

SANT BOI TURISME



**STBOI
TURISME**

INSETUR. UNIVERSITAT DE GIRONA. 2017



UN PROCÉS

PARTICIPAT

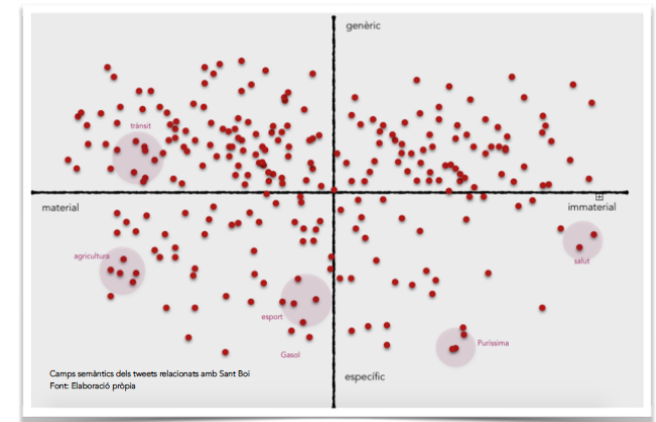
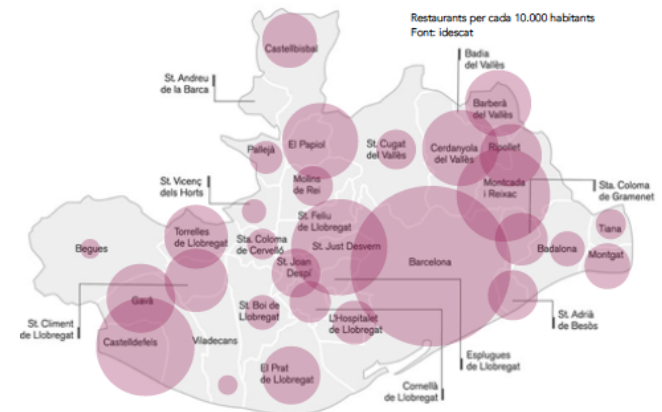
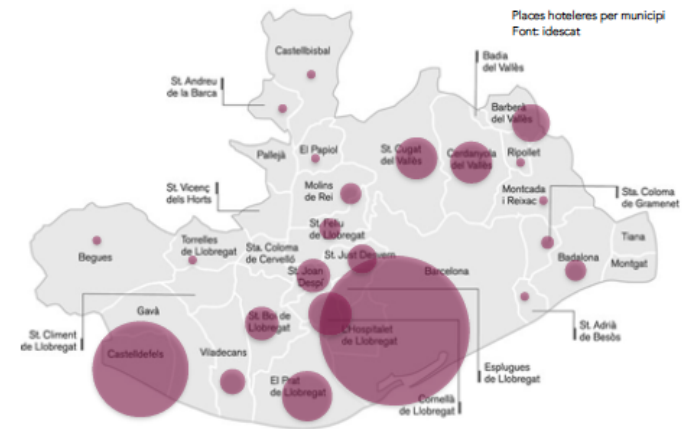
El pla s'ha realitzat amb diversos tallers actius, amb un web del pla i amb una presència rellevant a les xarxes socials.

PER QUÈ UN PLA DE TURISME?

1. Perquè s'ha iniciat un procés de descentralització del turisme a Barcelona que afectarà l'Àrea Metropolitana i la ciutat s'ha d'anticipar a aquestes dinàmiques

2. Perquè la ciutat disposa d'uns actius que li permeten crear una estratègia turística pròpia: casc antic, patrimoni natural, espai agrícola, esdeveniments...

3. Perquè el municipi necessita reforçar la seva imatge urbana no només turística. Sant Boi ha de ser un pol d'atracció residencial, industrial, de serveis, comercial i turístic.



TRES

EIXOS

L'aposta turística de la ciutat s'integra en un procés de descentralització del turisme de Barcelona, que reforça la imatge de marca d'una ciutat de salut, amb qualitat de vida i amb valors, capaç d'acollir allotjaments i productes.

