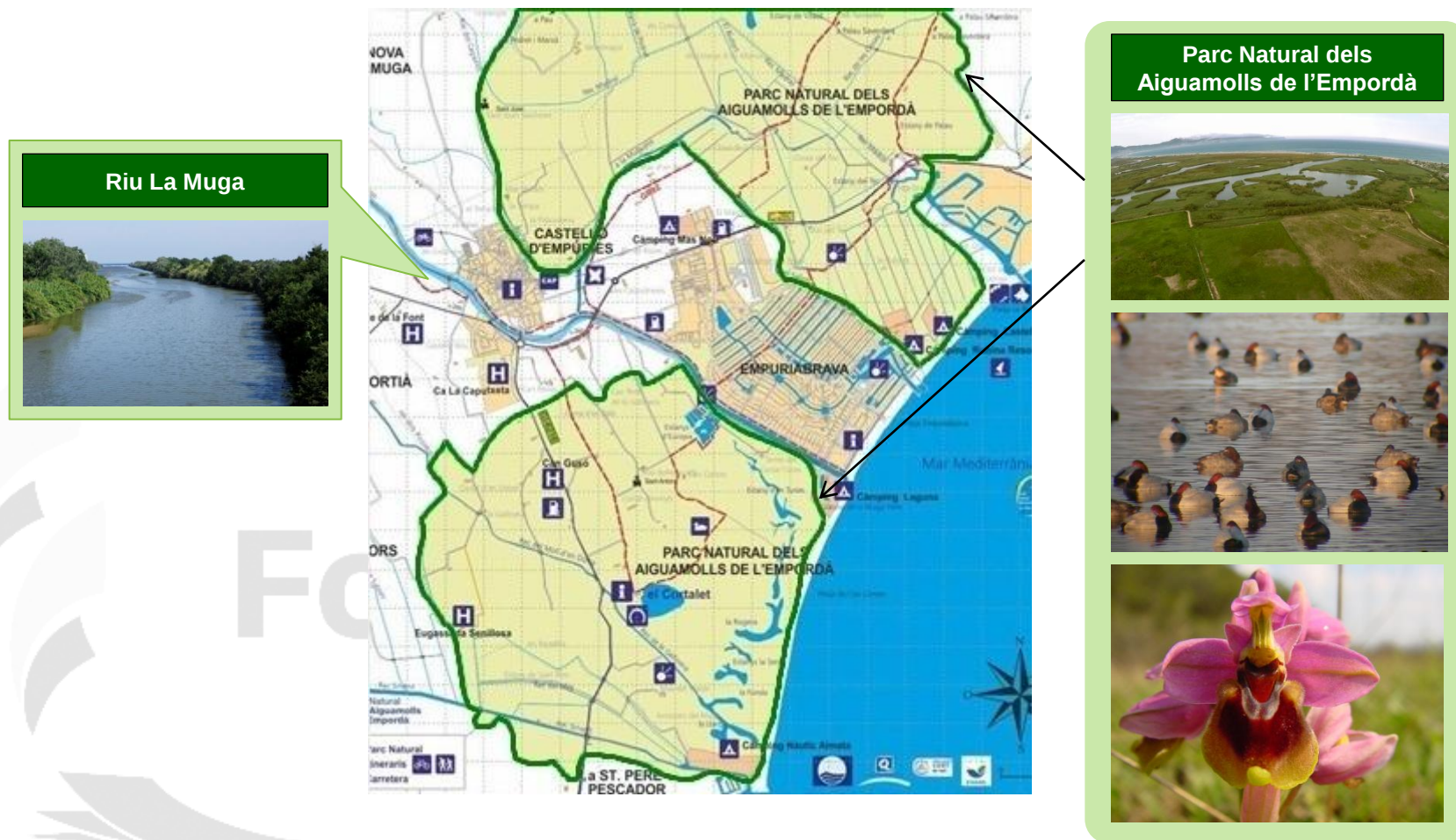
A banda de la vegetació específica, la seva avifauna migratòria és d'elevada rellevància ja que esdevé un lloc per a la nidificació i descans de moltes aus. En totes les èpoques de l'any s'hi observen ocells, tot i que durant les migracions el flux disminueix.

Pel que fa als recursos d'aigua, el riu la Muga uneix Castelló d'Empúries i Empuriabrava i fa que, en l'interior del parc, s'hi trobin formes naturals com llacunes, sèquies, embassades,...

En aquest sentit, es converteix en un espai d'elevat atractiu en relació a les seves característiques naturals i a l'observació d'aus. El parc disposa de diversos itineraris per a realitzar tant en bicicleta com a peu a efectes de conèixer, de primera mà, l'extensió del seu territori.

02. Motors turístics d'Empuriabrava i entorn

Figura 6. L'entorn d'Empuriabrava: La natura



Font: elaboració pròpia, 2016.

MOTOR 3 L'entorn d'Empuriabrava: El patrimoni cultural

El patrimoni cultural fa referència, pròpiament, als recursos de Castelló d'Empúries, però que poden ser entesos com un recurs més de promoció turística de tot el municipi, i que conformen l'entorn d'Empuriabrava.

En aquest sentit, és important destacar que la vila comtal medieval de Castelló d'Empúries, antiga seu d'un comte, té un llegat històric rellevant que s'ha conservat al pas del temps. El Museu d'Història Medieval de la Cúria-Presó i l'Ecomuseu de la Farinera en són uns bons exemples.

El Festival Terra de Trobadors és l'esdeveniment cultural per excel·lència de Castelló d'Empúries en que es reviu l'Edat Mitjana i la seva època de més esplendor sorgit dels vincles culturals entre les terres occitanes i la Catalunya Nord. En aquesta línia, la Ruta de l'Art és un esdeveniment que té lloc durant el segon cap de setmana d'octubre i exposa als edificis emblemàtics i espais de la vila (cases pairals, jardins,...) les obres d'autors contemporanis.

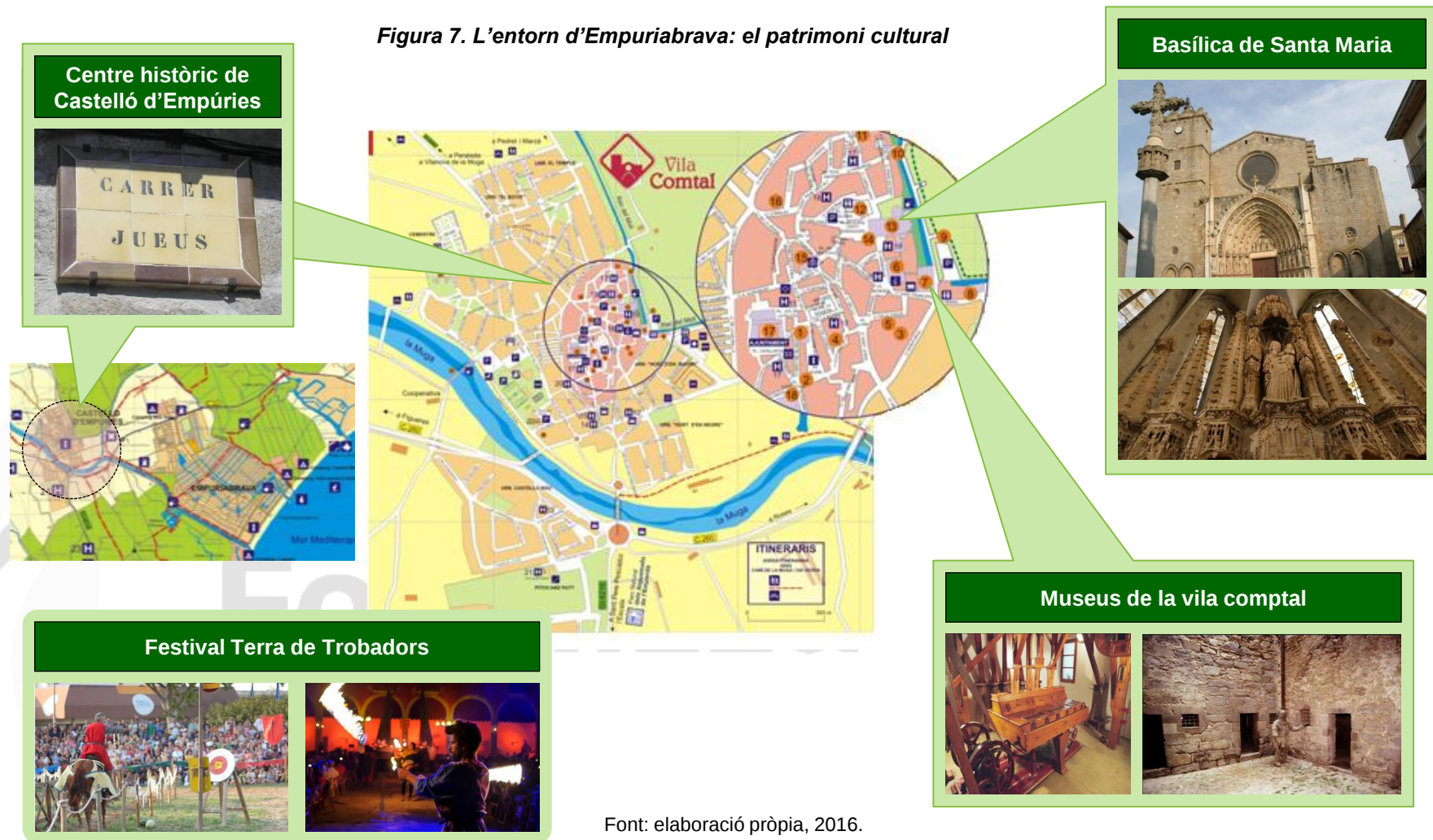
Pel que fa al patrimoni cultural, també es pot considerar el *Butterfly Park* (Parc de les Papallones), un centre molt proper a Castelló d'Empúries amb la recreació d'una selva tropical per a l'observació de papallones i espècies tropicals. Doncs, resulta un espai per a l'aprenentatge i coneixement en que es pretén mantenir el contacte directe amb els animals.

MOTOR 3 Els principals recursos del patrimoni cultural

- **La vila comtal medieval** de Castelló d'Empúries compta amb **monuments** com la Basílica de Santa Maria, el Convent de Sant Agustí i el Convent de Sant Domènec i Palau Comtal. Val a dir que la Basílica de Santa Maria, del segle XIV, n'és el màxim exponent.
- **L'existència de museus** com el Museu d'Història Medieval de la Cúria-Presó, edificat al segle XIV i d'estil gòtic, era el símbol del poder comtal. L'Ecomuseu Farinera, que corresponia a un dels tres molins, permet observar el passat industrial de la vila. Castelló d'Empúries també compta amb un **llegat del poble jueu** del que en destaca l'edifici anomenat Sinagoga d'Aljama (antiga escola de la comunitat jueva).
- **El Festival Terra de Trobadors** és el certamen més destacat de Castelló d'Empúries, en que s'organitzen activitats com mercats, tornejos i espectacles per a rememorar l'Edat Mitjana. En aquesta línia, **la Ruta de l'Art** es tracta d'un recorregut pel centre històric de Castelló d'Empúries que mostra les obres de més de 100 artistes contemporanis que exposen, durant un cap de setmana, les seves peces als edificis monumentals i espais de la vila.

