



PLA D'ACCIÓ 2026

REUS *promoció*
AJUNTAMENT DE REUS

El nostre propòsit

Consolidar el model de ciutat, en el marc d'una política de **projecció exterior integral** que posicioni Reus com un lloc atractiu per **viure, visitar i invertir**.

Aquest model es fonamenta en una **governança** madura i coordinada, en la posada en valor del **patrimoni local** i en la integració de tots els atractius i recursos que configuren la identitat de la ciutat, com el **comerç, la cultura, l'oci, la gastronomia i els productes del territori**, mitjançant el disseny i la coordinació d'**experiències** dinamitzadores, singulars i emocionals que reforcin l'atractiu global de Reus.



Àmbits d'actuació

1. Projecció de ciutat
2. Turisme i patrimoni
3. Comerç, restauració i serveis
4. Productes de proximitat



1.PROJECCIÓ DE CIUTAT. Estratègia comunicativa

Objectiu estratègic PAM: 2.4.8 Promoure el sector turístic de la ciutat a través del modernisme i la figura d'Antoni Gaudí

Abast

- Disseny i implementació d'una estratègia comunicativa integral, coordinant la comunicació institucional, turística i promocional per projectar la ciutat a nivell local, territorial, nacional i internacional.

Activitats

- Definició de l'estratègia i els missatges clau de comunicació, elaboració de materials i continguts digitals, gestió de la presència a xarxes socials, coordinació amb mitjans.
- Gestió de la comunicació institucional segons projectes i esdeveniments.
- Estudi de les necessitats i mancances de la web per optimitzar-la.

Pressupost: 55.000€

Calendari

- Projecte anual: planificades per projectes

Indicadors d'avaluació

- N° d'accions comunicatives realitzades.
- Cobertura mediàtica obtinguda (mitjans i canals digitals).
- Anàlítiques web i resultats xarxes socials



1.PROJECCIÓ DE CIUTAT. Marca GaudíReus

Objectiu estratègic PAM: 2.4.8 Promoure el sector turístic de la ciutat a través del modernisme i la figura d'Antoni Gaudí

Abast: La marca GaudíReus integra de forma explícita la figura d'Antoni Gaudí com a element identitari central i potencia els atributs culturals, patrimonials i comercials de Reus. Aquest projecte pretén posicionar Reus com una destinació cultural, comercial i turística que combina: L'origen i llegat d'Antoni Gaudí, l'arquitectura i patrimoni modernista, la cultura del vermut, el comerç local, com a dinamitzador de vida i activitat urbana i l'oferta cultural i artística (festes, museus, esdeveniments i experiències).

Activitats:

- Kit de branding: nous bancs d'imatges i actualització per productes.
- kit de branding professional accessible des de la pròpia web.

Pressupost: 3.000€

Calendari: Anual

Indicadors d'avaluació:

- Número de materials actualitzats
- Número de peticions de professionals



GAUDÍREUS

1.PROJECCIÓ DE CIUTAT. Relacions exteriors, xarxes i taules de treball

Objectiu estratègic PAM: 2.4.1 Projectar i posicionar Reus i el seu entorn a l'àrea metropolitana, al territori i en l'àmbit internacional.

XARXA TURÍSTICA: Patronat de turisme de la Diputació de Tarragona, ACT, Taula de turisme del Consell Comarcal del Baix Camp. Taules locals de comerç, turisme i vermut.

Abast

- Coordinació institucional i tècnica amb entitats turístiques del territori i locals.
- Integració de Reus en les estratègies comarcals, provincials i nacionals de promoció turística.

Activitats

- Participació estratègica en la coordinació turística, impuls de campanyes i projectes col·laboratius, i representació de Reus en accions promocionals externes.
- Coordinació de les taules locals amb l'objectiu de traçar i compartir l'estratègia turística i comercial.

Pressupost: 8.000€

Calendari

- Accions puntuals al llarg de l'any.

Indicadors d'avaluació

- N° de reunions de coordinació.
- N° d'accions o projectes conjunts.
- N° de campanyes compartides.
- Presència de Reus en accions supramunicipals.



Afiliat
Agència
Catalana de
Turisme

1.PROJECCIÓ DE CIUTAT. Relacions exteriors, xarxes i taules de treball.

