



PLA DIRECTOR TURÍSTIC DE SOLSONA



Ajuntament de Solsona



ATI - marRefin
Assessors Turístics i de Marketing



Generalitat de Catalunya
**Departament de Treball
i Indústria**

Novembre de 2008



PLA DIRECTOR TURÍSTIC DE SOLSONA



FILOSOFIA DEL PLA DIRECTOR



Filosofia del Pla Director

El Pla Director Turístic de Solsona es sustenta en els objectius del Pla Estratègic del Turisme a Catalunya:

1. Augmentar els ingressos per turista
2. Ordenar i planificar el desenvolupament turístic
3. Incrementar la competitivitat del sector turístic
4. Assolir la sostenibilitat econòmica, social i cultural
5. Posicionar la marca Catalunya, que sigui reconeguda i valorada
6. La qualitat dels llocs de treball del sector
7. Impulsar un model ambientalment sostenible
8. Fomentar la consciència de que el turisme beneficia la població i els sectors complementaris
9. Generar noves fórmules de finançament
10. Adequar el marc normatiu a les necessitats actuals





Filosofia del Pla Director

La dinamització turística del municipi de Solsona s'ha d'abordar amb una perspectiva múltiple i transversal que contempli els següents elements:

- Que Solsona sigui un bon lloc per viure-hi
- Que Solsona sigui un bon lloc per treballar
- Que Solsona sigui un bon lloc per invertir
- Que Solsona pugui potenciar la seva identitat

Una base estratègica que posa en evidència que la dinamització turística de la ciutat passa inexorablement per una aposta de ciutat amable per als ciutadans i, en conseqüència, amb els seus futurs visitants.

PLA DIRECTOR TURÍSTIC DE SOLSONA



CONCLUSIONS DEL DIAGNÒSTIC



Les Conclusions del Diagnòstic

1. El Nucli Antic de la ciutat de Solsona ha passat per un procés de declivi urbanístic i social que afecta la seva dinàmica comercial, cultural i turística. Davant d'aquesta situació, l'Ajuntament, amb el consens dels agents econòmics i la població, ha impulsat un projecte de recuperació integral del Nucli Antic amb el recolzament de la Llei de Barris.
2. En aquest context, L'Ajuntament de Solsona aposta clarament pel sector turístic com un mecanisme capaç de contribuir a la dinamització del seu Centre Històric i, en conseqüència, en la millora de la situació econòmica, social i cultural de la ciutat de Solsona.
3. Una ambició que pretén desenvolupar el turisme per assolir tres objectius clars: la creació de treball, la creació de llocs de treball i la conservació del patrimoni i el territori.
4. La ciutat compta amb un teixit empresarial fort, representat per UBIC, el Gremi d'Hostaleria del Solsonès i empresaris de la comarca. Un empresariat que ha mostrat la seva ambició per convertir el turisme en un motor de progrés, generació de riquesa, ocupació i conservació dels elements patrimonials.



Les Conclusions del Diagnòstic

5. Solsona té un total de 1.017 places d'allotjament i és el municipi amb una major oferta turística de la comarca, concentrant el 33% de les places totals. Una oferta que els darrers cinc anys (2002-2007) ha crescut un 5.6%.
6. El 73,7% de l'oferta es representada per un únic càmping de 1ª categoria. El 24,9% de l'oferta correspon al sector hoteler amb un pes majoritari de les categories mitjanes. Mentre que el turisme rural només suposa el 1,4% de l'oferta.
7. La Ciutat té una gran diversitat i qualitat de recursos turístics. El Centre Històric capitalitza el protagonisme turístic del municipi. Un passat medieval i modern que arriba a l'excel·lència en combinació amb el patrimoni eclesiàstic i l'herència barroca.
8. El Museu Comarcal i Diocesà, la tradició gegantera i les festivitats són elements diferencials, juntament amb la ganiveteria i l'artesania. Un variat comerç i una bona restauració complementen una oferta turística que té en el món del gel una gran oportunitat de diferenciació.



Les Conclusions del Diagnòstic

9. Una ciutat que, a més a més, compta amb diversos projectes de futur vinculats a la cultura i la festa gegantera que complementaran el centre històric, la seva catedral, l'oferta museística, el comerç i la gastronomia.
10. Solsona ha d'aprofitar els importants recursos de la comarca del Solsonès, difondre els valors del món rural i la singularitat del seu paisatge. Al Solsonès el territori esdevé un recurs infinit que empresaris i administracions han de vendre i aprofitar de forma conjunta i de forma sostenible.
11. Malgrat tot, la ciutat, fins ara, no ha aprofitat del tot aquests recursos per crear riquesa i ocupació. Sens dubte, el patrimoni de Solsona no mereix els moderats resultats empresarials del comerç, de la restauració i dels allotjaments turístics.
12. Una situació que marca com a repte de futur la necessitat de crear productes i impulsar la seva comercialització. Només d'aquesta manera es podrà dinamitzar el Centre Històric i assolir els beneficis econòmics i socials del turisme.