UNA NOVA IMATGE
DE MARCA URBANA

UNA APOSTA PELS
ALLOTJAMENTS
TURÍSTICS URBANS

UN CATÀLEG DE
PRODUCTES VIABLE

30 ACCIONS ESTRATÈGIQUES

8 LÍNIES

El pla s'organitza en 8 línies estratègiques de desenvolupament i 32 accions, distribuïdes en tres escenaris: curt, mig i llarg termini.

-
1. UNA NOVA **MARCA URBANA**
 2. ATRACCIÓ D'**ALLOTJAMENTS** TURÍSTICS URBANS
 3. UNA CIUTAT AMB UN CATÀLEG DE **PRODUCTES** TURÍSTICS
 4. UN **CASC ANTIC** DINÀMIC
 5. UNA MILLORA DEL **PAISATGE** URBÀ
 6. UN PLA DE **CAPACITACIÓ** TURÍSTICA
 7. UN PROJECTE **CONNECTAT**
 8. UNA **GESTIÓ** TURÍSTICA MODERNA



	1. creació d'una marca urbana	
1. Creació d'una marca urbana		8,41
2. Difusió de la marca en serveis públics i privats		8,77
3. Campanya de promoció de la marca urbana de Sant Boi		7,64
	2.atracció d'equipaments d'allotjament	
4. Àrea de gestió d'atracció d'equipaments		9,11
5. Adaptació i regulació normativa		7,29
6. Espai de suport i de control dels HUT		6,58
	3. creació de productes turístics	
7. Àrea d'assessorament a la creació de productes turístics		9,07
8. Portal metropolità d'experiències		8,13
9. Catàleg d'experiències innovadores		7,91
	4. recuperació del casc antic	
10. Nous projectes culturals (nou Ateneu...)		5,85
11. Programació cultural estable a partir dels centres existents		8,65
12. Reforç de l'eix Museu - Termes		6,90
13. Pla de recuperació comercial del centre (d'acord amb el pla estratègic de comerç)		9,09
	5. accions territorials prioritàries	
14. Naturalització dels aparcaments perimetrals		5,92
15. Adequació de la connexió de vianants ciutat - riu		9,31
16. Reducció dels punts de negres de la ciutat (Gater, Ateneu, Escorxador...)		9,54
17. Reconversió de la subestació i la caserna		9,48
	6. capacitat turística	
18. Creació d'una àrea turística en el CeS		8,96
19. Programa de formació de suport professional		9,04
20. Viver d'empreses turístiques innovadores		9,42
	7. eixos territorials	
21. Eix Parc Agrari		8,61
22. Eix Delta de Llobregat		5,90
23. Eix DO Carxofa		5,45
24. Eix Costa Barcelona		7,83
25. Eixos de transport FGC - EuroVelo		9,18
	8. gestió turística público - privada	
26. Pacte pel turisme		9,84
27. Taula de turisme		8,57
28. Creació d'una oficina de gestió turística		7,98
29. Àrea de turisme del CeS		7,56
30. Obertura d'una àrea d'informació turística		8,32

Els 20 productes turístics més rellevants en els tallers

1. Atracció turística dels esdeveniments consolidats	8,6
2. Cuina de proximitat	8,3
3. Aprendre a cuinar	8,3
4. Rutes guiades en bicicleta	8,3
5. Competicions esportives adreçades a turistes i residents	8,2
6. Fira de la salut	8,2
7. Programa de salut integral	7,9
8. Caminar entre camps	7,8
9. Bosc terapèutic	7,7
10. MICE mèdic	7,7
11. Esdeveniments comercials	7,6
12. Dormir a l'hort	7,6
13. Escena de vanguardia	7,6
14. Senderisme metropolitana	7,5
15. Fotografiant la natura	7,3
16. Rutes nocturnes	7,2
17. Wellness a l'aire lliure (des-estrès)	7,0
18. Festa de la diversitat	6,9
19. Curses de muntanya	6,9
20. Bicing turistic	6,8