Objectiu estratègic PAM: 2.4.1 Projectar i posicionar Reus i el seu entorn a l'àrea metropolitana, al territori i en l'àmbit internacional.

Paisatge dels Genis

Abast: Desenvolupament turístic entre els municipis d'Horta de Sant Joan, Mont-roig del Camp, Reus, El Vendrell i Riudoms per atraure nous visitants interessats a conèixer l'origen i la ciutat que va inspirar al Geni. Regional - Nacional.

Activitats:

- Activitat conjunta - cap de setmana del 22 al 24 de maig. Punt principal Reus amb motiu de l'Any Gaudí
- Trobada institucional - prevista pel 16 d'octubre a Reus amb motiu de l'Any Gaudí
- Nova senyalització ruta dels Genis
- Tramitació del conveni
- Assistència i participació a les reunions previstes

Pressupost: 10.000€

Calendari: Anual

Indicadors d'avaluació:

- Nombre d'assistents a l'activitat conjunta
- Increment visitants Gaudí Centre que vinguin motivats per la Ruta dels Genis
- Impacte mètriques xarxes socials – web paisatge dels Genis.



1.PROJECCIÓ DE CIUTAT. Relacions exteriors, xarxes i taules de treball

Objectiu estratègic PAM: 2.4.1 Projectar i posicionar Reus i el seu entorn a l'àrea metropolitana, al territori i en l'àmbit internacional.

Taula de creuers

Abast: Fomentar les relacions exteriors participant en xarxes i taules de treball.
Crear sinèrgies, potenciar la promoció i projecció exterior de Reus.
Atreure nous visitants nacionals i internacionals que escullen aquest mitjà de transport

Activitats:

- Participació en les reunions de la taula per realitzar accions de promoció conjuntes.
- Gestió dels fam i press trips associats a aquest producte.
- Tramitació conveni de col·laboració

Pressupost: 10.000€

Calendari: Anual

Indicadors d'avaluació:

- Enquestes de nombre de creueristes que realitzen una excursió d'un dia a Reus.
- Nombre de creueristes que escullen Reus per iniciar o allargar el seu viatge.



1.PROJECCIÓ DE CIUTAT. Potenciar l'aeroport de Reus com a 2n aeroport de Catalunya

Objectiu estratègic PAM: 2.4.1 Projectar i posicionar Reus i el seu entorn a l'àrea metropolitana, al territori i en l'àmbit internacional

Taula de l'aeroport

Abast:

- Accions de promoció i posicionament de l'aeroport a nivell regional, estatal i internacional.
- Cooperació amb aerolínies i touoperadors per ampliar rutes i freqüències.
- Integració amb la mobilitat territorial (millora d'accessos, connexions ferroviàries i intermodalitat).
- Potenciació del paper socioeconòmic local com a motor de turisme, comerç i desenvolupament econòmic del Camp de Tarragona i Costa Daurada.

Activitats:

Desenvolupament de la Taula Estratègica de l'Aeroport de Reus, garantint la participació de tots els actors implicats (institucions, sector privat, sector turístic) i creant estratègies per atraure noves rutes comercials i turístiques, incloent acords amb línies low-cost i xarxes de connexions europees.

Pressupost: 208.355 € (Regidoria de Projecte de Ciutat)

Calendari: Anual

Indicadors d'avaluació:

- Trànsit de passatgers i operacions
- Nous acords i rutes establertes



1.PROJECCIÓ DE CIUTAT. Relacions exteriors, xarxes i taules de treball.

Objectiu estratègic PAM: 2.4.1 Projectar i posicionar Reus i el seu entorn a l'àrea metropolitana, al territori i en l'àmbit internacional.

RANN (Réseau Art Nouveau Network»)

Abast: Fomentar les relacions exteriors participant en xarxes i taules de treball.
Crear sinèrgies entre ciutat modernistes, potenciar la promoció i projecció exterior de Reus.

Activitats:

- Participació regular en xarxes i taules de treball locals, nacionals i internacionals.
- Assistència a fòrums, congressos i trobades de ciutat i turisme.
- Coordinació amb altres administracions i entitats per desenvolupar projectes conjunts.
- Difusió de la participació i resultats a través de comunicació institucional i xarxes.

Pressupost: 2.000€

Calendari: Anual

Indicadors d'avaluació:

- Nombre de xarxes, taules i fòrums en què participem
- Nombre de projectes i accions conjunts amb altres entitats.