Les Conclusions del Diagnòstic

13. Per assolir aquest repte, l'Ajuntament ha articulat un organisme empresarial de gestió que permetrà la col·laboració amb el sector empresarial per a la comercialització i promoció dels recursos, serveis i futurs productes turístics de Solsona, la comarca del Solsonès i en col·laboració amb d'altres comarques.
14. El futur turístic de Solsona passa per la corresponsabilitat pública i privada a l'àmbit de la decisió, el finançament i de l'actuació. Una col·laboració que tindrà per mercat prioritari el client familiar de classe mitja i mitja alta de l'Àrea Metropolitana de Barcelona i en segon terme tot el mercat català.
15. Solsona s'ha de posicionar com el primer referent turístic de la Catalunya Central. La ciutat necessita ambició per promoure la seva identitat a un públic que sàpiga valorar-la, fugint sempre, de la massificació i la banalització.

PLA DIRECTOR TURÍSTIC DE SOLSONA



OBJECTIUS, MODEL I POSICIONAMENT



ELS OBJECTIUS

El Pla Director de Turisme de Solsona, mitjançant la seva implementació, ha d'assolir els objectius següents:

- Generar riquesa per a la destinació
- Mantenir els llocs de treball actuals i crear-ne de nous, vinculats a l'activitat turística
- Conservar el patrimoni cultural i els recursos intangibles de la destinació