02. Motors turístics d'Empuriabrava i entorn

Figura 7. L'entorn d'Empuriabrava: el patrimoni cultural



Font: elaboració pròpia, 2016.

Índex

00. Introducció i objectius del treball

01. Metodologia de treball

02. Motors turístics d'Empuriabrava i entorn

>> 03. PROPOSTA DE MODEL DE TURISME A EMPURIABRAVA

04. Estratègia de segmentació del turisme a Empuriabrava

05. Proposta de valors i posicionament turístic d'Empuriabrava

06. Principals estratègies per impulsar el turisme a Empuriabrava

07. Proposta d'accions segons estratègies

08. Cronograma de treball

Annex 1: Trobades realitzades

03. Proposta de model de turisme a Empuriabrava

Aquest apartat **fa referència al model de turisme d'Empuriabrava** derivat dels diferents focus grups realitzats. En aquest sentit, en les pàgines següents es proposen tot un seguit de punts que intenten definir, a ulls de l'empresariat, com visualitzen avui en dia el turisme i com consideren que hauria de ser en un futur no molt llunyà. Per tal de determinar millor els principals aspectes tractats, s'ha realitzat la comparativa de:



03. Proposta de model de turisme a Empuriabrava



Com és **actualment** Empuriabrava?



Com **vol ser** Empuriabrava?

▪ Una destinació que **ha perdut atractiu** al llarg dels anys.



▪ Una destinació que **torni a estar al mapa turístic** a nivell català i referent a la Costa Brava.

▪ Una destinació amb multitud **d'oferta experiencial**: platges, canals i teixit urbà; activitats nàutiques i esportives; naturalesa i patrimoni cultural.



▪ Una destinació amb un conjunt d'experiències que donen lloc a un servei conjunt de **"vivència"**.

▪ Una destinació amb recursos interessants i singulars però **treballats individualment a nivell promocional**.



▪ Una destinació que inverteixi esforços en la **promoció vertebradora i cooperadora dels seus recursos**.

▪ Una destinació amb **falta de connectivitat** entre els seus recursos d'atractiu turístic.



▪ Una destinació **molt connectada** a tots els nivells i, específicament, pel que fa als seus recursos turístics.

03. Proposta de model de turisme a Empuriabrava



Com és **actualment** Empuriabrava?



Com **vol ser** Empuriabrava?

▪ Un destinació “dormitori” i amb complementarietat d’activitats dels voltants.	➔	▪ Una destinació idònia per a la realització d’activitats i complementació amb d’altres del seu voltant.
▪ Un espai poc acondicionat al passeig i al foment de la vida social.	➔	▪ Un espai que fomenti la vivència social en que el passeig marítim en sigui un clar exponent.
▪ Un espai sense un punt cèntric o punt de referència.	➔	▪ Un espai que tingui un punt central i de referència dels visitants i que posi en valor l’espai urbà d’Empuriabrava.
▪ Un espai amb una deteriorada amabilitat urbana i infraestructures.	➔	▪ Un espai amb una adequada amabilitat urbana i infraestructures.
▪ Un espai amb una manca d’integració de les empreses del teixit econòmic en la gestió turística	➔	▪ Un espai que integri les diverses empreses del teixit econòmic en la seva gestió turística.

03. Proposta de model de turisme a Empuriabrava



Com és **actualment** Empuriabrava?



Com **vol ser** Empuriabrava?

▪ Un espai en que els **diversos sectors econòmics que no cooperen entre ells.**



▪ Un espai de **treball conjunt i cooperació entre els diversos teixits econòmics.**

▪ Una destinació amb **estacionalitat pronunciada.**



▪ Una destinació que promogui una major **desestacionalitat** i que sigui punt de referència turística al llarg de l'any.

▪ Una destinació que **ha reduït la seva clientela fidelitzada.**



• Una destinació que **mantingui i augmenti la seva clientela fidelitzada.**

▪ **Falta de promoció turística conjunta** entre Castelló d'Empúries i Empuriabrava.



▪ **Un espai de vincle**, on Castelló d'Empúries i Empuriabrava actuïn conjuntament per a la promoció turística del territori.

Índex

00. Introducció i objectius del treball

01. Metodologia de treball

02. Motors turístics d'Empuriabrava i entorn

03. Proposta de model de turisme a Empuriabrava

>> 04. ESTRATÈGIA DE SEGMENTACIÓ DEL TURISME A EMPURIABRAVA

05. Proposta de valors i posicionament turístic d'Empuriabrava

06. Principals estratègies per impulsar el turisme a Empuriabrava

07. Proposta d'accions segons estratègies

08. Cronograma de treball

Annex 1: Trobades realitzades

04. Estratègia de segmentació del turisme a Empuriabrava

Pel que fa l'estratègia de segmentació, i en base als comentaris i debat generat amb els representants dels diferents sectors turístics i empresarials, s'han proposat els següents **5 perfils de potencials visitants**:

Perfils de visitants



Famílies



Parelles i sèniors



Actius

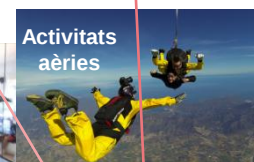
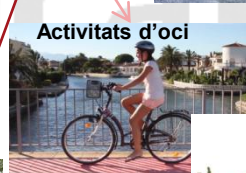
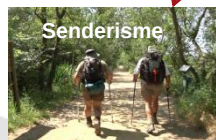


Escolars



Empreses

Recursos turístics o tipologia d'activitats



04. Estratègia de segmentació del turisme a Empuriabrava

Seguidament, es representa una taula amb **els 5 perfils de visitants** que s'han plantejat segons les trobades mantingudes amb els sectors empresarials:

				
Famílies	Parelles i sèniors	Actius	Escolars	Empreses

Pel que fa a l'estructura del quadre amb cadascun dels 5 potencials perfils de visitants, **s'especifiquen els quadres interrogatius:**

Qui són?	Definició de qui és cadascun dels perfils de visitants proposats. Es detallen aspectes com les franges d'edat dels visitants, amb qui viatgen,...
Què busquen?	Determinació de quins són els interessos dels 5 perfils proposats, és a dir, els motius pels quals tenen inquietuds en visitar Empuriabrava.
Com se'ls pot atreure?	Identificació dels recursos o oferta turística que se'ls pot oferir a cadascun d'aquests 5 perfils de visitants. Doncs, s'ha vinculat els seus interessos amb aquells atractius que puguin satisfer les seves necessitats.

04. Estratègia de segmentació del turisme a Empuriabrava

	Qui són?	Què busquen?	Com se'ls pot atraure?
 Famílies	• Famílies amb un o més fills (d'edats inferiors als 20 anys).	• Realitzar activitats amb la família i “carregar piles”. • Passar d’1 setmana a 10 dies al destí durant els mesos d’estiu. • Tranquil·litat i intimitat, i moments de més activitat, sobretot, pel que fa als menuts i joves.	• La principal motivació és el “sol i platja”. • Realització d’activitats del món nàutic (lloguer d’embarcacions i rutes,...). • Realització d’activitats complementàries (naturalesa, esport, gastronomia i patrimoni).
 Parelles i sèniors	• Parelles de totes les edats i sèniors. • Grups d’amics, de parelles o <i>singles</i>. • Associacions i grups per a la gent gran (IMSERSO, casals,...).	• Trencar la rutina i conèixer el territori. • Sentir-se “descobridors” de noves propostes. • Realitzar “escapades” de cap de setmana i/o vacances al llarg de l’any. • Descansar i desconnectar en un entorn íntim i de qualitat.	• Una de les seves motivacions és el “sol i platja”. • Passejos i visites al patrimoni natural. • Pràctica d’activitats com el senderisme i el ciclisme. • Patrimoni cultural i gastronomia. • Possibilitat de realitzar activitats complementàries als voltants.
 Actius	• Parelles o amics a qui s’ha fet un regal. • Clubs esportius o de lleure. • Grups d’amics.	• Practicar un determinat esport i/o participar en competicions. • Tenen clara l’activitat que volen realitzar. • Qualsevol època de l’any.	• Pràctica de paracaigudisme i <i>windoor</i>. • Realització d’activitats nàutiques (embarcacions, vela, <i>kitesurf</i>, <i>windsurf</i>,...).
 Escolars	• Grups d’escolars d’educació infantil, primària i secundària. • Estudiants cursant estudis superiors. • Altres agrupacions de lleure infantils (esplais, casals,...).	• Continguts de qualitat i d’aprenentatge. • Fomentar l’esport (cooperació, activitat física,...), la natura (respecte, sostenibilitat...) i el llegat històric (art, història,...). • Generar experiències memorables tot l’any.	• Visita a l’entorn natural i el <i>Butterfly Park</i>. • Visites a la vila comtal de Castelló d’Empúries i els museus. • Realització d’activitats i estades nàutiques i esportives (vela, <i>windsurf</i>,...).
 Empreses	• Empreses mitjanes i grans. • D’altres organitzacions (associacions,...).	• Realitzar activitats motivadores i estimulants que fomentin la cooperació i l’esperit d’equip. • Premiar els treballadors amb vivències inoblidables. • Participar en activitats enriquidores tot l’any.	• Realització d’activitats molt experiencials i inspiradores (paracaigudisme, túnel del vent,...). • Visita al Parc Natural dels Aiguamolls de l’Empordà i observació de l’avifauna. • Gastronomia i entorn (Alt Empordà).

00. Introducció i objectius del treball

01. Metodologia de treball

02. Motors turístics d'Empuriabrava i entorn

03. Proposta de model de turisme a Empuriabrava

04. Estratègia de segmentació del turisme a Empuriabrava

**>> 05. PROPOSTA DE VALORS I POSICIONAMENT TURÍSTIC
D'EMPURIABRAVA**

06. Principals estratègies per impulsar el turisme a Empuriabrava

07. Proposta d'accions segons estratègies

08. Cronograma de treball

Annex 1: Trobades realitzades

En aquest apartat, fruit de les converses mantingudes amb els agents turístics, s'han determinat una sèrie de valors vinculats al tipus de turisme que es vol a Empuriabrava.