RÉSEAU
ART
NOUVEAU
NETWORK

1.PROJECCIÓ DE CIUTAT. Any Gaudí

Objectiu estratègic PAM: 2.4.8 Promoure el sector turístic de la ciutat a través del modernisme i la figura d'Antoni Gaudí

Abast

- Coordinació i desenvolupament del programa d'activitats de l'Any Gaudí a Reus.
- Posicionament de Reus com a ciutat natal d'Antoni Gaudí i referent del Modernisme.
- Projectió cultural i turística de la ciutat a nivell local, nacional i internacional.

Activitats

- Coordinació general del projecte amb IMRC.
- Disseny, planificació i execució del programa d'activitats culturals i turístiques.
- Coordinació amb entitats, equipaments culturals i agents públics i privats amb la gestió de la Taula Gaudí.
- Accions de comunicació i promoció de l'Any Gaudí.
- Accions pròpies de l'APC: Acte d'inauguració sala immersiva, actualització i digitalització de la ruta Gaudí & Reus.
- Pla operatiu de comercialització del Gaudí Centre.

Pressupost: 300.000€

Calendari

- Projecte anual vinculat a l'Any Gaudí.
- Desenvolupament de les activitats al llarg de l'any segons programació.

Indicadors d'avaluació

- N° d'activitats i accions programades.
- N° d'agents i entitats participants.
- Assistència de públic a les activitats.
- Impacte mediàtic i comunicatiu.
- Valoració qualitativa del projecte per part dels participants i agents implicats.



GAUDÍREUS

1.PROJECCIÓ DE CIUTAT. Reus Convention Bureau

Objectiu estratègic PAM 2.4.1 : Projectar i posicionar Reus i el seu entorn a l'àrea metropolitana, al territori i en l'àmbit internacional

Abast:

- Fomentar, projectar i promocionar Reus a l' exterior com a destinació MICE.
- Proporcionar les infraestructures i necessitats per poder donar aquests serveis.
- Impulsar el turisme de congressos a la ciutat aprofitant el patrimoni que tenim.

Activitats:

- Potenciar el Reus Convention Bureau: Aprofitant les infraestructures que ja existeixen i estan preparades per aquest tipus de turisme per impulsar-lo.
- Les accions aniran dirigides a promocionar la destinació i les instal·lacions existents i a oferir els serveis de suport logístic experiència local i diversitat d' activitats.
- Oferir a les diferents empreses de la ciutat la possibilitat d' obrir aquests espais de la ciutat per dur a termes jornades de treball, workshops...
- Disposar d'imatge corporativa i enllaç directe a la web de reuspromocio.cat.

Calendari: Anual

Indicadors d'avaluació:

- Enquestes, nombre de congressistes que visiten Reus
- Estadístiques



1.PROJECCIÓ DE CIUTAT. Reus Film Office

Objectiu estratègic PAM: 2.4.1 Reus Film Office

Projectar i posicionar Reus i el seu entorn a l'àrea metropolitana, al territori i en l'àmbit internacional

Abast:

Atracció cap a la ciutat el rodatge de pel·lícules, sèries de televisió, anuncis publicitaris o altres productes audiovisuals aprofitant els espais singulars i patrimonials de Reus, com a una nova línia de promoció turística per generar negoci i visites.

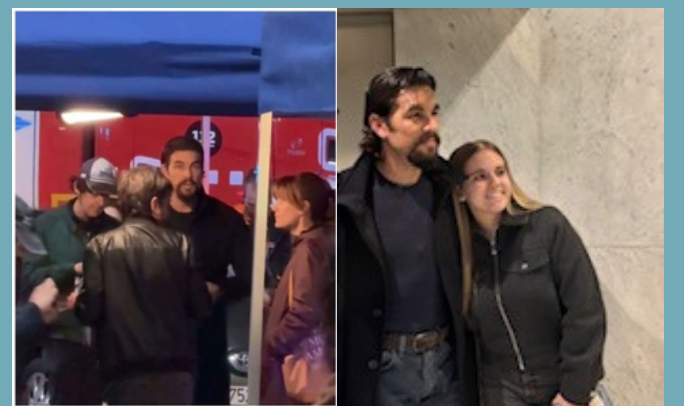
Activitats:

- Elaborar un dossier de promoció de Reus com a destinació de rodatges
- Dissenyar una ordenança reguladora d'aquestes activitats

Calendari: Anual

Indicadors d'avaluació:

- Nombre de peticions
- Nombre de rodatges



1.PROJECCIÓ DE CIUTAT. Invest in Reus

Objectiu estratègic PAM: 2.4.1 Projectar i posicionar Reus i el seu entorn a l'àrea metropolitana, al territori i en l'àmbit internacional

Abast

- Promoció exterior de Reus com a ciutat atractiva per a la implantació d'establiments comercials.
- Contribució a l'ocupació de locals comercials buits i a la dinamització del teixit comercial urbà.
- Desenvolupament del projecte de manera coordinada amb REDESSA, IMFE Mas Carandell i la Regidoria d'Empresa i Ocupació

Activitats

- Contractació empresa especialitzada pel disseny i execució d'accions d'implantació comercial.
- Visites personalitzades a possibles inversors comercials a la ciutat.
- Captació inversió hotelera
- Actualització del dossier de ciutat orientat a la captació comercial.
- Producció i difusió del vídeo promocional de ciutat.
- Acompanyament i suport a projectes d'implantació comercial, en coordinació amb els agents implicats.
- Publicació web: investinreus.cat

Pressupost: 25.000€

Calendari

- Projecte anual
- Accions planificades segons les línies estratègiques definides per cada agent.

Indicadors d'avaluació

- N° de reunions i accions de coordinació interdepartamental.
- N° d'accions de promoció comercial impulsades per l'Agència de Promoció de Ciutat.
- Impacte i visualitzacions del vídeo promocional.
- N° de contactes amb operadors comercials.
- N° de locals comercials ocupats o en procés d'implantació.
- Valoració qualitativa de la coordinació entre agents.



2. TURISME I PATRIMONI. Assistències a fires i promocions

Objectiu estratègic PAM: Objectiu estratègic PAM: 2.4.5.1 Accions de promoció i fires per consolidar Reus com a destinació turística

Abast: Promocionar el municipi de Reus en fires especialitzades per arribar a potencials visitants i agents turístics.

Activitats:

- Assistència a les principals fires Modernistes: Terrassa, Canet de Mar
- Participació al conveni Córner Costa Daurada: Fitur – Navartur - B Travel

- **Pressupost: 12.000€**

Calendari: Anual

Indicadors d'avaluació:

- Nombre de fires assistides
- Presència a les fires



2. TURISME I PATRIMONI. Fam trips, press trips i workshops

Objectiu estratègic PAM 2.4.2 Consolidar la promoció del patrimoni de la ciutat com a actiu turístic del territori.

Abast: Presentar Reus als diferents proveïdors, periodistes, bloggers que prescriuen la nostra destinació per atreure nous visitants nacionals i internacionals.

Col·laboració amb el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona i l'Agència Catalana de Turisme

Activitats:

- Atraure i dissenyar presstrips especialitzats, en funció del proveïdor/agent implicat, destacant la Ruta Gaudí marcada per l'interès dels mitjans en l'Any Gaudí.
- Participació trips organitzats per ACT, PTDT i altres entitats turístiques.
- Lliurament de material promocional i elements de merchandising
- Treballar conjuntament amb altres institucions turístiques per arribar a més proveïdors especialitzats i compartir costos.

Pressupost: 2.000€

Calendari: Anual

Indicadors d'avaluació:

- Nombre de visitants que provenen de proveïdors especialitzats
- Mètriques de revistes i reportatges a proveir pels agents
- Nombre de presstrips.
- Feedback dels agents



GAUDÍREUS

2. TURISME I PATRIMONI. Disseny d'experiències i escapades a Reus

Objectiu estratègic PAM: 2.4.2 Consolidar la promoció del patrimoni de la ciutat com a actiu turístic del territori

Abast: Visitants nacionals i internacionals puguin disposar d'un espai al web on el potencial visitant tingui les eines necessàries per organitzar la seva visita al municipi.

