

## RESUM DE LA MEMÒRIA 2015

### IDENTIFICACIÓ DEL SERVEI

**SERVEI DE COMERÇ I TURISME- GENER/JUNY 2015**

**SERVEI DE PROMOCIÓ TURÍSTICA –JULIOL/DESEMBRE 2015**

### OBJECTIUS ANUALS

- Planificar, ordenar, dirigir i executar les polítiques relacionades amb els equipaments comercials, l'activitat comercial i firal, l'artesanía i els mercats.
- Impulsar i promoure iniciatives en els sectors que siguin d'interès per a l'economia del territori.
- Accions de millora, competitivitat, coneixement i qualitat en les àrees de Comerç i Turisme: Assistència i assessorament a empreses del sector i agents territorials, acompanyament en la dinamització i creació de productes; formació; seguiment compliment de normatives; millores en la qualitat: SICTED.
- Nodrir de continguts o adaptació del mateixos el posicionament de “Vilafranca, Capital del Vi”
- Orientar la promoció de la destinació a producte turístic de la demanda.
- Millorar l'estada i la despesa del visitant a Vilafranca.
- Seguiment del microcluster especialitzat d'enoturisme a la nostra comarca, que combina recursos enoturístics urbans a Vilafranca amb d'altres que es puguin realitzar des de la ciutat amb mitjans de transport sostenibles ( a peu, amb bicicleta..Millorar la seva presència online.
- Treball amb les agències receptives, empreses d'activitats turístiques i la destinació en general, en la creació, potenciació i/o millora de la promoció de les experiències turístiques al territori.
- Comercialització de la destinació.
- Pla de promoció i comunicació en treball transversal amb l'Agència de Turisme, la Diputació i el Consorci.
- Fomentar les xarxes socials com un dels principals canals de promoció comercial i turístic.
- Penetrar i potenciar la plataforma de comercialització “ Enoturisme Penedès”
- Fomentar el turisme de Natura i el Turisme de reunions.

## **ACCIONS DESTACADES**

### **COMERC**

1. Actualització cens d'activitats comercials
2. Actualització cens de locals buits
3. Actualització del tema a tema comerç i mercats
4. Programa seguiment integral de les activitats comercials
5. Convenis
  - Seguiment i validació de les justificacions dels convenis 2014 i convenis establerts amb les associacions de comerciants durant el període gener-juny de 2015
6. Suport a l'activitat comercial – subvencions organismes públics  
Diputació de Barcelona
  - Actuacions per a la dinamització comercial d'un centre comercial urbà. Sinèrgies amb el teixit comercial.
  - Foment de l'ocupació de locals buits.
  - Gestió de la dinamització comercial Centre Vila.
  - Accions de difusió i comunicació de la Fira del Gall i Guia d'impacte socioeconòmic
7. Informació a tots els establiments comercials de Vila respecte a les línies d'incentius al comerç, assessorament presencial i telefònic de les línies
8. Intermediació entre les associacions de comerciants i els diferents serveis municipals
9. Accions de millora de la competitivitat comercial

### **MERCATS**

1. Gestió i manteniment dels mercats municipals  
Entrada en vigor del nou reglament de Mercats Municipals  
El Ple municipal va aprovar el nou reglament dels Mercats Municipals durant el 2014. El 13 de febrer de 2016, va entrar en vigor, amb la corresponent publicació al BOPB i al DOGC.
  - 1.2. Mercat Sant Salvador. Obres de millora de la façana del mercat i aparcament exterior. Durant el mes de desembre, es va realitzar la transmissió de la parada exterior 2 de Congelats Cadí a Casa Ametller SL, amb el corresponent canvi de denominació
  - 1.3. Mercat de la Carn El mes de juny es va adjudicar a Botigues Pacheco SL. La parada va entrar en funcionament el mes de setembre.
  - 1.4. Càlcul de les despeses que implica cada mercat (consum elèctric, manteniment, alarmes, neteja, dinamització, etc) i a partir d'aquí s'elabora la proposta de la Taxa per Prestació de serveis als mercats municipals .
  - 1.5. Seguiment de la normativa comercial als mercats
  - 1.6. Gestió del manteniment dels mercats
2. Promoció i dinamització dels mercats municipals