El primer dels àmbits **“Què promet Empuriabrava als seus públics objectius?”** s'ha definit aquells aspectes que cadascun dels 5 perfils de visitants proposats busquen d'Empuriabrava. Així, cada tipologia de visitant té uns certs interessos i necessitats a ser cobertes.

En el segon apartat **“Quina és la proposta de valors per a Empuriabrava?”** s'han determinat quatre valors vinculats a l'oferta de recursos turístics i amb els que es vol vincular i donar a conèixer el turisme: la vivència estimulante; la tranquil·litat i el passeig; la sostenibilitat; i la qualitat i la imatge.

A més, els 4 valors que s'han considerat **s'han relacionat directament amb els recursos** pels quals han estat pensats: la vivència estimulante amb l'oferta esportiva i de lleure; la tranquil·litat i el passeig amb l'oferta de platges i litoral, la sostenibilitat amb l'entorn natural; i la qualitat i la imatge amb el comerç, els serveis i les infraestructures d'Empuriabrava.

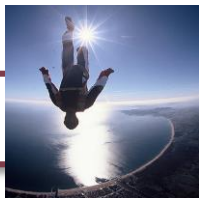
Què promet Empuriabrava als seus públics objectius?

 Famílies	“Un espai on compartir vivències amb la família en un entorn de platja, de tranquil·litat i amb moments de més activitat, sobretot, pels més menuts”
 Parelles i sèniors	“Un territori per descobrir i viure experiències autèntiques en un entorn natural únic que fa despertar els cinc sentits”
 Actius	“Un espai estimulant i innovador on treure l'adrenalina tot practicant o coneixent nous esports”
 Escolars	“Un espai divertit i sorprenent on compartir experiències d'aprenentatge amb els companys”
 Empreses	“Un espai on compartir experiències excitants i motivadores, lluny de la pressió del dia a dia”

Quina és la proposta de valors per a Empuriabrava?

En relació a la proposta de valor per a la dinamització turística d'Empuriabrava, s'han proposat els 4 fils conductors següents:

Vivència estimulant



Empuriabrava com una vivència molt **excitant i singular**.

Tranquil·litat i passeig



Empuriabrava com a punt de **vivència social i relació**.

Sostenibilitat



Empuriabrava com un espai de **conciliació dels interessos turístics** respecte els àmbits mediambientals i territorials, patrimonials, culturals, socials i econòmics.

Qualitat i imatge



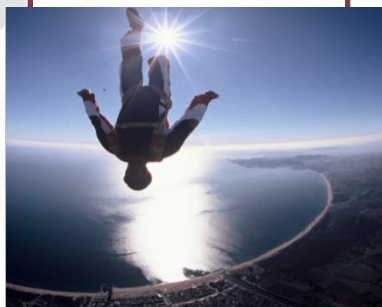
Empuriabrava com un **espai favorable i atractiu** amb una variada oferta i de qualitat.

Quins són els valors d'Empuriabrava?

**Vivència
estimulant**



Esport i lleure



**Tranquil·litat i
passeig**



Litoral i platges



Sostenibilitat



Entorn natural



**Qualitat i
imatge**



Comerç, serveis i
infraestructures



00. Introducció i objectius del treball

01. Metodologia de treball

02. Motors turístics d'Empuriabrava i entorn

03. Proposta de model de turisme a Empuriabrava

04. Estratègia de segmentació del turisme a Empuriabrava

05. Proposta de valors i posicionament turístic d'Empuriabrava

>> 06. PRINCIPALS ESTRATÈGIES PER IMPULSAR EL TURISME A EMPURIABRAVA

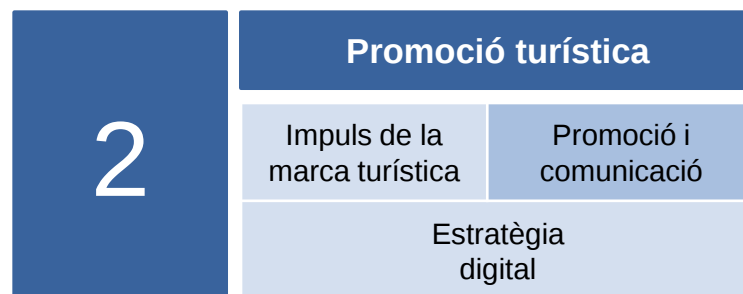
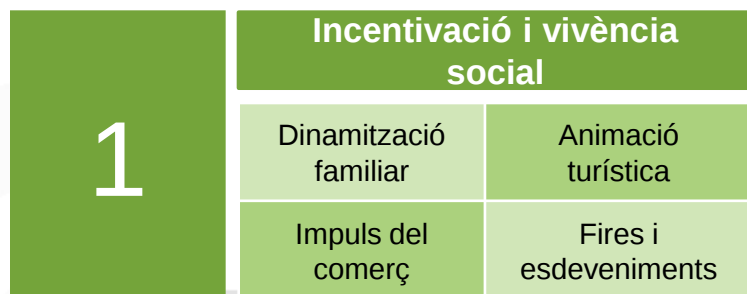
07. Proposta d'accions segons estratègies

08. Cronograma de treball

Annex 1: Trobades realitzades

06. Principals estratègies per impulsar el turisme a Empuriabrava

Per tal de dinamitzar el turisme del municipi i, en concret, el d'Empuriabrava, s'han proposat **4 estratègies**, considerades segons les converses mantingudes amb el teixit turístic: la incentivació i vivència social; la promoció turística; l'amabilitat urbana; i la vertebració del teixit empresarial. Cadascuna d'aquestes estratègies inclou diferents camps de treball on s'agrupen les actuacions que s'han proposat.



1

Incentivació i vivència social

En referència als objectius del primer eix, són els següents:

- **Promoure accions per dinamitzar el turisme familiar** i afavorir que l'estada d'aquest tipus de visitant sigui la més atractiva possible i satisfaci les seves necessitats.
- **Fomentar la vida social** a Empuriabrava en que es promogui el passeig i l'espai urbà.
- **Afavorir la dinamització del passeig marítim** amb activitats de caràcter social, lúdic i esportiu.
- **Promoure la vida comercial d'Empuriabrava** amb actuacions de dinamització del comerç que permetin posar-lo en valor i permetent que el comerç constitueixi un atractiu més
- **Aprofitar els esdeveniments rellevants** com són, a tall d'exemple, el Festival Terra de Trobadors, la Ruta de l'Art i la Fira del Vaixell d'Ocasíó, per a donar a conèixer la resta de recursos existents a Castelló d'Empúries i a Empuriabrava, respectivament.



2

Promoció turística

Pel que fa als objectius del segon eix, es poden desglossar en els següents:

- **Impulsar la marca turística d'Empuriabrava** que incorpori el conjunt de recursos turístics d'Empuriabrava i, especialment, aquells amb més capacitat d'atracció.
- **Adequar l'estratègia comunicativa en consonància als segments als qui es vol dirigir**, i que en cada cas s'utilitzin les eines més adequades al perfil de públic objectiu.
- **Aprofitar la disposició de distintius** com "destinació turística esportiva" o la pertinença a l'"Associació de les Badies Més Belles del Món" per a posar en valor els diferents recursos dels que disposa, no només Empuriabrava, sinó també Castelló d'Empúries.
- **Promoure el posicionament digital del turisme d'Empuriabrava** amb les eines del món digital més adequades.



3

Amabilitat urbana

En relació als objectius que conformen el tercer eix, aquests són:

- **Millorar la imatge dels carrers** i, especialment, la imatge del teixit comercial a efectes de contribuir a un entorn més favorable i atractiu del conjunt d'Empuriabrava així com a fomentar-ne el passeig.
- **Promoure la regulació dels usos i la normativa** per tal d'afavorir l'ordre i contribuir a una millora de la seva imatge turística.
- **Millorar aquells elements de senyalització** que contribueixin a fomentar l'ordre i la facilitat d'accés tant pel que fa a l'entrada d'Empuriabrava, els camins, els recursos turístics d'Empuriabrava i el seu entorn, **tot incentivant-ne una millor connectivitat**.



4

Vertebració del teixit empresarial

En relació als objectius del quart eix, són els següents:

Empreses de
comerç i
serveis

+

Empreses
d'allotjament

+

Empreses de
restauració

+

Empreses
nàutiques

+

Empreses
immobiliàries

+

Empreses
d'oci i lleure

- **Promoure la centralitat comercial d'Empuriabrava** amb mesures que redueixin la percepció que el seu comerç es troba poc ordenat i dispers.
- **Desestacionalitzar** l'activitat econòmica i turística per tal de poder disposar d'un fort teixit productiu durant totes les èpoques de l'any.
- **Incentivar la cooperació entre els diferents sectors empresarials** a fi de millorar la competitivitat de la destinació turística.
- **Promoure la creació d'un lideratge associatiu clar** entre les empreses dels diferents sectors productius per facilitar-ne i enfortir les diverses actuacions així com la pròpia comunicació.
- **Integrar el teixit empresarial** perquè sigui en tot moment partícip de la gestió del turisme d'Empuriabrava i hi estigui representat.

índex

00. Introducció i objectius del treball

01. Metodologia de treball

02. Motors turístics d'Empuriabrava i entorn

03. Proposta de model de turisme a Empuriabrava

04. Estratègia de segmentació del turisme a Empuriabrava

05. Proposta de valors i posicionament turístic d'Empuriabrava

06. Principals estratègies per impulsar el turisme a Empuriabrava

>> 07. PROPOSTA D'ACCIONS SEGONS ESTRATÈGIES

08. Cronograma de treball

Annex 1: Trobades realitzades

07. Proposta d'accions segons estratègies

A continuació, es mostren les taules amb cadascuna de les 4 estratègies turístiques proposades:

1

Incentivació i vivència social

2

Promoció turística

3

Amabilitat urbana

4

Vertebració del teixit empresarial

Pel que fa a l'estructura de les taules, s'hi especifiquen els camps següents:

Número	Les accions estan numerades , corresponentment, dins de cada estratègia turística.
Nom	En aquest apartat hi ha el nom concret de cadascuna de les actuacions proposades.
Sub-Àmbit	El requadre fa referència a la catalogació de cadascuna de les accions proposades segons l'àmbit que li correspon.
Objectius	En aquest camp s'hi determinen els objectius principals de cadascuna de les accions.
Descripció	L'àmbit especifica cada acció proposada per dinamitzar el turisme a Empuriabrava.
Agents responsables	S'especifiquen qui són els actors d'Empuriabrava que es tracta que es responsabilitzin de l'actuació.
Resultats esperats	Els resultats esperats fa referència als resultats més quantitatius i mesurables que s'esperen de l'acció.

Val a dir que les actuacions proposades s'han fet tenint en compte les converses mantingudes amb l'equip tècnic de l'ajuntament així com les reunions amb les figures coneixedores del turisme d'Empuriabrava.