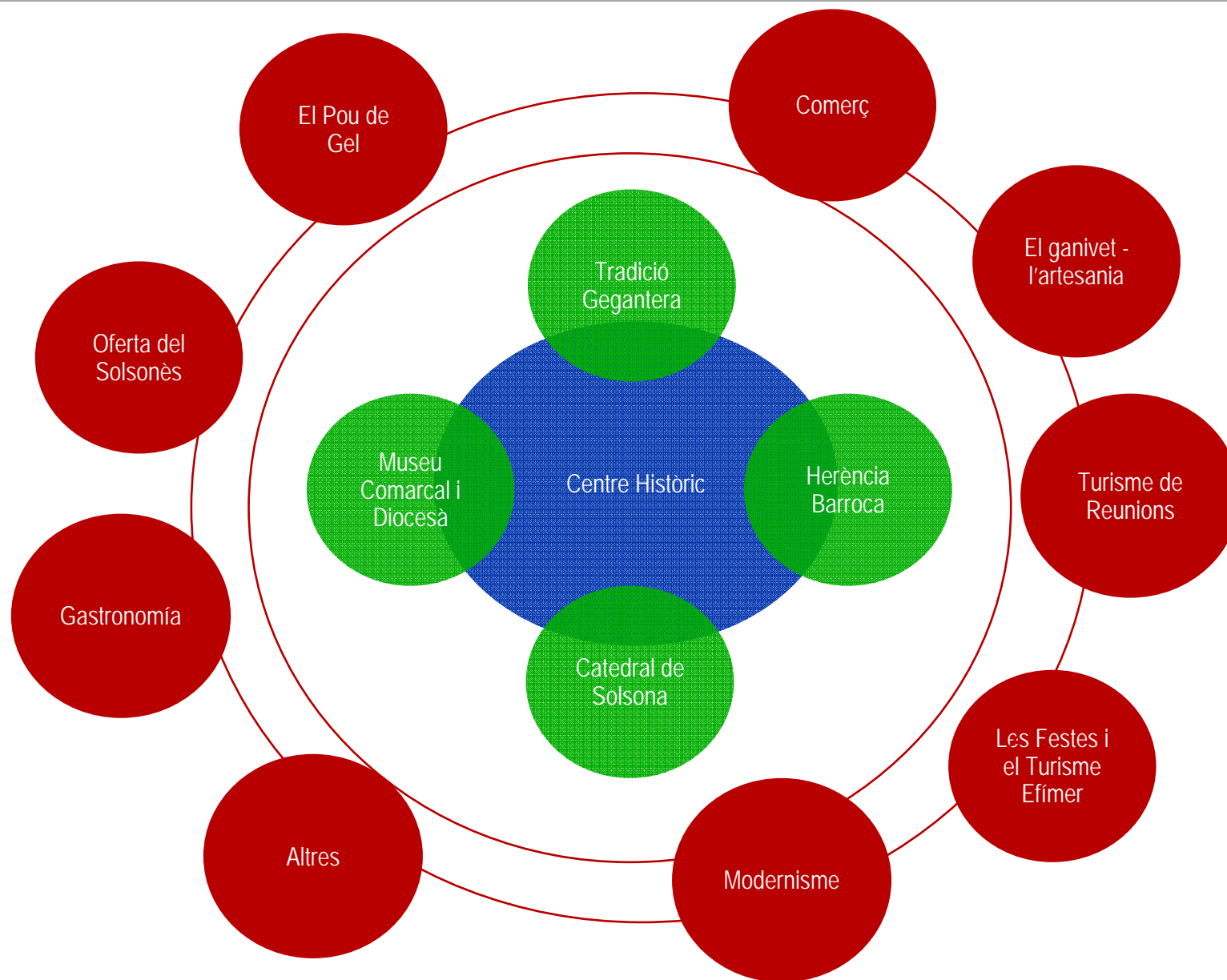


ELS OBJECTIUS

El Pla determina els següents objectius per Solsona com a destinació turística de qualitat:

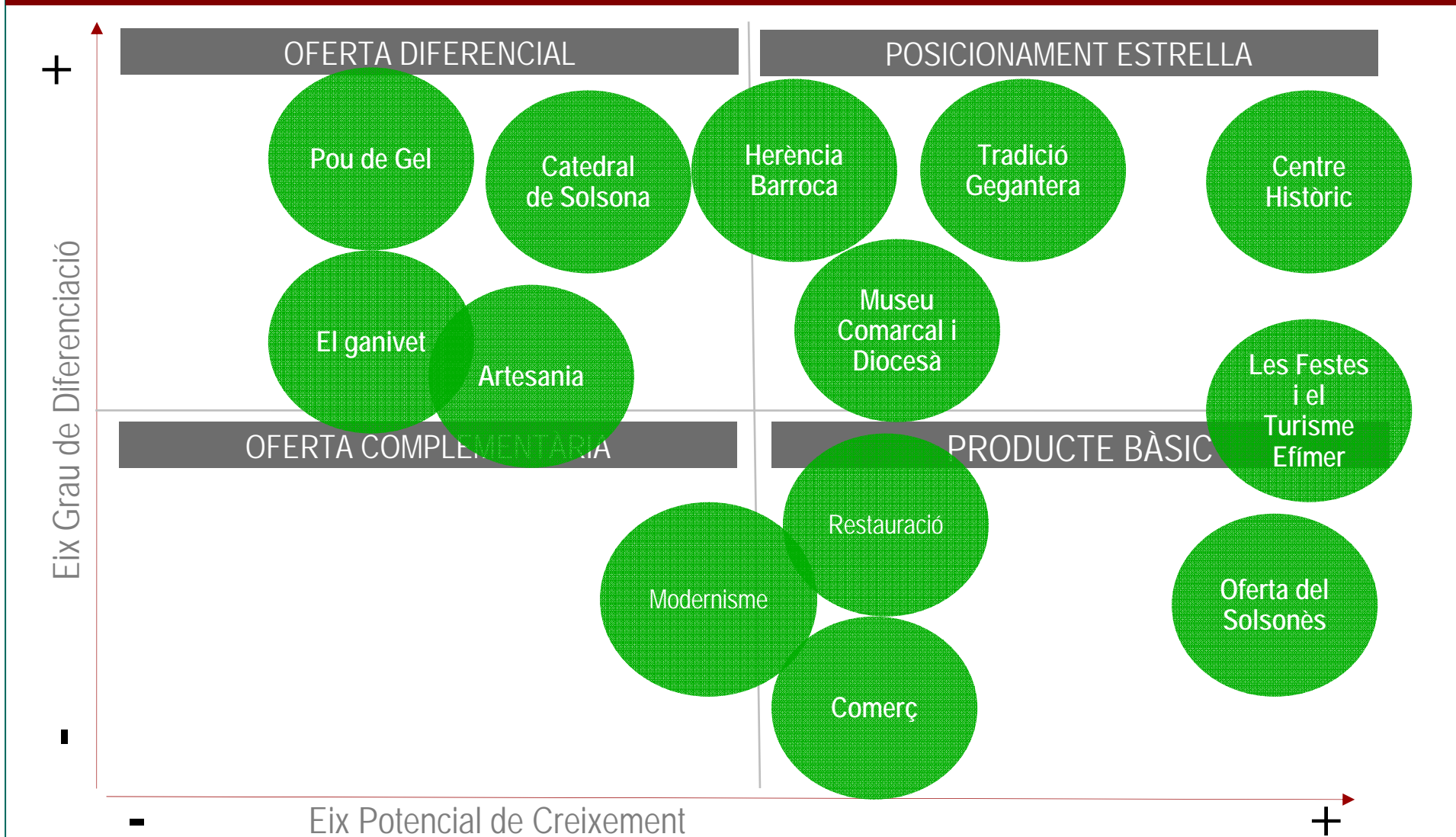
- Creació de 44 llocs de treball directes associats a projectes turístics de futur per la ciutat
- Creació de 8 Projectes de Futur
- Incrementar l'estada mitjana del turista
- Augmentar la despesa mitjana del turista i visitant
- Increment d'un 2.46% de les places d'allotjament
- Increment d'un 11.11 % del nombre d'establiments turístics

