

# Turisme de Roses presenta a l'empresariat el seu Pla d'Accions per a la temporada 2021

Roses afronta l'any amb importants novetats que posen l'èmfasi en la natura, el mar i el benestar



Presentació aquest matí al Teatre Municipal de Roses

Aquest matí ha tingut lloc al Teatre Municipal de Roses la presentació del Pla d'Accions amb què Turisme de Roses aborda aquest 2021 per a la dinamització i promoció turística del municipi. Montse Mindan, alcaldessa i regidora de Turisme, ha estat l'encarregada de conduir la sessió, on s'han desgranat les novetats en la programació d'enguany, el desenvolupament dels projectes de turisme sostenible que s'estan implantant a Roses i les diferents campanyes i materials promocionals elaborats per a aquest any.

Davant un auditori d'una cinquantena de representants dels sectors de l'hostaleria, la restauració i els serveis turístics de la població, l'alcaldessa ha presentat els eixos estratègics amb què l'Ajuntament aborda una temporada que continua marcada per l'afectació de la pandèmia. Davant aquesta realitat, el pla d'accions 2021 en què Turisme de Roses ha estat treballant els darrers mesos es dirigeix al turista de proximitat (Catalunya, resta de l'Estat i sud de França), amb l'adaptació d'activitats a les noves necessitats dels usuaris i amb un ampli desplegament de materials i campanyes promocionals. Tot això sense obviar el compromís en la lluita contra el canvi climàtic que ha adoptat Roses, que en l'àmbit turístic es tradueix en la conversió de la població en destinació turística sostenible i competitiva.

Després d'una introducció on s'han presentat els resultats tant de la programació d'activitats com de les campanyes comunicatives de l'any 2020, l'alcaldessa ha donat la paraula al director del Parc Natural del Cap de Creus, Ponç Feliu, que ha exposat l'obtenció de la Carta Europea de Turisme Sostenible (CETS) per part del Parc Natural, una certificació atorgada per la Federació EUROPARC que acredita el compromís en el desenvolupament de l'activitat turística tenint en compte la compatibilitat entre la conservació del territori, el desenvolupament socioeconòmic local i el desenvolupament de l'activitat turística en clau de sostenibilitat.

A continuació, Xavi Abad, membre de BIM Consultors, ha explicat als assistents el procés de transformació de destinació turística madura a destinació sostenible que planteja el Pla de Transició Energètica de Roses, ja aprovat pel ple municipal i amb una execució prevista per al període 2021-2025, que preveu el finançament de les línies corresponents a turisme i Hub de transició marítima (24 MEUR), a través dels fons europeus Next Generation de la Unió Europea.

Ambdós ponents han destacat la necessitat d'implicació del teixit empresarial per a la consecució d'aquests projectes i l'impuls conjunt que han de tenir tant del sector públic com a privat per assolir els importants beneficis que repercutiran tant pel que fa a l'abaratiment de costos energètics, com en posicionament turístic i competitivitat.

Roses afronta el 2021 amb importants novetats que posen l'èmfasi en la natura, el mar i el benestar, davant el creixement de la demanda per viure les destinacions d'una forma més orgànica. A les propostes ja iniciades la passada temporada en aquesta línia (snorkel en família, e-bike, marxa nòrdica, concerts bols tibetans, meditacions sun-rise a la sortida de sol, mindfulness a la natura, visites teatralitzades, tast de vins...), se sumen aquesta temporada 3 projectes nous:

**Ride Roses:** posiciona Roses com a destinació de turisme esportiu, amb la configuració de 3 rutes en bicicleta BTT, 3 rutes en bicicleta de carretera i 3 rutes en gravel (mixte BTT i carretera. A més, es compta amb serveis específics dels establiments d'allotjament, tallers de reparació i lloguer de bicicletes i accions promocionals dirigides a professionals (clubs i associacions esportives) a través del club de màrqueting de Turisme Esportiu del PTCBGI, al gran públic o ciclistes esporàdics a través de plataformes i material gràfic, i al públic local a través de sortides de coneixement de les rutes durant els mesos de tardor-hivern.

**Miradors Badia de Roses:** neix com a proposta de Roses amb la voluntat que la resta de municipis se sumin en la creació i senyalització de nous miradors o n'adaptin els ja existents, amb l'objectiu de donar a conèixer la badia com a una de les més belles del món. En coordinació amb el PNCC i fent una intervenció respectuosa amb l'entorn, a Roses s'estan preparant ja 8 punts-mirador que també proposaran enllaçar amb rutes senderistes.

**Roses Tour Familiar:** consistent en una activitat de descoberta de Roses divertint-se a través d'un joc-gamificació. El projecte, presentat fa unes setmanes, ha comptat amb una gran acollida i valoració durant la Setmana Santa.

La presentació ha continuïtat amb la programació de les campanyes i materials promocionals previstos per a aquest 2021, on els productes audiovisuals tindran una gran importància. Ana Arjol i Jona Fernández, directores de la productora rosinca Almanegra, han presentat les 8 càpsules audiovisuals encarregades per Turisme de Roses per segmentar els diferents atractius de la població (enologia, natura, festes, esports, port pesquer, lleure, cultura, gastronomia) i mostrar que Roses és per a tots els públics, ofereix tot tipus d'activitat i és apta per ser visitada tot l'any. L'Ajuntament posa a disposició de l'empresariat tots aquests vídeos a través del seu canal Youtube, per tal de facilitar la promoció turística a través de les seves xarxes socials.

Les campanyes publicitàries i de comunicació que Turisme de Roses desenvoluparà enguany estan destinades al

públic de proximitat, d'acord a les dades recollides durant la passada temporada. L'any 2020, el visitant majoritari continuà sent el francès (tot i passar d'un 63% al 2019 al 55%), mentre que es va produir un important increment de públic català (del 14% al 32%), i una davallada del turisme internacional habitual.

En conseqüència, les estratègies en comunicació i publicitat d'aquest 2021 s'adreçaran a Catalunya, Sud de França, Madrid, País Basc, Navarra i destinacions AVE. Es duran a terme a través dels serveis contractats a una empresa de comunicació turística estatal, de presentacions virtuals, publicitat online, difusió en xarxes socials, xarxa de televisions locals i premsa, amb una inversió prevista de 55.000 €.

L'acte ha finalitzat amb l'emissió del nou vídeo promocional 2021, una mostra de l'essència mediterrània de Roses i de tot allò que té per oferir als seus visitants, a través d'un recorregut en 3 minuts que podeu veure en aquest enllaç.

Font del document:

[https://www.emporda.info/economia/2021/04/14/turisme-roses-presenta-lempresariat-pla/492979.html?utm\\_source=rss](https://www.emporda.info/economia/2021/04/14/turisme-roses-presenta-lempresariat-pla/492979.html?utm_source=rss)