07. Proposta d'accions segons estratègies

1.1	Accions de promoció comercial del comerç d'Empuriabrava "Comerç actiu"	Impuls del comerç
Objectius: Incentivar la compra i el consum en el comerç d'Empuriabrava i fomentar que aquest sector econòmic sigui un dels principals elements que contribueixin al desenvolupament turístic del municipi. Descripció: El comerç urbà d'Empuriabrava és un dels recursos que han de contribuir, sens dubte, a la seva dinamització turística. Aquest fet, que ha quedat ben reflectit en les opinions de bona part dels entrevistats implica la necessitat de realitzar actuacions promocionals del comerç. A través de campanyes de xecs regal o vals de descompte, es proposa la realització d'activitats conjuntament amb les associacions de comerciants per fer del comerç un espai que contribueixi a generar vida comercial i turística a Empuriabrava.		
Agents responsables: Ajuntament i associacions de comerciants.		Resultats esperats: Realitzar activitats promocionals al teixit comercial d'Empuriabrava que promoguin l'interès i la compra dels visitants i la pròpia ciutadania.
1.2	Accions d'animació a Empuriabrava "Comerç actiu"	Impuls del comerç
Objectius: Fomentar la vida i l'activitat així com projectar el conjunt del comerç d'Empuriabrava mitjançant actuacions d'animació per a tots els públics. Descripció: En sintonia amb l'actuació anterior, es proposa la realització d'actuacions d'animació comercial que, especialment, a l'estiu promoguin l'animació dels carrers amb un major dinamisme comercial, amb actuacions d'animació al carrer com puguin ser l'organització d'activitats lúdiques (titelles, jocs de rol,...) i socials i culturals (música, petits espectacles,...), etc.		
Agents responsables: Ajuntament i associacions de comerciants.		Resultats esperats: Augmentar les actuacions d'animació que fomentin l'activitat, el passeig i la compra a l'espai comercial.

07. Proposta d'accions segons estratègies

1.3	Programa “Restauració activa a Empuriabrava”	Impuls del comerç
Objectius: Impulsar i promoure el sector de la restauració com un teixit conjunt, dinàmic i atractiu que actui com un element molt interessant i potent pel que fa a l'oferta turística d'Empuriabrava.		
Descripció: Si bé, a l'hora de plantejar algunes actuacions de dinamització conjunta de la restauració, no tots els restaurants entrevistats no ho consideren prioritari, és ben cert que molts altres professionals entrevistats han coincidit en afirmar que l'actiu que suposen aquests establiments en la dinamització turística a Empuriabrava és prou notòria. Per aquest motiu, es proposa l'impuls de tot un seguit de trobades amb el col·lectiu per tal d'explorar i promoure actuacions conjuntes que incentivin la restauració del territori. Ja sigui a través de la creació de mostres gastronòmiques, la creació de plats propis, rutes gastronòmiques,... Així mateix, es proposa que s'impulsi el rol associatiu entre aquest col·lectiu per tal d'afavorir-ne la seva imatge.		
Agents responsables: Ajuntament i sector de la restauració.		Resultats esperats: Augmentar les propostes i les activitats de la restauració d'Empuriabrava així com el nombre d'agents del sector implicats.
1.4	Reconversió del mercat setmanal dels dissabtes en un referent d'atractiu turístic “Mercat de mercats”	Impuls del comerç
Objectius: Promoure un mercat més atractiu i interessant a ulls dels visitants que pugui actuar com a referència comercial i turística tant a Empuriabrava com pel que fa al seu entorn.		
Descripció: El Mercat dels Dissabtes d'Empuriabrava és, sens dubte, un dels formats comercials sobre els que caldria proposar una actuació de millora. Més enllà de la possibilitat d'estudiar el seu encaix en la demanda comercial dels dissabtes, es proposa promoure el sentit turístic d'aquest. Sota el nom “Empuriabrava: Mercat de mercats”, es proposa la realització d'actuacions del tipus la introducció d'un mercat de pagès comarcal els dissabtes d'estiu, o la venda de productes de la pròpia comarca, es pretén que el mercat es pugui convertir en un altre atractiu turístic a Empuriabrava.		
Agents responsables: Ajuntament i Mercat dels Dissabtes d'Empuriabrava.		Resultats esperats: Augmentar aquells productes i parades del mercat que puguin tenir un elevat interès turístic tot apostant pel territori.

07. Proposta d'accions segons estratègies

1.5	Impuls d'un programa de "Serveis i activitats d'animació turística"	Dinamització Familiar
Objectius: Fomentar serveis i activitats d'animació turística que promoguin l'interès, especialment, dels infants i les famílies i contribueixin, d'aquesta manera, a completar i millorar la seva experiència a Empuriabrava. Descripció: Un dels elements tractats en les diferents trobades és la creació de serveis turístics que impulsin l'experiència de l'usuari i la imatge del turisme d'Empuriabrava. En aquest sentit, la realització i creació de noves activitats i serveis turístics, per part de l'ajuntament, es pot traduir en un element favorable a la percepció dels visitants a l'hora de percebre Empuriabrava com un espai amb un major atractiu turístic. Entre els possibles serveis i activitats en destaquen la realització d'activitats per a la mainada així com per la família (aquesta ha estat una proposta àmpliament consensuada per bona part de les reunions grupals realitzades).		
Agents responsables: Ajuntament i els diversos sectors del teixit turístic d'Empuriabrava.		Resultats esperats: Augmentar i crear noves activitats i serveis d'animació turístics.
1.6	Programa "Estius musicals a Empuriabrava"	Fires i esdeveniments
Objectius: Promoure noves propostes musicals que fomentin l'animació i vida als vespres i permetin donar a conèixer les diverses zones d'Empuriabrava. Descripció: La realització d'activitats lúdiques és un dels elements més sol·licitats per les empreses entrevistades. Per aquest motiu, i fruit de les diferents converses mantingudes es proposa, potenciant així el sentit cultural a Empuriabrava, la realització de tot un seguit d'activitats musicals, preferentment, a les nits. Es proposa, al mateix temps, que aquestes activitats de música d'estiu a la fresca, es realitzin en sentit itinerant, i en diferents espais emblemàtics que promoguin el passeig i el coneixement de les diferents zones centrals d'Empuriabrava.		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: Incrementar les propostes musicals i culturals així com el flux de persones que passegen per les diverses zones d'Empuriabrava.

07. Proposta d'accions segons estratègies

1.7	Impuls del projecte “Sky Film Festival” a Empuriabrava	Fires i esdeveniments
Objectius: Projectar i fomentar un dels recursos turístics més potents d'Empuriabrava com és el paracaigudisme amb la realització d'un esdeveniment rellevant que compta amb la participació de professionals i personalitats coneixedores d'aquesta pràctica esportiva. Descripció: L'ajuntament té previst la organització d'un esdeveniment de projeccions audiovisuals vinculades a les activitats que es realitzen al cel. En aquest sentit, la proposta descansa en organitzar un esdeveniment que posi en valor el món del paracaigudisme a Empuriabrava a través de les projeccions audiovisuals. L'esdeveniment pot incorporar tot un seguit d'actuacions lúdiques complementàries ja sigui a través de xerrades, demostracions de les activitats,...		
Agents responsables: Ajuntament i agents responsables del Festival.		Resultats esperats: Promoure Empuriabrava com una destinació potent a nivell d'aquest esport i en relació a les activitats del cel.
1.8	Vinculació del “Festival Terra de Trobadors” a l'activitat turística d'Empuriabrava	Fires i esdeveniments
Objectius: Aprofitar un esdeveniment de tan renom com és el “Festival Terra de Trobadors” de Castelló d'Empúries per promoure Empuriabrava i donar-ne a conèixer els seus atractius. Descripció: Un dels aspectes tractats en les trobades amb les empreses turístiques, és la vinculació d'un certamen tan important com el Festival Terra de Trobadors amb Empuriabrava. En aquest sentit, i amb la idea de generar punts de col·laboració entre els dos nuclis es proposa la possibilitat d'estudiar la realització d'algunes activitats del mateix festival en el nucli d'Empuriabrava. La idoneïtat en les dates de celebració d'aquest festival contribuirien en que en aquelles dates a Empuriabrava encara hi hagi un volum destacat de turisme.		
Agents responsables: Ajuntament i agents responsables del Festival.		Resultats esperats: Augmentar el flux de persones que visiten i coneixen Empuriabrava tot aprofitant la realització del certàmen.

07. Proposta d'accions segons estratègies

1.9	Realització d'un programa d'activitats sota el nom "Viu la màgia dels canals d'Empuriabrava"	Fires i esdeveniments
Objectius: Posar en valor els canals navegables com un atractiu potent que converteix Empuriabrava en una destinació turística molt singular. Descripció: En la major part de reunions realitzades amb empreses turístiques, els canals han estat un dels recursos més destacats degut al seu interès i elevat atractiu. La realització de diferents actuacions de mostra, promoció i animació dels canals podrien contribuir a posar en valor la bellesa i dinamisme dels canals. Aquest també és un dels recursos en la que bona part dels col·lectius entrevistats coincideixen en afirmar que és un dels referents singulars d'Empuriabrava però que, segons comenten alguns agents, manca de certa promoció.		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: Augmentar la promoció i l'interès de visitar els canals d'Empuriabrava.
1.10	Reconversió de la torre del Far en un espai de referència visual a Empuriabrava	Animació turística
Objectius: Convertir la torre del Far en un element d'interès i de visita, en especial, per a la contemplació tant de la badia i l'entremat de canals d'Empuriabrava com de les activitats esportives que es realitzen al cel. Descripció: El far és un espai amb un cert atractiu a Empuriabrava, i amb una immillorable ubicació. En aquest sentit, es proposa la possibilitat de valorar la dinamització d'aquest espai convertint-lo en un punt de referència de visita. Un possible ús que es podria valorar, és la reconversió d'aquest espai, en un mirador dels canals i les platges, així com altres activitats tipus paracaigudisme, parapent,... (aquesta acció també ha estat suggerida en les reunions amb un dels sectors empresarials).		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: Aprofitar i promoure la torre del far d'Empuriabrava com un nou recurs turístic visitable.

07. Proposta d'accions segons estratègies

1.11	Programa d'activitats dirigides al segment de turistes familiar d'edat avançada	Animació turística
Objectius: Oferir activitats i serveis al segment de visitant familiar d'edat avançada a efectes que la seva estada a Empuriabrava sigui més completa i puguin satisfer les seves necessitats.		
Descripció: Un dels elements comentats entre alguns dels assistents, i en especial, del sector immobiliari, és la necessitat de promoure activitats de dinamització i animació, no només per al turisme més familiar, sinó també per a les persones d'edat més avançada que ja fa força temps que venen, any rere any, a Empuriabrava. En aquest sentit, es proposa la realització d'un seguit d'activitats de foment social i turístic que promoguin activitats diverses (ja siguin esportives, de passeig, per tal de contribuir a l'ambient i l'atractiu turístic de la zona,...).		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: Augmentar les activitats i serveis d'Empuriabrava dedicades al segment de turistes d'edat avançada.

