

## **El Ple Municipal aprova el Pla de Màrqueting Turístic de Terrassa per potenciar el turisme a la ciutat**

Director, Tuesday 30 March 2021 - 13:49:06

**El Pla, elaborat amb els principals agents de la ciutat, té l'objectiu de situar Terrassa com a una destinació atractiva, sostenible i accessible**

El Ple ordinari de març, celebrat aquest dilluns dia 29, ha aprovat el Pla de Màrqueting Turístic de Terrassa. Es tracta d'un document que fa una anàlisi de la situació actual del sector turístic a la ciutat i estableix les principals accions i línies d'actuació per millorar Terrassa com a destinació turística a partir de la definició d'objectius i estratègies per incrementar la projecció i l'atractivitat de l'oferta a la ciutat. El Pla, que ha comptat amb la col·laboració dels agents públics i privats del sector presents a la ciutat, marca les pautes per continuar avançant per situar Terrassa com a una destinació de referència dins el turisme sostenible i responsable.

Segons ha explicat el regidor de Turisme, Pep Forn «Terrassa té potencial suficient per convertir-se en una destinació turística de referència vinculada a un turisme de qualitat capaç d'aportar valor afegit i activitat econòmica, però també de potenciar el nostre orgull de pertinença. El Pla de Màrqueting Turístic de Terrassa ens marca les línies a seguir i les accions que caldrà posar en marxa en els propers anys per fer de la nostra ciutat una destinació turística atractiva, accessible i sostenible. Un document que ens permet identificar quines són les oportunitats, els punts forts o les possibles amenaces que planen sobre el sector turístic i poder actuar en conseqüència ».

Amb l'aprovació d'aquest Pla, Terrassa es dota d'un instrument per potenciar i reforçar el posicionament del sector turístic i la projecció exterior de la ciutat. El regidor Pep Forn considera que «aquest treball dona resposta a una de les prioritats del programa de Govern de l'Ajuntament, que passa per obrir la ciutat al món i treballar per aconseguir fer de Terrassa una destinació turística de qualitat. Per fer-ho, era necessari dotar-nos d'un instrument que ens ajudi, juntament amb els agents del sector, a planificar l'estratègia i definir les accions que caldrà emprendre per aconseguir aquest objectiu ».

La redacció del Pla de Màrqueting Turístic de Terrassa, finançat al 50 per cent per l'Ajuntament de Terrassa i la Diputació de Barcelona, es va iniciar a finals de 2019 i s'ha elaborat a partir de quatre fases: anàlisi de la situació actual; formulació de l'estratègia; Pla de creació i consolidació i, finalment, una proposta operacional de promoció del producte turístic de Terrassa. El treball desenvolupat en aquestes diferents fases ha permès establir una imatge clara de la situació actual del sector turístic a la ciutat i, a partir d'aquesta informació de base, poder elaborar una estratègia i desenvolupar un conjunt d'accions que contribueixin a situar Terrassa com a una destinació turística de referència.

Així, i en una primera fase, s'ha elaborat una anàlisi de la situació actual que ha comptat amb la col·laboració i la implicació de les empreses, entitats i associacions de l'àmbit turístic i ha permès identificar alguns dels elements més destacats que identifiquen, singularitzen i projecten la imatge de la ciutat a l'exterior. Així, Terrassa té en el seu patrimoni industrial vinculat al Modernisme un dels atractius turístics més importants. El Pla de Màrqueting també posa de relleu que la ciutat té altres elements d'interès amb un gran potencial, com són la Seu d'Ègara, l'oferta cultural vinculada a la música i les arts escèniques, Terrassa com a Ciutat Creativa del Cinema de la Unesco, els castells i la cultura popular i el Parc Natural de Sant Llorenç del Munt i

## Radio Star Terrassa 100.5 Fm --- La Cultural de Terrassa

<http://www.radiostarterrassa.com/news.php?item.7471>

Pàgina 2/2

---

Serra de l'Obac o l'Anella Verda, com a espais atractius vinculats al turisme de natura.

Un cop completada aquesta primera fase d'anàlisi, s'ha passat a la formulació d'una estratègia a partir dels resultats obtinguts. Aquesta segona fase del Pla de Màrqueting, ha establert els elements turístics i d'atracció que caldrà promoure a llarg termini i que passen per potenciar la projecció exterior de la ciutat vinculada al missatge 'Terrassa esperit creatiu' i a fomentar la seva imatge com a capital catalana del patrimoni industrial i modernista. Una ciutat propera, amable, creativa i estimulante, amb una important oferta patrimonial, però que aposta, també, per reforçar altres elements com la cultura, el comerç, la natura o la gastronomia, entre d'altres. Una estratègia que contempla, també, la renovació del disseny i la imatge de 'Terrassa Turisme' i estableix com a prioritat potenciar el turisme de proximitat i de mitjana distància.

Posteriorment, i emmarcat en una tercera fase, s'ha realitzat un inventari de l'oferta de productes turístics existents, propostes de millora i la introducció de nous productes dins del catàleg de l'oferta turística de la ciutat, vinculats al turisme de natura, de reunions i congressos o vinculats al patrimoni modernista o els museus.

Finalment, el Pla de Màrqueting Turístic també proposa un seguit de recomanacions i propostes d'acció recollides en diferents àmbits d'actuació i que passen per reforçar el posicionament de la marca turística de Terrassa, incrementar la difusió digital i telemàtica de l'oferta turística de la ciutat, donar a conèixer la destinació i generar interès per visitar-la amb un conjunt d'accions adreçades als visitants, millorar l'oferta turística de la mà del sector privat, estimulante la creació de nous productes, potenciar la col·laboració entre els diferents sectors turístics de la ciutat i fomentar la col·laboració entre el sector públic i privat, entre altres propostes.

El Pla de Màrqueting Turístic de Terrassa preveu fins a 66 accions destinades a millorar la ciutat de Terrassa com a destinació turística. Ara, un cop aprovat pel Ple Municipal, es començaran a impulsar les primeres accions contemplades i que passen per desplegar una nova pàgina web i la creació d'una nova imatge de 'Terrassa Turisme', entre altres actuacions.