Activitats:

- Disseny d'experiències d'escapades a Reus basades en la segmentació del públic visitant i la durada de l'estada al municipi.
- Promoció de l'experiència mitjançant les xarxes socials, en especial el format reel.
- Pla de Comunicació per llançament de les experiències.
- Acompanyat d'una estratègia comunicativa

Pressupost: 5.000€

Calendari: Anual

Indicadors d'avaluació:

- Nombre d'experiències creades
- Impacte a les xarxes socials
- Mètriques de la pagina web



2. TURISME I PATRIMONI. Reus 1900. Festa Modernista

Objectiu estratègic PAM 2.4.2 Consolidar la promoció del patrimoni de la ciutat com a actiu turístic del territori.

Abast

- Organització i coordinació de la Festa Modernista de Reus com a esdeveniment turístic, cultural i de ciutat.
- Posicionament de Reus com a referent del Modernisme i ciutat natal d'Antoni Gaudí.
- Implicació d'agents públics, privats i ciutadania.

Activitats:

- Coordinació general del projecte i planificació de l'esdeveniment.
- Disseny del programa d'activitats culturals, turístiques i de divulgació.
- Coordinació amb entitats, equipaments culturals i agents locals.
- Accions de comunicació i promoció turística.

Pressupost: 60.000€

Calendari

- Preparació i coordinació prèvia de març a octubre.
- Celebració de la Festa Modernista 9, 10 i 11 octubre.

Indicadors d'avaluació

- N° d'activitats programades.
- N° d'entitats i agents participants.
- Assistència de públic.
- Impacte mediàtic i comunicatiu.
- Valoració qualitativa del públic i participants.



GAUDÍREUS

2. TURISME I PATRIMONI. Programa d'activitats del Gaudí Centre

Objectiu estratègic PAM: 2.4.8 Promoure el sector turístic de la ciutat a través del Modernisme i la figura d'Antoni Gaudí.

Abast:

- Projecte cultural i de promoció de ciutat que té la figura d'Antoni Gaudí com a eix identitari de Reus. La proposta vincula Gaudí com a recurs cultural i turístic per atraure visitants, fomentar la despesa i el consum a la ciutat i contribuir a la difusió del patrimoni i de la restauració local.
- El projecte es desenvolupa al Gaudí Centre, integrat en el seu marc expositiu.

Activitats:

Gaudí Centre Educació: Programa pedagògic.

- Actualització i posada en marxa de nous paquets de visita pedagògica al Gaudí Centre.
- Visites especials Any Gaudí adreçades a 15, 6è d'educació Primària, 4rt ESO i 2on BAT.
- Nova eina en francès, anglès i alemany per a instituts

Gaudi Centre Activitats: "Genialitats", visites, activitats, tallers i ludoteques.

- Visites, activitats i ludoteques.
- Joc digital: Reforç de l'eina digital per visites al centre.
- Actualització i nous tallers i jocs de descoberta.



2. TURISME I PATRIMONI. Programa d'activitats del Gaudí Centre

Activitats Extraordinàries:

- «Nit dels Museus i del Patrimoni» espectacle en col.laboració amb Trapezzi
- «Portes Obertes Gaudí Centre». Actualització format nocturn i nova ruta diürna amb commemoració Any Gaudí 2026.
- Festa Modernista.
- Jornades Europees del Patrimoni.

Seran activitats accessibles i inclusives

Pressupost: 25.000

Calendari: de març a desembre

Indicadors d'avaluació

- Grau de satisfacció dels visitants i entitats col·laboradores.
- Nombre de centres d'educació que facin visites
- Assistència i afluència de públic als esdeveniments/actes
- Impacte econòmic estimat en comerç, sector hotels i restauració.



2. TURISME I PATRIMONI. Pla d'accessibilitat

Objectiu estratègic PAM: 2.4.3 Desenvolupar un turisme sostenible i inclusiu a la ciutat

Abast:

- Oficines d'informació i equipaments gestionats per Reus Promoció
- Àmbit funcional: accessibilitat física, sensorial i cognitiva de tots els serveis turístics.
- Públic objectiu: tots els visitants i turistes, inclosos aquells amb diversitat funcional i ciutadania local.