07. Proposta d'accions segons estratègies

2.1	Impuls de la marca i eslògan turístic d'Empuriabrava "Like it, Love it, Live it"	Impuls de la marca turística
Objectius: Impulsar Empuriabrava com una destinació turística singular, amb una multitud d'oferta turística experiencial, així com el foment de la destinació com un poble sòlid i estable. Descripció: La primera de les actuacions descansa en l'impuls de la marca turística d'Empuriabrava juntament amb l'eslògan "Like it, love it, live it" posat en marxa el 2003. A través d'aquest eslògan, es vol posar en valor i integrar tot els diversos atractius turístics d'Empuriabrava i mostrar la destinació com un lloc de vacances i de segona residència, a la vegada que un poble per viure-hi. Es tracta d'utilitzar aquesta marca i eslògan, referit al fet que Empuriabrava "T'agradarà, l'estimaràs i hi viuràs", en totes les actuacions vinculades al turisme d'Empuriabrava.		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: Fer ús i promoció de la marca i eslògan turístic d'Empuriabrava.
2.2	Participació en fires nacionals i internacionals	Promoció i comunicació
Objectius: Promocionar la destinació turística d'Empuriabrava mitjançant la seva presència i participació en fires del món del turisme a nivell nacional i internacional. Descripció: L'ajuntament participa a diverses fires, tant nacionals, com és el cas del País Basc, així com a nivell Europeu, com França, que són idònies per a la programació de les vacances del públic interessat així com l'atenció és d'un gran nombre de persones. A més, també es té present la idea d'obrir mercat a d'altres països a efectes que més visitants i d'arreu puguin conèixer i visitar Empuriabrava. En aquest marc, es pretén recuperar el mercat italià i el mercat sènior d'Utrecht (els Països Baixos). Des de l'ajuntament es té especial interès en participar en aquelles fires en les que hi participa el públic final, ja que en resulta un públic més gran i fidel, doncs, esdevé un mètode de promoció que funciona.		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: Mantenir, recuperar i poder arribar a mercats d'Espanya i d'Europa.

07. Proposta d'accions segons estratègies

2.3	Participació en <i>workshops</i> i presentacions del destí	Promoció i comunicació
Objectius: Promoure el destí a la vegada que incentivar les relacions amb les empreses, agents i tour operadors turístics fomentant la marca Empuriabrava. Descripció: L'ajuntament participa a diversos trobades de participació activa o <i>workshops</i>, així com a presentacions del destí organitzades pel Patronat de Turisme de la Costa Brava i l'Agència Catalana de Turisme. Pel que fa els seus resultats, es tracta d'activitats molt ben valorades ja que, a banda de la mobilització de multitud d'agents, aquests esdeveniments permeten posar en contacte, de forma directa, Empuriabrava com a destinació turística amb les empreses tour operadores i la premsa. Agents responsables: Ajuntament. Resultats esperats: Augmentar la promoció d'Empuriabrava així com les relacions amb els agents del sector turístic.		
2.4	Organització de “trips” o viatges de promoció directe	Promoció i comunicació
Objectius: Promocionar Empuriabrava a través de professionals que, mitjançant les seves publicacions als diversos mitjans, es converteixin en els prescriptors del destí i arribin a grans masses de gent. Descripció: L'ajuntament realitza viatges de familiarització per a la premsa per tal que aquests coneguin Empuriabrava i transmetin, a través dels diversos mitjans de premsa amb els que treballen, allò que ofereix la destinació. En aquest sentit, l'ajuntament també organitza viatges promocionals per a “bloggers” o “influencers” que publiquen l'experiència que viuen a Empuriabrava per Internet i les xarxes socials. Doncs, resulten dos mètodes de promoció que arriben a un ampli públic a través d'articles, notícies, fotografies, l'aparició a la ràdio,... Agents responsables: Ajuntament. Resultats esperats: Disposar de les notícies, articles, fotografies,... I donar a conèixer Empuriabrava a un nombre elevat de persones.		

07. Proposta d'accions segons estratègies

2.5	Edició de material promocional nou	Promoció i comunicació
Objectius: Editar material promocional per tal d'augmentar i millorar el coneixement dels recursos turístics així com els esdeveniments als actuals i potencials visitants d'Empuriabrava.		
Descripció: L'ajuntament realitza el material relatiu a la promoció del turisme d'Empuriabrava i el conjunt dels seus recursos. Aquest va des d'elements audiovisuals fins a l'edició de material en format paper com poden ser la informació de les diverses fires i dels esdeveniments, els plànols i els dossiers,...		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: Disposar del determinat material promocional, augmentar el nombre de persones que coneguin la destinació i facilitar l'estada dels actuals visitants.
2.6	Realització de campanyes de publicitat escrita i a les xarxes socials	Promoció i comunicació
Objectius: Donar a conèixer i posar en valor Empuriabrava mitjançant campanyes publicitàries des de diversos mitjans de la premsa escrita així com les xarxes socials.		
Descripció: L'ajuntament realitza campanyes publicitàries a través de la premsa escrita, el propi portal web de turisme d'Empuriabrava, i a les xarxes socials com Facebook i Instagram. Doncs, es tracta d'aprofitar el màxim nombre de canals per a publicitar Empuriabrava com una destinació turística a conèixer.		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: Disposar de les campanyes publicitàries a través de la premsa escrita i les xarxes socials.

07. Proposta d'accions segons estratègies

2.7	Programa formatiu d'implementació del servei "Google my Business"	Posicionament digital
Objectius: Incentivar el coneixement, la visibilitat i el posicionament a nivell digital dels establiments i negocis de tots els sectors i agents turístics que conformen Empuriabrava. Descripció: Es proposa implementar un programa formatiu per a l'aplicació d'aquesta eina. "Google my Business" permet trobar informació de qualsevol establiment que hi formi part a través de l'eina de Google mitjançant la geolocalització. Destaca, a més, per crear una relació amb els diversos clients (veure i respondre els comentaris, comprovar la puntuació assignada,...). El programa formatiu es proposa que vagi dirigit a tots els sectors: el comerç i els serveis, l'allotjament, les immobiliàries, la restauració, el sector nàutic i el sector del lleure. Per a la realització del programa es creu necessària la disposició d'una aula amb ordinadors en que s'expliqui i es deixi provar als assistents interessats, la manera com inscriure's i gestionar l'eina. Agents responsables: Ajuntament i tots els sectors turístics d'Empuriabrava (comerç i serveis, allotjament, immobiliàries, restauració, nàutiques i lleure). Resultats esperats: Augmentar la facilitat de cerca d'informació i la promoció dels establiments i empreses turístiques d'Empuriabrava.		
2.8	Actualització del portal web del turisme d'Empuriabrava	Posicionament digital
Objectius: Re dissenyar l'actual portal web en una pàgina que promocióni tots els recursos turístics d'Empuriabrava i estigui pensat, sobretot, per arribar als diversos segments de visitants. Descripció: L'actuació, que ja té present i vol implementar el mateix ajuntament, consisteix en l'actualització del portal web del turisme del municipi (www.castelloempuriabrava.com) en que es reflecteixin, de manera clara i atractiva, els motors turístics d'Empuriabrava així com la vinculació als segments de visitants turístics corresponents. A més, es tracta que s'incorpori la marca i eslògan turístic. L'actual portal web de turisme presenta valors d'impacte baixos com ho demostra el fet de tenir una puntuació en els logaritmes de Google de 0 (veure www.prchecker.info; web on es pot calibrar la valoració que en fa el gegant de les cerques digitals). Agents responsables: Ajuntament. Resultats esperats: Disposar d'un portal web que proporcioni informació actualitzada als usuaris que visitin la pàgina.		

07. Proposta d'accions segons estratègies

2.9	Programa formatiu d'implementació de l'"E-mail màrqueting"	Promoció i comunicació
Objectius: Donar a conèixer les novetats i fomentar el contacte i la comunicació directa entre els visitants d'Empuriabrava i els sectors turístics per tal d'incentivar la tornada d'aquests a la destinació.		
Descripció: L'acció d'aquest àmbit es considera necessària per a promoure la relació personalitzada amb els visitants d'Empuriabrava així com la desestacionalitat del turisme, aspecte molt destacat en totes les reunions realitzades. Així mateix, es creu idoni la realització d'un programa formatiu dedicat als diversos sectors turístics a efectes de mostrar-los el seu funcionament i la gestió i per tal que aquests puguin realitzar de forma periòdica enviaments de <i>newsletters</i> a la seva clientela. Pel que fa als passos per a la implementació de l'e-mail màrqueting i que, per tant, són els que es tracta que s'expliquin a les diverses empreses, són els següents: 1. Construcció d'una base de dades. La base de dades és l'element imprescindible per a construir tot un seguit d'eines que creïn una comunicació constant i personalitzada amb els diferents visitants. Els camps a incorporar són: nom i cognoms, data de naixement i mail personal, com a mínim. 2. Realització d'una newsletter atractiva per a utilitzar a les campanyes. Dit d'una altra manera, caldrà disposar d'una imatge gràfica on hi figuri la imatge de marca del turisme, l'eslògan, i que, en definitiva, sigui de fàcil identificació per part del receptor. Les plantilles newsletter, cal que continguin, en la seva part inferior, la informació referent a la llei de protecció de dades així com una pestanya en que els receptors del missatge tinguin l'opció d'esborrar-se de la llista i no rebre'n més missatges. 3. Crear un pla d'e-mail màrqueting amb la calendarització de l'enviament de les campanyes o <i>newsletters</i>. Es proposa l'enviament de newsletters per a informar dels esdeveniments, els recursos turístics, les campanyes,... d'Empuriabrava.		
Agents responsables: Ajuntament i els diversos sectors turístics d'Empuriabrava.	Resultats esperats: Disposar d'un programa formatiu per a l'ensenyament del funcionament de l'e-mail màrqueting a les empreses del sector turístic i contribuir-ne al seu ús, de manera individual, posteriorment.	

