



PRINCIPALS ÀMBITS ESTRATÈGICS D'ACTUACIÓ (2015-2019)

REUS promoció
AJUNTAMENT DE REUS

ÍNDEX

1. Comerç
2. Turisme
3. Hoteleria
4. Restauració
5. Gestió del Patrimoni
6. Posicionament de ciutat
7. Promoció Global
8. Promoció externa
9. Eines de promoció
10. Metodologia de treball
11. Personal laboral



COMERÇ

- Priorització del comerç com a principal recurs d'atracció de ciutat
- Potenciar la seva singularitat i el seu atractiu, organitzant accions originals i innovadores
- Buscar l'encaix i la interacció amb el Centre Comercial La Fira
- Aplicació de les pautes del Pla Estratègic del comerç i turisme de la URV (2015-2017)
- Recuperació client comarcal
- Identificació del comerç de proximitat amb el concepte "experiència de shopping"
- Potenciar l'animació comercial als carrers
- Pla de protecció de comerços històrics i façanes



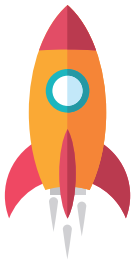
TURISME

- Aprofitar les noves oportunitats del territori (creixement Port Aventura / Ferrari Land)
- Compromís infraestructures territori (aeroport i port)
- Potenciar mercat de proximitat (català): fomentar el turisme de cap de setmana
- Evolució del mercat rus
- Explorar nous mercats emergents: orient, exrepúbliques soviètiques, etc.
- Fomentar turisme familiar i accessible
- Aprofitar el turisme esportiu de la ciutat (tant esportistes com acompanyants)



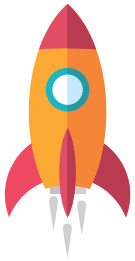
HOTELERIA

- Fomentar la cohesió del sector
- Crear nou producte de cap de setmana que incorpori el sector:
“destinació Reus”



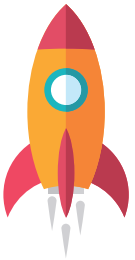
RESTAURACIÓ

- Agrupar sector
- Desenvolupar noves campanyes i esdeveniments de posicionament com un sector clau en la promoció de la ciutat
- Crear nou producte de cap de setmana que incorpori el sector: "destinació Reus"



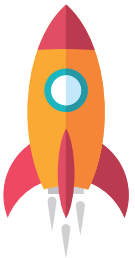
GESTIÓ PATRIMONI

- Incrementar encara més la qualitat de la visita i el grau de satisfacció del visitant del Gaudí Centre, Casa Navàs, Institut Pere Mata, Ruta del Modernisme, Ruta Gaudí i Ruta dels Orígens del Vermut.
- Facilitar el coneixement i l'accés al patrimoni cultural en general: museus, teatres, etc.
- Incrementar les possibilitats de visita.



POSICIONAMENT DE CIUTAT

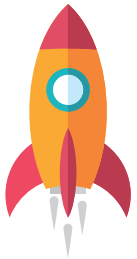
- Identificació de la ciutat amb:
 - Shopping
 - Marca Gaudí
 - Patrimoni Modernista: Domènech i Montaner



6

PROMOCIÓ GLOBAL

- Crear nous espais de treball conjunt i integrador amb altres regidories (cultura, esports, etc.) en benefici de la promoció global de la ciutat.



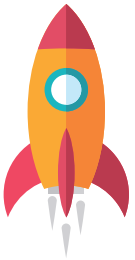
PROMOCIÓ EXTERNA

- Manteniment Aliança Turística: Salou, Cambrils i Vilaseca La Pineda
- Identificació marca paraigües Costa Daurada
- Noves complicitats en el territori: Priorat...



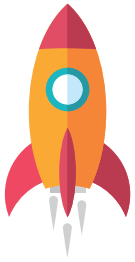
EINES DE PROMOCIÓ

- Priorització NTIC (webs, xarxes socials, Tripadvisor, e-turisme...)

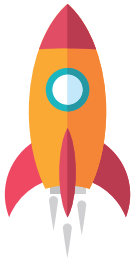


METODOLOGIA DE TREBALL

- Prioritzar el treball en equip entre el sector públic i el sector privat
- Taula de projecció de ciutat
- Comissions sectorials: comerç, restauració, mercats, etc.



PERSONAL LABORAL



- Extremar la vocació de servei i el tracte d'amabilitat vers al ciutadà i el visitant
- Formació constant: comercialització en noves tecnologies, city màrqueting, etc.



REUS promoció
AJUNTAMENT DE REUS

Reus, 13 d'octubre de 2015