- 2.1. Estand dels Mercats Municipals a les Fires de Maig amb les accions següents:
  - Degustacions de producte de mercat
  - Taller “Sóc el que menjo”:
  - Joc dels mercats:
  - Campanya “Dimecres, dia del pack al mercat”:
- 2.2. Celebració de les festivitats catalanes: Campanya de Nadal, Setmana Santa, Sant Jordi, Sant Joan, La Castanyada. Paral·lelament, el Mercat de la Carn va organitzar un Concurs de Poesia del Mercat.
3. Suport a les activitats dels mercats municipals
  - 3.1. Justificacions de les subvencions 2014
  - 3.2. Sol·licitud de les subvencions 2015
4. Accions de millora de la competitivitat comercial
  - 4.1. Mystery shopping I i II
  - 4.2. Informació i assessorament a les parades
5. Intercanvi de coneixements als mercats municipals
  - 5.1. Participació als Cercles de Comparació Intermunicipals (CCI)  
Vilafranca participa en aquests cercles organitzats per la Diputació de Barcelona des de l'any 2008. Consisteixen en avaluar tota una sèrie d'indicadors dels mercats municipals (econòmics, estructurals, de serveis, d'accions de dinamització, estratègics, etc). i comparar-los amb la resta de municipis participants.
6. Polítiques mediambientals als mercats municipals
  - 6.1. Seguiment i millora de la recollida selectiva
7. Gestió i manteniment dels mercats no sedentaris
  - 7.2. Manteniment dels mercats no sedentaris i gestió de les afectacions a la via pública
  - 7.3. Acreditació anual de la documentació per part dels titulars de parades
  - 7.4. Convocatòria del Procediment d'adjudicació de noves parades vacants
  - 7.5. Aplicació del model de gestió Mercagest  
L'eina per a la gestió dels mercats és el programa informàtic Mercagest, amb el qual es treballa des del 2010. El programa permet també obtenir dades estadístiques, adjuntar documents, fotografies, conservar l'històric, gestionar les concessions, mantenir al dia tots els canvis relatius als titulars o autoritzacions, realitzar les credencials, elaborar llistats de pagament per la liquidació de la taxa a l'Organisme de Gestió Tributària etc.
8. Promoció i dinamització dels mercats no sedentaris
  - 8.1. Continuació de la campanya Producte de la Terra i de Planter. Des del Servei de Mercats es vetlla per posar en valor els aspectes més singulars del mercat dels dissabtes, el Producte de la terra i el Planter. No s'han pogut dur a terme més accions donat que no s'ha comptat amb cap subvenció tot i haver-la sol·licitat.
9. Accions de millora de la competitivitat comercials als mvns
  - 9.1. Inspeccions sanitàries a les parades d'alimentació del Mercat dels dissabtes
  - 9.2. Campanya d'inspecció al Mercat dels dissabtes sobre la normativa de Consum a càrrec de la Diputació de Barcelona



10. Suport de les activitats als mvns
  - 10.1. Justificacions de les subvencions 2014
  - 10.2. Sol·licitud de subvencions per al 2015
11. Gestió d'altres mercats i fires
  - 11.1. Mercat diari de la Verdura
  - 11.2. Mercat de Palmes i Palmons
  - 11.3. Mercat de llibres i roses de Sant Jordi
  - 11.4. Mercats d'artesanía, brocanters i pintors .Es treballa conjuntament amb el Col·lectiu d'Artesans, brocanters i pintors del Penedès en l'organització i comunicació del mercat de cada segon diumenge de mes així com els mercats especials que tenen lloc durant esdeveniments especials.  
La Fira del Gall ha estat excepcional, donat que s'ha ocupat un tram superior a l'habitual per tal d'arribar al pavelló firal. Amb total s'ha comptat amb 110 parades de brocanters, artesans, artesans alimentaris i pintors.