07. Proposta d'accions segons estratègies

2.10	Creació de la “Guia del Turisme d’Empuriabrava”	Promoció i comunicació
Objectius: Facilitar i donar a conèixer la informació relativa a tot el conjunt de recursos turístics d’Empuriabrava als seus actuals i potencials visitants.		
Descripció: El municipi té una gran quantitat de recursos turístics interessants a visitar, i de les converses mantingudes amb els diversos agents turístics, i en relació amb l’actuació 2.6 (Edició de material nou), se’n desprèn la necessitat de poder concentrar tota la informació relativa al turisme i de poder-la comunicar als actuals i potencials visitants perquè aquests siguin coneixedors de tot el que Empuriabrava els pot oferir. En aquest context, es proposa la creació d’una “Guia del Turisme d’Empuriabrava” en que s’hi exposin els diversos recursos així com la seva ubicació en un mapa. Amb tot, aquesta actuació pren importància en la mesura que les empreses del sector immobiliari, en especial, i també la resta de sectors (allotjament, comerç, activitats turístiques,...) disposin d’aquesta guia per tal de proporcionar-la als visitants d’Empuriabrava.		
Agents responsables: Ajuntament.	Resultats esperats: Disposar d’un document que reculli tots els recursos turístics d’Empuriabrava per contribuir al millor coneixement i promoció d’aquests als visitants.	

07. Proposta d'accions segons estratègies

2.11	“Creació de Punts d’Informació Pop-up” del turisme d’Empuriabrava	Promoció i comunicació
Objectius: Promoure i potenciar el conjunt de recursos turístics d’Empuriabrava tot aprofitant, especialment, els fluxes de visitants durant els dies de celebració d’esdeveniments destacats.		
Descripció: Es tracta de crear, en llocs estratègics com són el Passeig Marítim d’Empuriabrava o bé els carrers de la zona comercial de Sant Mori, diversos Punts d’Informació Pop-up. A més, també es creu idoni que, com a mínim, un punt d’informació estigui present als diversos esdeveniments turístics del municipi (Festival Terra de Trobadors, Fira del Vaixell d’Ocasíó,...). Per al desenvolupament de l’actuació es tracta que una o més persones actuïn com a promotors de la informació, a la vegada que reparteixin la “Guia del Turisme d’Empuriabrava”. L’actuació és denominada “Pop-up” en la mesura que ha d’actuar com una acció puntual per a promoure el turisme a Empuriabrava.		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: Disposar d’eines puntuals per a la promoció dels recursos turístics d’Empuriabrava.

07. Proposta d'accions segons estratègies

3.1	"Procés participatiu del Passeig Marítim d'Empuriabrava"	Imatge del teixit turístic
Objectius: Adequar i millorar el Passeig Marítim d'Empuriabrava com un espai apte, idoni i atractiu tant per al passeig com per a la realització de múltiples activitats. Descripció: Un dels elements més valorats per bona part del teixit comercial i turístic d'Empuriabrava, és la participació en la determinació de quins usos poden ser els més adequats per al Passeig Marítim, un dels elements més importants i a treballar del municipi a nivell turístic. Així mateix, l'ajuntament està realitzant el "Procés participatiu del Passeig Marítim d'Empuriabrava", en que es treballa per a la millora d'aspectes com l'enllumenat i pistes per a la realització d'activitats, elements citats a les trobades amb els actors del turisme del municipi.		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: Disposar d'un passeig marítim amb tots aquells elements que contribueixin a millorar l'experiència dels visitants.
3.2	Projecte d'"Enjardinament d'Empuriabrava"	Imatge del teixit turístic
Objectius: Millora de l'atractiu de la imatge de l'espai urbà d'Empuriabrava amb la incorporació de jardineria que n'afavoreixi una estada més agradable a ulls dels seus habitants i visitants. Descripció: De les converses amb les figures dels diversos sectors turístics d'Empuriabrava, totes elles estan d'acord en el fet que la imatge del municipi podria millorar. En aquest sentit, l'ajuntament vol invertir esforços perquè Empuriabrava sigui considerada amb el distintiu de "Vila Florida" i així contribuir a la millora de la seva imatge i atractiu.		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: Disposar del distintiu de "Vila Florida" a Empuriabrava.

07. Proposta d'accions segons estratègies

3.3	"Creació d'una icona d'Empuriabrava"	Imatge del teixit turístic
Objectius: Representar i potenciar els canals navegables i la vinculació directe amb Empuriabrava així com disposar d'un element distintiu de foment del turisme d'Empuriabrava.		
Descripció: La quarta actuació d'aquest àmbit consisteix en la creació d'una icona que podria ser, a tall d'exemple, un element que representés els canals d'Empuriabrava, el recurs més destacat i diferenciador, segons converses amb els representants del turisme, del turisme del municipi. La proposta es basa en el fet que, derivat de les reunions, s'ha arribat a la conclusió que fins al moment no hi ha cap símbol que representi el municipi a nivell turístic, i seria interessant disposar-ne d'un.		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: Disposar de la icona representativa d'Empuriabrava i, sobretot, de foment dels canals.
3.4	Creació de línies d'ajuda a la millora de la imatge dels establiments comercials d'Empuriabrava "Una imatge ben neta"	Imatge del teixit turístic
Objectius: Millorar la imatge dels establiments comercials que converteixin el teixit comercial en un element atractiu i d'interès per als visitants d'Empuriabrava.		
Descripció: Un dels elements més destacats pels agents del territori, ha estat la imatge poc atractiva que ofereixen determinats espais comercials d'Empuriabrava. En aquest sentit, es proposa que des de l'ajuntament s'impulsi un programa sota el nom "Una imatge ben neta" on aquells comerços que obrin més enllà de la temporada d'estiu puguin rebre tot un seguit de bonificacions i incentius per als seus negocis. Amb incentius com la subvenció parcial d'actuacions dirigides a millorar la imatge exterior dels establiments, es preveu poder transmetre una millor imatge del seu comerç, i afavorir, així, la imatge turística.		
Agents responsables: Ajuntament i associacions de comerciants.		Resultats esperats: Disposar de línies d'ajuda al comerç que contribueixin a la millora de la seva imatge.

07. Proposta d'accions segons estratègies

3.5	"Projecte d'amabilització urbana dels principals eixos comercials d'Empuriabrava"	Imatge del teixit turístic
Objectius: Fomentar una estada agradable, atractiva i comfortable mitjançant actuacions de millora de l'amabilitat urbana i de la imatge d'Empuriabrava.		
Descripció: Un dels elements que millor pot afavorir la dinamització turística d'un municipi és la seva imatge i amabilitat urbana dels seus eixos principals. En aquest sentit, es proposa que l'ajuntament estudiï la possibilitat de desenvolupar programes de millora de l'amabilitat comercial i turística dels eixos comercials d'Empuriabrava. Actuacions com la millora del paviment, del mobiliari urbà, la il·luminació,... són aspectes que caldrà tenir en compte en vista a oferir una imatge atractiva que convidi al passeig a Empuriabrava.		
Agents responsables: Ajuntament i associacions de comerciants.		Resultats esperats: Disposar de programes amb actuacions concretes per a la millora de l'amabilitat urbana.
3.6	Programa per al foment de "Mecanismes de control i seguiment" i "Regulació d'usos comercials" a Empuriabrava	Imatge del teixit turístic
Objectius: Promoure l'òptim funcionament de les activitats econòmiques d'Empuriabrava que contribueixin a la millora de la seva imatge turística.		
Descripció: Un altre dels aspectes a impulsar és la realització d'un programa de revisió de les diferents ordenances municipals vinculades al teixit turístic i comercial amb la idea que contribueixin a regular i ordenar un òptim funcionament de l'activitat econòmica d'Empuriabrava (la regulació dels usos, de les terrasses, del tracte de la façana,...) resulten claus per oferir una bona imatge turística.		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: Revisar i dissenyar mecanismes de control i seguiment de les activitats econòmiques d'Empuriabrava així com la regulació dels usos comercials.

07. Proposta d'accions segons estratègies

3.7	“Pla de senyalització i connectivitat dels recursos turístics d'Empuriabrava”	Senyalització i connectivitat turística
Objectius: Facilitar la informació, la identificació, l'accés i la connectivitat dels diversos recursos d'atractiu turístic d'Empuriabrava per als seus actuals i nous visitants. Descripció: De les converses mantingudes amb les figures coneixedores del turisme a Empuriabrava, es desprèn el fet que caldria senyalitzar i connectar els diversos recursos turístics del municipi. Aleshores, es proposa implementar la senyalètica del tipus: ▪ Senyalètica direccional específica d'indicació dels recursos turístics (platges, Aeroclub, zona comercial, allotjament,...). ▪ Senyalètica als propis camins d'Empuriabrava i els seus voltants per a promoure la facilitat d'accés i circulació dins d'aquests. ▪ Panells informatius al municipi, que continguin un mapa amb la ubicació dels recursos turístics, ubicats als punts estratègics d'Empuriabrava. La senyalètica es tracta que sigui col·locada en diversos idiomes per tal d'arribar a un major nombre de visitants, i com ho expressen les figures representants del turisme amb qui s'ha mantingut converses. Amb la realització d'aquestes actuacions es tracta de promoure la connectivitat dels diversos recursos turístics i fomentar que els actuals i els potencials visitants siguin coneixedors de totes les possibilitats que ofereix Empuriabrava.		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: Implementar els diversos tipus de senyalètica i elements informatius dels recursos turístics.

07. Proposta d'accions segons estratègies

3.8	“Pla de senyalització i connectivitat comercial”	Senyalització i connectivitat turística
Objectius: Facilitar la identificació, l'accés, la connectivitat i la promoció de les diverses zones amb oferta comercial que disposa Empuriabrava així com els unts per a l'aparcament de vehicles.		
Descripció: Més enllà de l'activitat turística, el teixit comercial d'Empuriabrava representa un dels potencials valedors del seu dinamisme comercial i econòmic. Per aquest motiu, es proposa el disseny d'un pla de senyalització comercial que serveixi per delimitar i donar a conèixer l'oferta comercial a Empuriabrava, facilitar la connexió entre diferents zones comercials, i indicar els punts d'aparcament i d'accessibilitat a les zones comercials.		
Agents responsables: Ajuntament d'Empuriabrava.		Resultats esperats: Disposar dels elements identificatius i d'informació del comerç d'Empuriabrava.

3.9	“Revisió del model de gestió de la zona blava”	Senyalització i connectivitat turística
Objectius: Fomentar la facilitat de l'accés, el funcionament i l'ús de l'aparcament de zona blava d'Empuriabrava.		
Descripció: El model de gestió actual de l'aparcament ha estat un dels temes de major debat en les entrevistes grupals realitzades. En general, la sensació de mal funcionament d'aquest és unànime entre la major part dels sectors turístics d'Empuriabrava entrevistats. Per això es proposa una revisió del model de gestió, tenint en compte, sempre, criteris que afavoreixin la facilitat d'accessibilitat i la facilitat d'aparcament per als visitants i potencials compradors, i a efectes de generar una millor imatge, i un major foment de la compra i el consum a Empuriabrava.		
Agents responsables: Ajuntament d'Empuriabrava.		Resultats esperats: Millorar l'experiència i valoració de la zona blava per part dels usuaris.