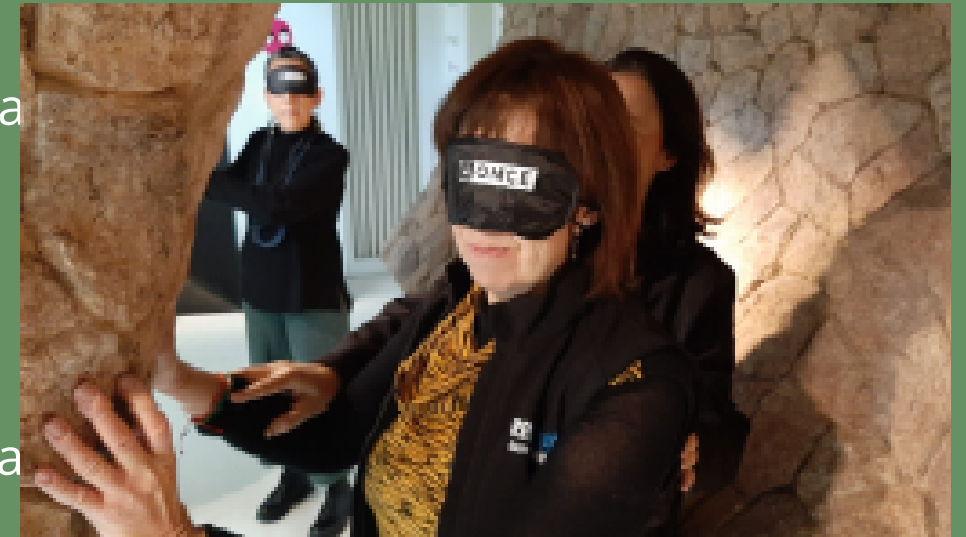
Activitats:

- Implementació de l'hora tranquil·la: dissabtes 14h a 16h, de gener a maig i d'octubre a
- Espai nadó
- Reforçar l'espai d'atenció al visitant i els espais de visita del Gaudí Centre mitjançant pictogrames.
- Afiliació a Apropa Cultura

Calendari: Anual

Indicadors d'avaluació:

- Nombre de recursos turístics adaptats segons el Pla.
- Nombre de persones formades en accessibilitat.
- Grau de satisfacció dels visitants amb diversitat funcional.
- Nombre de visites i consultes d'informació sobre accessibilitat.



2. TURISME I PATRIMONI. Merxandatge

Objectiu estratègic PAM: 2.4.2.1

Ampliar línia marxandatge de la ciutat relacionat amb el patrimoni i el modernisme

Abast:

- Ampliar l' oferta de productes de la ciutat inspirats en el patrimoni i el modernisme de Reus, per donar-los a conèixer d' una manera atractiva, reforçar la identitat local i oferir records amb valor cultural tant a la ciutadania com als visitants.

Activitats:

- Disseny i producció de nous productes de marxandatge inspirats en edificis modernistes, personatges i elements del patrimoni de Reus.
- Línia infantil
- Línia Gaudí

Pressupost: 18.000€

Calendari: Anual

Indicadors d' avaluació:

- Nombre de nous productes de marxandatge vinculats al patrimoni i al modernisme.
- Nombre d' unitats venudes anualment.
- Ingressos generats pel marxandatge.



2. TURISME I PATRIMONI. Oferta d'equipaments patrimonials visitables

Objectiu estratègic PAM: 2.4.2 Consolidar la promoció del patrimoni de la ciutat com a actiu turístic del territori

Abast:

- Posar en valor els espais patrimonials i rutes
- Consolidar les visites del Pere Mata, Església Prioral de Sant Pere i Campanar, Estació Enològica, Teatre Fortuny i la Ruta de Comerços Històrics.

Activitats:

- Campanyes de promoció del patrimoni de Reus en mitjans locals, nacionals i xarxes socials.
- Organització de rutes guiades i visites culturals vinculades al patrimoni.
- Creació de materials divulgatius

Calendari: Anual

Indicadors d'avaluació:

- Nombre de visites guiades i participants en activitats culturals.
- Nombre de campanyes de promoció realitzades.
- Increment del nombre de visitants turístics anuals.
- Grau de satisfacció dels visitants amb les activitats de patrimoni.



2. TURISME I PATRIMONI. Promoure el turisme sostenible

Objectiu estratègic PAM: 2.4.3 Desenvolupar un turisme sostenible i inclusiu a la ciutat.

Abast:

- Visitants: Turistes que visiten la ciutat, amb l'objectiu d'informar-los i motivar-los a adoptar comportaments responsables i respectuosos amb l'entorn.
- Agents del sector turístic: Empreses, guies, hotelers, i altres professionals que formen part de l'ecosistema turístic local, als quals es vol dotar de recursos i motivar a implementar pràctiques sostenibles i inclusives.