El Model Turístic de Solsona





MATRIU DE POSICIONAMENT DELS RECURSOS I/O PRODUCTES A SOLSONA





El Posicionament de Solsona

- Analitzats els recursos, els mercats, els segments de demanda i les icones turístiques de Solsona, es considera que Solsona s'ha de posicionar al mercat turístic català optant per un d'aquests eixos de posicionament:

LA CIUTAT BARROCA
DE CATALUNYA

LA CIUTAT
GEGANTERA DE
CATALUNYA

Desestimats posicionaments vinculats a la ciutat medieval, ciutat monumental, al gel, al patrimoni eclesiàstic, al ganivet i a l'artesanía.

- És necessari un alt grau de consens entre els agents turístics per determinar quin és el posicionament que més s'adapta a l'oferta turística actual i futura de la destinació.



L'estratègia de Mercat

La Ciutat de Solsona tindrà un públic objectiu que es pot definir, en un primer terme, segons paràmetres territorials.

Ciudadans de la comarca i rodalies

Ciudadans de l'Àrea Metropolitana de Barcelona

Turistes de la Catalunya Central

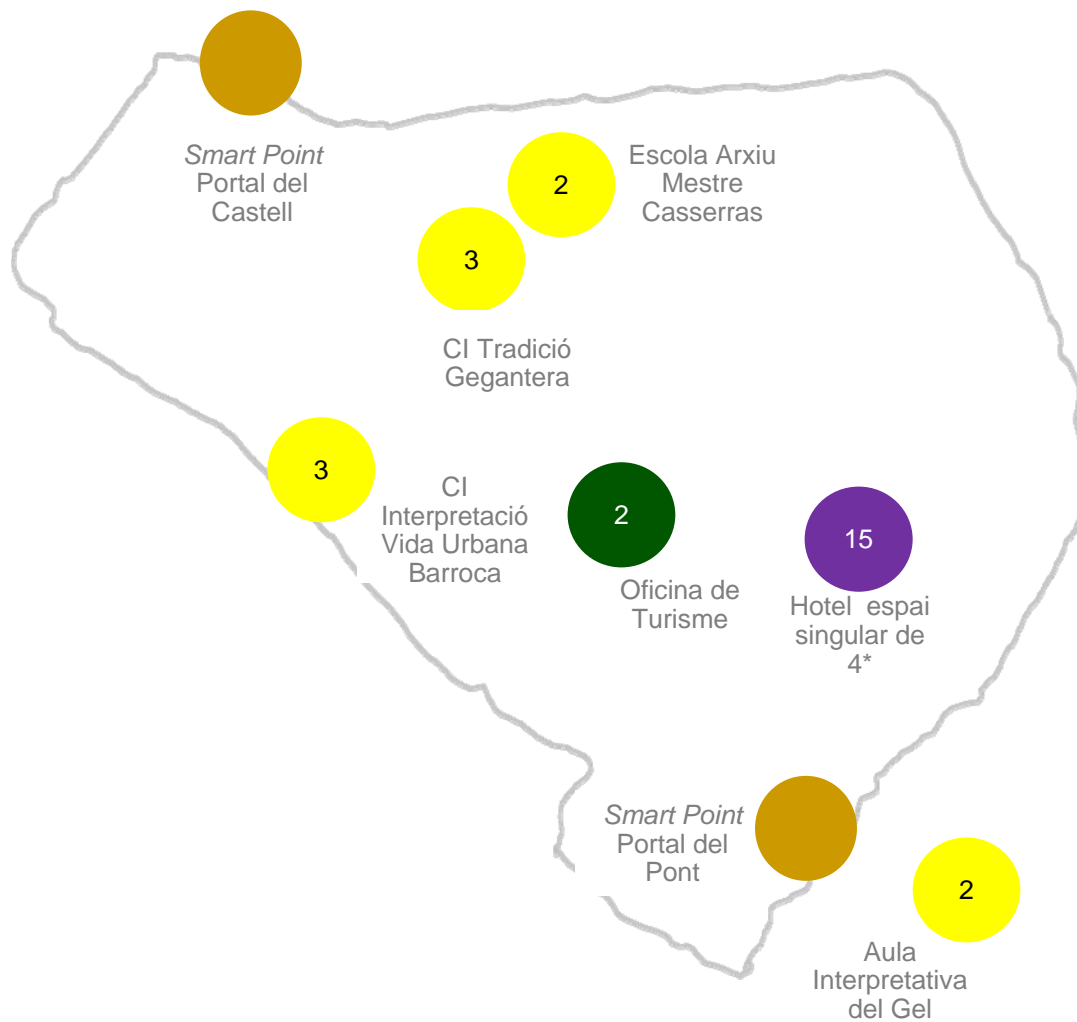
PLA DIRECTOR TURÍSTIC DE SOLSONA



EL FUTUR DEL TURISME A SOLSONA



El Futur Turístic del Nucli Antic de Solsona



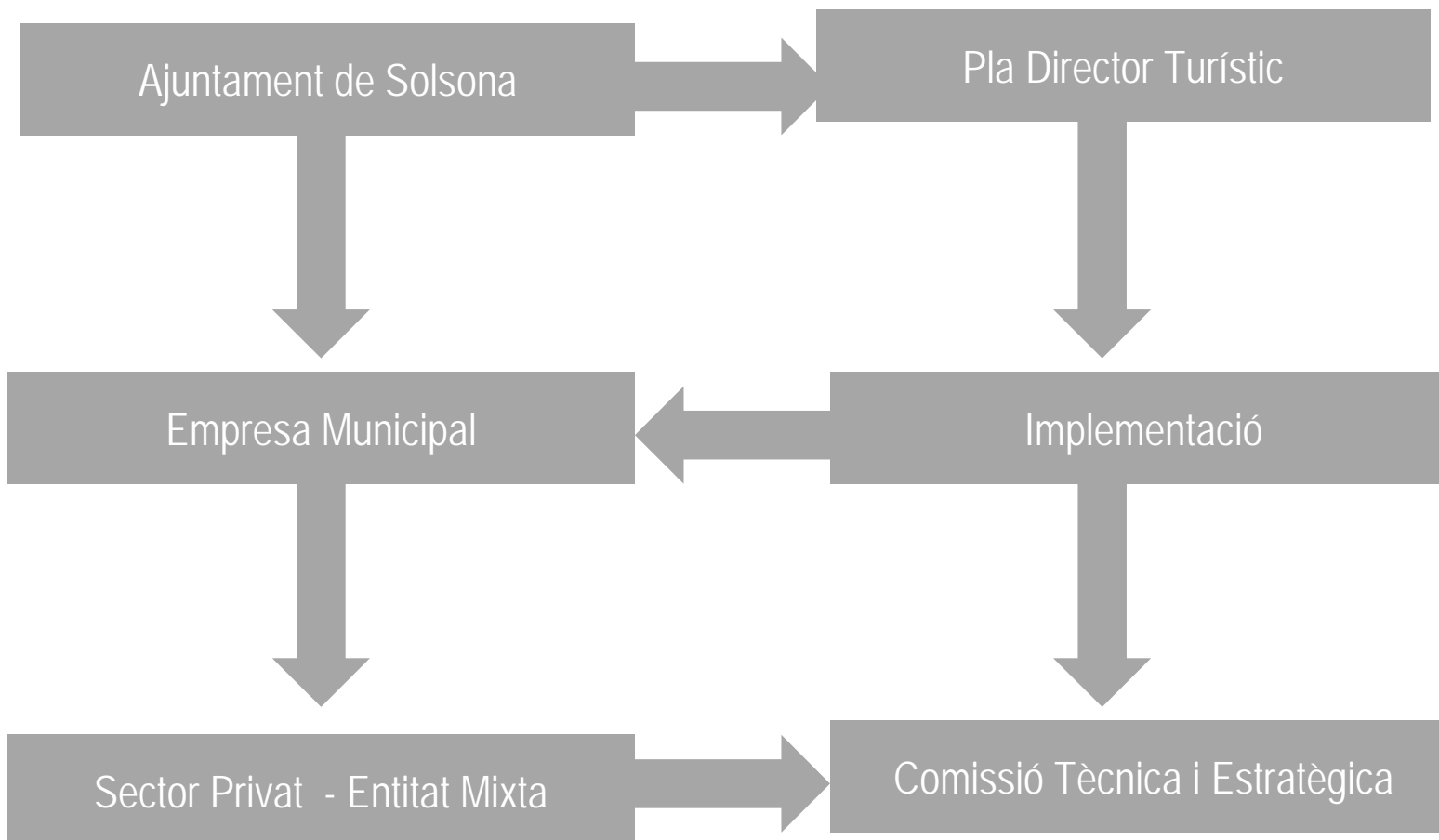
- Hotels
- Oficina de Turisme
- Equipaments i Motors Turístics
- Smarts Points