07. Proposta d'accions segons estratègies

3.10	“Concentració de l’oferta esportiva a la zona de l’aeroclub”	Imatge del teixit turístic
Objectius: Concentrar a la zona de l'Aeroclub la major part d'empreses dedicades a les activitats esportives, d'oci i lleure d'Empuriabrava oferint als visitants un espai de diversió complet, atractiu i potent.		
Descripció: La zona de l'Aeroclub d'Empuriabrava és un espai on es reuneixen la majoria de les activitats esportives relatives al vol del municipi. Així mateix, l'ajuntament proposa, a través d'aquest projecte, la concentració de totes aquestes activitats a la zona en qüestió.		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: L'establiment del màxim nombre d'empreses esportives, d'oci i lleure a la determinada zona.
3.11	Projecte de “Millora de l’estat del carril bici d’Empuriabrava”	Imatge del teixit turístic
Objectius: Millorar l'estat dels carrils bici d'Empuriabrava per tal de promoure'n el seu ús i passeig, així com, sobretot, el confort de les persones que hi circulen.		
Descripció: Si bé és cert que l'ajuntament ha treballat per a connectar, a través del carril bici, Empuriabrava amb Castelló d'Empúries, un aspecte que sorgeix a les diverses converses amb els sectors turístics és la millora de l'estat d'aquests. Doncs, es proposa, tal i com el corrent general d'opinió ho valora, la rehabilitació de les parts dels carrils bici que conflueixen amb els diversos ponts de fusta, així com l'amplificació dels propis carrils.		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: Disposar de carrils bici en un millor estat mitjançant actuacions de millora.

07. Proposta d'accions segons estratègies

3.12	“Implementació de senyalètica d'accés a Empuriabrava”	Senyalització i connectivitat turística
Objectius: Fomentar una millor facilitat d'accés a Empuriabrava als seus potencials visitants mitjançant la senyalètica d'indicació d'entrada al nucli. Descripció: L'actual proposta planteja la senyalització d'entrada al municipi que faci referència específica a Empuriabrava des dels vials de comunicació per accedir al municipi. Doncs, resulta un assumpte molt mencionat a les diverses reunions realitzades amb els sectors del turisme d'Empuriabrava. Agents responsables: Ajuntament. Resultats esperats: Disposar de l'adequada senyalètica d'indicació d'entrada a Empuriabrava.		
3.13	“Foment de l'àrea de servei per autocaravanes i el turisme d'autocaravanes”	Senyalització i connectivitat turística
Objectius: Promoure una àrea de servei per autocaravanes a efectes que aquest tipus de turisme també tingui cabuda a Empuriabrava. Descripció: Un dels aspectes a plantejar en la dinamització d'espais d'allotjament a Empuriabrava és la possibilitat d'impulsar i dinamitzar una àrea de servei d'autocaravanes. Tot i que de les entrevistes realitzades, no se'n desprèn una línia de treball homogènia, cert és que valdria la pena valorar la possibilitat d'aquest espai per atraure altres segments de visitants. Entre les actuacions possibles, se'n destacarien les següents: ▪ Implementació d'un espai per a cicles i carabikers. ▪ Programa de vinculació entre esdeveniments singulars del municipi i les trobades d'autocaravanistes. ▪ Creació de campanyes de dinamització per a l'autocaravanisme. Es proposa que l'àrea de servei contingui un mapa explicatiu dels recursos a efectes que els potencials visitants s'ubiquin i s'informin de tota l'oferta d'activitats a realitzar. Agents responsables: Ajuntament. Resultats esperats: Disposar d'una àrea de servei per autocaravanes adequada a caravanes, cicles i carabikers.		

07. Proposta d'accions segons estratègies

3.14	“Realització d'un cens comercial a Sant Mori”	Regulació dels usos i normativa
Objectius: Promoure l'equilibri del mix comercial de la zona de Sant Mori i la continuïtat dels seus establiments, fent de la determinada zona, un espai atractiu i interessant, sobretot, pel que fa als seus comerços.		
Descripció: Una de les actuacions ja engegades per l'ajuntament és la realització d'un cens comercial. Aquesta actuació ja prevista i en curs, haurà de permetre establir el mix comercial actual així com les mesures necessàries per impulsar la reordenació del comerç urbà d'Empuriabrava. Entre aquestes mesures, s'hi haurà d'incloure una futura proposta d'usos comercials en relació a aquells sectors amb excés i manca d'oferta que contribueixin a equilibrar el mix comercial així com una major continuïtat i concentració comercial que contribueixin a fer d'Empuriabrava un espai comercial a cel obert més atractiu.		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: Disposar d'un document que reculli el conjunt de propostes amb els usos comercials específics per Sant Mori.
3.15	“Pla de foment d'Empuriabrava”	Regulació dels usos i normativa
Objectius: Contribuir a millorar la imatge i fomentar l'ocupació d'Empuriabrava promovent, especialment, l'activitat i ús dels locals buits existents.		
Descripció: Més enllà de la realització d'un cens comercial, hi ha algunes accions que caldrà tenir en consideració en breu. Una d'aquestes és la realització d'accions que fomentin la millora de la imatge i l'ocupabilitat de locals buits. En aquest sentit, es proposa que, de l'ajuntament, s'incentivin actuacions per reduir els locals buits; creant així una trama comercial més contínua i atractiva.		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: Promoure mesures per incentivar la reducció de locals buits.

07. Proposta d'accions segons estratègies

4.1	“Creació d'un ens autònom de turisme”	Professionalització pública
Objectius: Fomentar la comunicació, la coordinació i la gestió turística d'Empuriabrava des d'un mateix organisme que uneixi tant els sectors turístics d'Empuriabrava com la pròpia administració.		
Descripció: L'actuació present, la creació d'un ens autònom de turisme, és una proposta que el mateix ajuntament té prevista amb la idea de reunir els diversos sectors turístics d'Empuriabrava així com que l'òrgan s'encarregui de la gestió turística de la destinació. L'acció es considera molt apropiada i en la línia de les propostes de les figures amb qui s'ha parlat que creuen necessari un organisme que vinculi els diversos sectors i treballin de manera conjunta per a la dinamització del turisme d'Empuriabrava.		
Agents responsables: Ajuntament i sectors turístics.		Resultats esperats: Disposar de l'ens autònom de turisme d'Empuriabrava.
4.2	Programa de millora dels negocis “Millora i fes més creatiu el teu negoci”	Sensibilització empresarial
Objectius: Promoure la millora dels comerços d'Empuriabrava mitjançant actuacions de formació.		
Descripció: Promoure un programa específic de formació on s'incentivi la formació individualitzada, amb experts del sector que ajudin als comerços a millorar la seva competitivitat empresarial.		
Agents responsables: Ajuntament i associació de comerciants.		Resultats esperats: Disposar d'un programa de formació per al conjunt de comerços d'Empuriabrava.

07. Proposta d'accions segons estratègies

4.3	“Definició del model associatiu d'Empuriabrava”	Cooperació del sector empresarial
Objectius: Promoure la comunicació i la cooperació entre les diverses associacions de comerciants per tal que actuïn com un ens potent i de referència pel que fa a l'activitat econòmica d'Empuriabrava.		
Descripció: Fruit que el comerç d'Empuriabrava disposa de fins a 5 entitats associatives, es proposa que des de l'ajuntament es segueixi treballant per establir ponts de diàleg i de treball conjunt entre aquestes 5 entitats a efectes que actuïn com a punt de referència de dinamització de l'activitat econòmica a Empuriabrava.		
Agents responsables: Ajuntament.		Resultats esperats: Especificar un model associatiu del conjunt del comerç d'Empuriabrava.

Nº	Propostes d'accions per a la dinamització turística	Visitant destinatari (a qui es dirigeix l'acció?)				
		Famílies 	Parelles i sèniors 	Actius 	Escolars 	Empreses 
1.1	Accions de promoció comercial del comerç d'Empuriabrava "Comerç actiu"	✓	✓	✓		
1.2	Accions d'animació comercial del comerç d'Empuriabrava "Comerç actiu"	✓	✓	✓		
1.3	Programa "Restauració activa" a Empuriabrava	✓	✓	✓		✓
1.4	Reconversió del mercat setmanal dels dissabtes en el "Mercat de mercats"	✓	✓	✓		
1.5	Impuls d'un programa d'activitats i serveis per a la dinamització del turisme familiar	✓				

Nº	Propostes d'accions per a la dinamització turística	Visitant destinatari (a qui es dirigeix l'acció?)				
		Famílies 	Parelles i sèniors 	Actius 	Escolars 	Empreses 
1.6	Programa “estius musicals” a Empuriabrava	✓	✓	✓		
1.7	Projecte “Sky film festival” a Empuriabrava	✓	✓	✓		
1.8	Vinculació del “Festival Terra de Trobadors” a l'activitat turística d'Empuriabrava	✓	✓	✓		
1.9	Realització d'un programa d'activitats sota el nom “Viu la màgia dels canals d'Empuriabrava”	✓	✓	✓		
1.10	Reconversió de la Torre del Far en un espai de referència visual a Empuriabrava	✓	✓	✓	✓	✓

Nº	Propostes d'accions per a la dinamització turística	Visitant destinatari (a qui es dirigeix l'acció?)				
		Famílies 	Parelles i sèniors 	Actius 	Escolars 	Empreses 
1.11	Programa d'activitats de dinamització turística dirigides al segment d'edat avançada		✓			
2.1	Impuls de la marca i eslògan turístic d'Empuriabrava "Like it, Love it, Live it"	✓	✓	✓	✓	✓
2.2	Participació en fires nacionals i internacionals	✓	✓	✓		✓
2.3	Participació en <i>workshops</i> i presentacions del destí	✓	✓	✓	✓	✓
2.4	Organització de "trips" o viatges de promoció directe	✓	✓	✓		✓

Nº	Propostes d'accions per a la dinamització turística	Visitant destinatari (a qui es dirigeix l'acció?)				
		Famílies	Parelles i sèniors	Actius	Escolars	Empreses
						
2.5	Edició de material promocional nou	✓	✓	✓	✓	✓
2.6	Realització de campanyes de publicitat escrita i a les xarxes socials	✓	✓	✓		✓
2.7	Programa formatiu d'Implementació del servei "Google my Business"	✓	✓	✓		✓
2.8	"Actualització del portal web del turisme d'Empuriabrava"	✓	✓	✓		✓
2.9	Programa formatiu d'implementació de l'"E-mail màrqueting"	✓	✓	✓		