Activitats:

- Elaboració d'un decàleg de bones pràctiques
- Es facilitarà assessorament individualitzat a les empreses interessades en adoptar pràctiques sostenibles i inclusives, així com el seguiment de la seva aplicació.

Calendari: Anual

Indicadors d'avaluació:

- Quantitat d'agents del sector que s'han adherit al decàleg i han implementat bones pràctiques.
- Reducció de residus, consum d'energia o altres indicadors mediambientals en els establiments que participen.
- Valoracions qualitatives dels agents i visitants sobre la percepció de la sostenibilitat a la ciutat.



3. COMERÇ, RESTAURACIÓ I SERVEIS. Campanya d'estiu

Objectiu estratègic PAM 2.4.2 Consolidar la promoció del patrimoni de la ciutat com a actiu turístic del territori.

Abast

- Promoció de Reus com a complement urbà i cultural a la destinació Costa Daurada.
- Captació de visitants en temporada alta.

Activitats

- Acció de familiarització amb agents turístics i sector hosteleria de la costa i de l'interior
- Campanya d'opis
- Campanya a les xarxes socials i publicitat a mitjans de comunicació generalistes i especialitzats
- Repartiment de material

Pressupost : 25.000€

Calendari

- Desenvolupament durant la campanya d'estiu (juny a setembre)

Indicadors d'avaluació

- N° d'accions de comercialització realitzades.
- Visibilitat de la destinació.
- Estadístiques de visitants.
- Impacte mediàtic.



3. COMERÇ, RESTAURACIÓ I SERVEIS. Creació del Consell Municipal de Comerç

Objectiu estratègic PAM: 2.4.6.1 Fomentar noves línies de col·laboració publicoprivades, en especial amb els agents econòmics de la ciutat i del territori.

Abast: Constitució d'un òrgan estable no vinculant de participació, consulta i assessorament en matèria de comerç, restauració i serveis, que permeti coordinar l'acció municipal amb el sector econòmic local i reforçar la governança compartida

Activitats:

- Creació del consell
- Primera reunió per la creació de grups de treball
- Definició de les activitats a desenvolupar durant el 2026

Calendari: creació al primer trimestre del 2026

Indicadors d'avaluació:

- Consell constituït i reglament aprovat.
- Nombre de reunions celebrades anualment.
- Grau de participació dels agents implicats.
- Nombre de propostes traslladades a l'Ajuntament i implementades



3. COMERÇ, RESTAURACIÓ I SERVEIS. Festival Roses de Reus

Objectiu estratègic PAM: 2.4.6.2 Organitzar accions de dinamització comercial al llarg de l'any.

Abast: Projecte de caràcter cultural, comercial i de promoció de ciutat que posa en valor la rosa com a element identitari de Reus, vinculant-la al comerç, la restauració, el patrimoni i l'espai públic.

Activitats:

- Exposició de Roses del Centre de Lectura
- Decoracions florals amb roses a diversos edificis com Ajuntament, Palau Bofarull, Gaudí Centre
- Elements de decoració urbana al centre de la ciutat.
- Tallers relacionats amb la rosa
- Implicació de les entitats comercials amb les decoracions dels aparadors
- Activitats de dinamització

Pressupost: 40.000 €

Calendari: 9, 10 i 11 de maig

Indicadors d'avaluació:

- Nombre d'establiments i agents participants.
- Assistència i afluència de públic als espais del festival.
- Impacte econòmic estimat en comerç i restauració.
- Repercussió mediàtica i presència en xarxes socials.



3. COMERÇ, RESTAURACIÓ I SERVEIS. Campanya de Nadal

Objectiu estratègic PAM: 2.4.6.2 Organitzar accions de dinamització comercial al llarg de l'any. Campanya de Nadal

Abast: Campanya integral de dinamització comercial i promoció de la ciutat durant el període nadalenc, amb accions al carrer, decoració, activitats familiars, comunicació i incentius al consum al comerç local.

Activitats:

- Enllumenat i decoració nadalenca de la ciutat.
- Instal·lacions singulars (Festa inici de campanya, Calendari d'Advent, Factoria de Regals, Festa de Cap d'any, Mercats de Nadal, Cavallets, etc).
- Accions de comunicació i difusió (cartelleria, xarxes socials, web, mitjans).