- Programa de Visites Guiades (5 llocs de treball)
- Foment de la Restauració (7 llocs de treball)
- Foment del Comerç (5 llocs de treball)
- Programa Integral de Senyalització
- Creació de la Ruta Històrica de Solsona
- Creació Ruta Barroca
- Projecte Audiovisual del Barroc
- Creació de la Ruta Gegantera
- Creació Marca Gastronòmica

Creació de 44 llocs de treball directes associats als projectes turístics motors de Solsona



La Gestió del Turisme



PLA DIRECTOR TURÍSTIC DE SOLSONA



EL PLA D'ACTUACIONS DEL TURISME DE SOLSONA



Esquema de les Actuacions del Pla Director Turístic

Competitivitat

34 Actuacions

Marketing, Producte i Comercialització

104 Actuacions

Innovació

8 Actuacions

Un Pla d'actuacions amb 146 actuacions



Competitivitat

La Gestió del Turisme

Creació Empresa Municipal

Assignació de Personal al lideratge del Pla

Taula de Turisme a l'Ajuntament de Solsona

Creació Comissió Tècnica

Creació Comissió Estratègica

Treball amb Departament IUE per al futur de la Illa Cultural

Creació Certificat Turisme Cultural

Creació Oficina de Turisme a la Plaça Major

Disseny Programa de Senyalització

Creació i Impuls de l'oferta d'allotjament



Marketing, Producte i Comercialització





Marketing, Producte i Comercialització

Tradicció Gegantera

Creació un nou període activitat gegantera

Tematització i creació de la Ruta Gegantera

Trobada Nacional dels Gegants de Catalunya

Centre d'Interpretació de la Tradició Gegantera de Catalunya

Escola i Arxiu Històric del Mestre Artesà Casserras

Foment Obertura dels Tallers d'Artesania Gegantera

Herència Barroca

Estudi Creació del Centre d'interpretació de la Vida Urbana Barroca

Ruta Barroca de Solsona

Projecte d'Interpretació Audiovisual de la Solsona Barroca

Festa del Barroc

Ruta Transnacional del Barroc



Marketing, Producte i Comercialització

Altres Actuacions

Projectes de Futur

Ruta històrica de Solsona

Promoció Museu Diocesà i Comarcal

Programa Visites Turístiques

Museu Antics Oficis

Aula Interpretativa del Gel

Comerç i Gastronomia

Creació Club i Marca Gastronòmica

Potenciació Fira del Trumfo i Tardor

Creació Referència Gastronòmica

Mapa Comercial discriminació positiva

Fira Artesana dels Pirineus

Punt de Venda Artesà

Comercialització

Elements previs de la Comercialització

La marca turística

Les bosses de fidelització i la Solsona Card

El web turístic de solsona

La publicity

La creació de paquets

L'entorn 2.0 i la gestió de prescriptors

Innovació

Viver d'Empreses Turístiques

El Turisme Accessible

PLA DIRECTOR TURÍSTIC DE SOLSONA



LES ACTUACIONS IMMEDIATES



Actuacions Immediates

11	Presentació Sectorial de l'Estudi	12	Creació Comissió Estratègica i Comissió Tècnica
13	Constitució Empresa Municipal	14	Trobada Departament d'Innovació, Universitats i Empresa
15	Creació de la Marca	16	Procés Creació OIT
17	Organització Fam Trip Comarcal	18	Creació paquets turístics i conveni amb Agències de Viatges