Nº	Propostes d'accions per a la dinamització turística	Visitant destinatari (a qui es dirigeix l'acció?)				
		Famílies 	Parelles i sèniors 	Actius 	Escolars 	Empreses 
2.10	Creació de la "Guia del Turisme d'Empuriabrava"	✓	✓	✓	✓	✓
2.11	"Creació de Punts d'Informació Pop-up" del turisme d'Empuriabrava	✓	✓	✓		
3.1	"Procés participatiu del Passeig Marítim d'Empuriabrava"	✓	✓	✓	✓	✓
3.2	"Projecte d'Enjardinament d'Empuriabrava"	✓	✓	✓	✓	✓
3.3	"Creació d'una icona d'Empuriabrava"	✓	✓	✓	✓	✓

Nº	Propostes d'accions per a la dinamització turística	Visitant destinatari (a qui es dirigeix l'acció?)				
		Famílies	Parelles i sèniors	Actius	Escolars	Empreses
						
3.4	Creació de línies d'ajuda a la millora de la imatge dels establiments comercials d'Empuriabrava "Una imatge ben neta"	✓	✓	✓	✓	✓
3.5	"Projecte d'amabilització urbana dels principals eixos comercials d'Empuriabrava"	✓	✓	✓	✓	✓
3.6	Programa per al foment de "Mecanismes de control i seguiment" i "Regulació d'usos comercials" a Empuriabrava	✓	✓	✓		
3.7	"Pla de senyalització i connectivitat dels recursos turístics d'Empuriabrava"	✓	✓	✓	✓	✓

Nº	Propostes d'accions per a la dinamització turística	Visitant destinatari (a qui es dirigeix l'acció?)				
		Famílies 	Parelles i sèniors 	Actius 	Escolars 	Empreses 
3.8	"Pla de senyalització i connectivitat comercial"	✓	✓			
3.9	"Revisió del model de gestió de la zona blava"	✓	✓	✓		✓
3.10	"Concentració de l'oferta esportiva a la zona de l'aeroclub"			✓		✓
3.11	Projecte de "Millora de l'estat del carril bici d'Empuriabrava"	✓	✓	✓	✓	

Nº	Propostes d'accions per a la dinamització turística	Visitant destinatari (a qui es dirigeix l'acció?)				
		Famílies 	Parelles i sèniors 	Actius 	Escolars 	Empreses 
3.12	“Implementació de senyalítica d'accés a Empuriabrava”	✓	✓	✓		✓
3.13	“Foment de l'àrea de servei per autocaravanes i el turisme d'autocaravanes”	✓	✓			
3.14	“Realització d'un cens comercial a Sant Mori”	✓	✓	✓		
3.15	“Pla de foment d'Empuriabrava”	✓	✓	✓	✓	✓

Nº	Propostes d'accions per a la dinamització turística	Visitant destinatari (a qui es dirigeix l'acció?)				
		Famílies 	Parelles i sèniors 	Actius 	Escolars 	Empreses 
4.1	Creació de l'ens autònom de turisme	✓	✓	✓	✓	✓
4.2	Programa de millora dels negocis "Millora i fes més creatiu el teu negoci"	✓	✓	✓		
4.3	"Definició del model associatiu d'Empuriabrava"	✓	✓	✓	✓	✓

Índex

00. Introducció i objectius del treball

01. Metodologia de treball

02. Motors turístics d'Empuriabrava i entorn

03. Proposta de model de turisme a Empuriabrava

04. Estratègia de segmentació del turisme a Empuriabrava

05. Proposta de valors i posicionament turístic d'Empuriabrava

06. Principals estratègies per impulsar el turisme a Empuriabrava

07. Proposta d'accions segons estratègies

>> 08. Cronograma de treball

Annex 1: Trobades realitzades

08. Cronograma de treball

	ACCIONS		4t trim 2016	1r trim 2017	2n trim 2017	3r trim 2017	4t trim 2017	1r trim 2018	2n trim 2018	3r trim 2018	4t trim 2018	
Incentivació i vivència social	1	Accions de promoció comercial del comerç d'Empuriabrava "Comerç actiu"	preparació i promoció		realització		valorar-ne la repetició					
	2	Accions d'animació a Empuriabrava "Comerç actiu"					preparació i promoció		realització		valorar-ne la repetició	
	3	Programa "Restauració activa a Empuriabrava"	preparació i promoció		realització		valorar-ne la repetició					
	4	Reconversió del mercat setmanal dels dissabtes en un referent d'atractiu turístic "Mercat de mercats"					preparació i promoció		realització		valorar-ne la repetició	
	5	Impuls d'un programa de "Serveis i activitats d'animació turística"	preparació i promoció		realització		valorar-ne la repetició					
	6	Programa "Estius musicals a Empuriabrava"		preparació i promoció		realització	valorar-ne la repetició					
	7	Impuls del projecte "Sky Film Festival" a Empuriabrava	preparació i promoció		realització	valorar-ne la repetició						
	8	Vinculació del "Festival Terra de Trobadors" a l'activitat turística d'Empuriabrava		preparació i promoció		realització	valorar-ne la repetició					
	9	Realització d'un programa d'activitats sota el nom "Viu la màgia dels canals d'Empuriabrava"					preparació i promoció		realització		valorar-ne la repetició	
	10	Reconversió de la torre del Far en un espai de referència visual a Empuriabrava					preparació i realització		promoció i manteniment			
	11	Programa d'activitats dirigides al segment de turistes familiar d'edat avançada	preparació i promoció		realització			valorar-ne la repetició				

08. Cronograma de treball

	ACCIONS		4t trim 2016	1r trim 2017	2n trim 2017	3r trim 2017	4t trim 2017	1r trim 2018	2n trim 2018	3r trim 2018	4t trim 2018
Comunicació	1	Impuls de la marca i eslògan turístic d'Empuriabrava "Like it, Love it, Live it"	treball i promoció de la marca i eslògan								
	2	Participació en fires nacionals i internacionals	preparació i participació a les fires								
	3	Participació en <i>workshops</i> i presentacions del destí	preparació i participació a les presentacions								
	4	Organització de "trips" o viatges de promoció directe	preparació i realització dels "trips"								
	5	Edició de material promocional nou	disseny, realització i repartiment								
	6	Realització de campanyes de publicitat escrita i a les xarxes socials	disseny, realització i publicació								
	7	Programa formatiu d'implementació del servei "Google my Business"	preparació	realització	valorar-ne la repetició						
	8	"Actualització del portal web del turisme d'Empuriabrava"	disseny	implementació	actualització						
	9	Programa formatiu d'implementació de l'"E-mail màrqueting"	preparació	realització del curs	disseny i enviament		disseny i enviament		disseny i enviament		disseny i enviament
	10	Creació de la "Guia del Turisme d'Empuriabrava"	disseny i realització		distribució		actualització		distribució		actualització
	11	"Creació de Punts d'Informació Pop-up" del turisme d'Empuriabrava		preparació i realització	preparació i realització	preparació i realització		preparació i realització	preparació i realització	preparació i realització	

08. Cronograma de treball

		ACCIONS	4t trim 2016	1r trim 2017	2n trim 2017	3r trim 2017	4t trim 2017	1r trim 2018	2n trim 2018	3r trim 2018	4t trim 2018	
Amabilitat urbana	1	"Procés participatiu del Passeig Marítim d'Empuriabrava"	finalització 2a fase	execució i finalització de la 3a fase				manteniment				
	2	"Projecte d'Enjardinament d'Empuriabrava"	preparació i sol·licitació	implementació (en cas d'obtenció) i manteniment								
	3	"Creació d'una icona d'Empuriabrava"										disseny i preparació
	4	Creació de línies d'ajuda a la millora de la imatge dels establiments comercials d'Empuriabrava "Una imatge ben neta"	preparació	atorgament	control i seguiment							
	5	"Projecte d'amabilització urbana dels principals eixos comercials d'Empuriabrava"	realització de les actuacions més prioritàries		manteniment		realització de la resta d'actuacions		manteniment			
	6	Programa per al foment de "Mercanismes de control i seguiment" i "Regulació d'usos comercials" a Empuriabrava	revisió		control i seguiment			possible segona revisió				
	7	"Pla de Senyalització i connectivitat dels recursos turístics d'Empuriabrava"	preparació	realització				manteniment				
	8	"Pla de senyalització i connectivitat comercial"	preparació	realització				manteniment				
	9	"Revisió del model de gestió de la zona blava"	revisió i millora					revisió i possible millora				
	10	"Concentració i connectivitat de l'oferta esportiva a la zona de l'aeroclub"	realització					manteniment				
	11	Projecte de "Millora de l'estat del carril bici d'Empuriabrava"	realització				manteniment					
	12	"Implementació de senyalètica d'accés a Empuriabrava"	preparació	realització				manteniment				
	13	"Foment de l'àrea de servei per autocaravanes i el turisme d'autocaravanes"					preparació	realització			manteniment	
	14	"Realització d'un cens comercial a Sant Mori"					realització i implementació					
	15	"Pla de Foment d'Empuriabrava"										preparació

		ACCIONS	4t trim 2016	1r trim 2017	2n trim 2017	3r trim 2017	4t trim 2017	1r trim 2018	2n trim 2018	3r trim 2018	4t trim 2018
Vertebració del teixit empresarial	1	Creació de l'ens autònom de turisme	preparació					creació i treball conjunt			
	2	Programa de millora dels negocis "Millora i fes més creatiu el teu negoci"					preparació	realització		valorar-ne la repetició	
	3	Definició del model associatiu d'Empuriabrava		preparació		realització		treball conjunt			

Índex

00. Introducció i objectius del treball

01. Metodologia de treball

02. Motors turístics d'Empuriabrava i entorn

03. Proposta de model de turisme a Empuriabrava

04. Estratègia de segmentació del turisme a Empuriabrava

05. Proposta de valors i posicionament turístic d'Empuriabrava

06. Principals estratègies per impulsar el turisme a Empuriabrava

07. Proposta d'accions segons estratègies

08. Cronograma de treball

>> ANNEX 1: TROBADES REALITZADES

Annex 1: Trobades realitzades

Focus grups amb agents representatius del sector turístic d'Empuriabrava

11 de desembre de 2015

Focus grup amb el sector de **comerç i serveis**: ALONCE, ADECU, Comerç Castelló, Tot Comerç i Alberes Comercial.

9 de febrer de 2016

Focus grup amb el sector de **l'allotjament** (5-10 persones).

16 de febrer de 2016

Focus grup amb el sector de la **restauració** (5-10 persones).

29 de febrer de 2016

Focus grup amb el sector de les empreses **nàutiques** (5-10 persones).

7 de març de 2016

Focus grup amb el sector de les empreses d'**oci i lleure** (5-10 persones).

7 de març de 2016

Focus grup amb el sector de les empreses **immobiliàries** (10-15 persones).

ESTUDI ELABORAT PER L'EMPRESA



info@focalizza.com

www.focalizza.com

Telèfon 93 432 58 10