Pressupost: 180.000 €

Calendari: Del 26 de novembre al 6 de gener

Indicadors d'avaluació:

- Afluència de visitants
- Participants a les activitats
- Impacte xarxes socials i mitjans de comunicació
- Impacte econòmic sector comercial



4. PRODUCTES DE PROXIMITAT. L'Estació Enològica

Objectiu estratègic PAM: 2.4.7.2 Potenciar l'Estació Enològica com a referent dels productes de proximitat

Abast: Consolidació de l'Estació Enològica com a equipament estratègic de la ciutat, convertint-la en porta d'entrada al turisme enogastronòmic de Reus i el territori.

Activitats:

- Redisseny i organització de visites guiades a l'Estació Enològica.
- Programació d'activitats de promoció de productes de proximitat (avellana, oli, vermut, vins DO's etc.)

Pressupost: 12.000 €

Calendari: Anual

Indicadors d'avaluació:

Nombre de visites turístiques realitzades a l'Estació Enològica.

- Nombre de cates i activitats programades i executades.
- Nombre de participants a les activitats.
- Grau de satisfacció dels visitants (enquestes).
- Nombre de productors i agents locals implicats.
- Impacte en la visibilitat de l'equipament dins l'oferta turística de la ciutat.



4. PRODUCTES DE PROXIMITAT. Ruta Europea del Vermut

Objectiu estratègic PAM: 2.4.9.1 Impulsar l'inici de la Ruta Europea del Vermut

Abast: Cooperació internacional per a la creació i promoció de la Ruta Internacional del Vermut, vinculant ciutat com Torí i Chambéry i amb l'adhesió a Iter Vitis, la Ruta cultural del Consell d'Europa

Activitats:

- Activitats promocionals al juny a Torí i a l'octubre a la Festa Modernista a Reus.
- Edició d'un fulletó promocional i d'un segell de posicionament.
- Accions proposades per Iter Vitis

Pressupost: 5.000 €

Calendari: Anual

Indicadors d'avaluació:

- Nombre de ciutats adherides
- Impacte mediàtic
- Increment de visitants a les activitats vinculades amb el Vermut



4. PRODUCTES DE PROXIMITAT. Reus Capital del Vermut

Objectiu estratègic PAM: 2.4.9.2 Realitzar accions promocionals i participar a fires per a consolidar Reus com a Capital del Vermut

Abast: Projecte orientat al posicionament i la promoció de Reus com a capital del vermut, posant en valor el seu llegat històric, productiu i cultural, així com la seva vinculació amb el turisme gastronòmic i experimental.

Activitats:

MADRID FUSIÓN. Gener

GALA SOLES REPSOL. Febrer

PREMIS VINARI DELS VERMUTS. Març. Tast a l'Enològica i Gala a Casa Navàs

FÒRUM GASTRONÒMIC. Setembre

FESTA DE L'AVELLANA. Octubre

FESTA MODERNISTA. Octubre

NIT DELS MUSEUS. Novembre

PROMOCIONS A L'ENOLÒGICA. Durant tot l'any

ACCIÓ AL PAÍS BASC. Pendent de confirmació

Pressupost: 25.000 €

Calendari: Anual

Indicadors d'avaluació:

- Nombre d'accions realitzades
- Nombre de visitants
- Impacte mediàtic



GAUDÍREUS

4. PRODUCTES DE PROXIMITAT: Fira de l' oli i Festa Avellana

Objectiu estratègic PAM: 2.4.7 Promoure la col·laboració amb el sector empresarial i potenciar la competitivitat en el sector agrícola i la indústria agroalimentària dels productes de proximitat

Abast:

Sensibilitzar en el consum i donar suport a la comercialització dels productes de proximitat. Promocionar les marques del territori a l'exterior, l'oli DOP Siurana, l'avellana DOP Reus, el Vermut de Reus i els vins de les DO's del territori. Promoció dels productes a nivell comercial amb la promoció als aparadors coincidint.

Activitats:

- Fira de l' oli
- Temps Avellana

Pressupost: 30.000 € Fira Oli i 4.000€ Temps d'Avellana

Calendari: Octubre /Novembre

Indicadors d'avaluació:

- Nombre de visitants
- Grau satisfacció
- Nombre de participants





REUS promoció
AJUNTAMENT DE REUS