### **FIRES**

Treball de generació de solucions adaptades per facilitar el treball a intercanvi comercial més que repetir formats clàssics sota la perspectiva de la quantitat.

#### FIRES de Maig

A continuació es subratllen les dades més destacades de l'edició 2015 de les Fires de Maig que es va realitzar durant els dies 15, 16 i 17 de maig

- Localització: Zona Esportiva i Firal de Vilafranca del Penedès
- Horari: de 10.30 a 22h hores
- Expositors: 119 Intenció de tornar com a expositor: 85,5%
- Estimació d'impacte econòmic: 1.044.657,9 €
- Assistència: 51.831 persones al llarg de 3 dies. Intenció de tornar com a visitant: 98%
- Procedència:
  - o Vilafranca: 59%
  - o Comarca: 21%
  - o Resta: 20% (Vegueria 13%, Resta 7%)
- Espai: 16.500 m2 d'espai firal amb 7.623 m2 d'estands
- Pavellons:
  - o Pavelló 1: Automoció (29 empreses exposidores amb 4.125 m2)
  - o Pavelló 2: Comerç (35 empreses exposidores amb 697m2 )
  - o Pavelló 3: Llar i serveis (14 empreses exposidores amb 527m
  - o Pavelló 4: Maquinària Agrícola (11 empreses exposidores amb 1.634m2)
- Zona Enogastronomia – Enoturisme - Alimentació (11 estands, 36 empreses amb 195m2)
- Zona Exterior, Pl. del Vi i Associacions (30 stands amb 618 m2)
- Zona d'aparcament: 20.000 m2 repartits en 6 pàrquings amb 2.000 places
- Zona lúdica: atraccions infantils i juvenils de 10.000 m2

Respecte els resultats d'assistència i impactes:



## AJUNTAMENT VILAFRANCA DEL PENEDÈS

- Núm. degustacions de vi: 4.000, un 20% més que el 2014
- Assistents a les Jornades professionals Auditori: 680.
- Jornada de l'emprenedor – Crea Jove: 244
- Ramaderia ecològica per la viticultura: 90
- Desenvolupa't: 346
- Assistents a la Cuina del Vi: més de 200
- Nombre de vehicles venuts: 115 de 14 marques participants (15 més que el 2014) Existeixen 9 marques més no participants en el premi de 3000€ q potser també van vendre
- Nombre d'insercions en mitjans: 678
- Nombre d'OTS (oportunitats de ser vistos en els mitjans): 29.152.130

Les accions més destacades en el marc de les Fires són les següents

- Pregoner 2015: Ramon Novell, empresari penedesenc. Cafès Novell, SA.
- Inauguració: Xavier Sala i Martín
- Per primer any del Trenet de la Fira: 500 usuaris.
- Fira Running al pavelló de comerç
- Activitats a l'escenari de la Fira organitzades per diverses entitats de Vilafranca i comarca: 17 activitats
- 3er Gran Premi de tractors.

### FIRA DEL GALL

- Dies: 19 i 20 de desembre
- Ubicació : Parc de Sant Julià
- Participants: 40.779

Pel què fa les franges horàries, es destaca que la major afluència d'entrada i de sortida tenen lloc entre les 12h i les 14h, tant dissabte com diumenge, essent dissabte el dia que registra major nombre d'assistents.

Enguany a la fira se li sumava el X campionat d'Espanya d'avicultura, columbicultura i cunicultura, que es va situar a l'espai firal i que va suposar més de 1300 bèsties de ploma. El campionat ha tingut una assistència de 14.025 visites.

El grau de satisfacció : 8,2

Xarxes Socials , usuaris nous per xarxa

- Facebook: 3000
- Twitter: 500
- Instagram:400
- Whatsapp: 150 (aplicació utilitzada per primera vegada com a eina de suport

Altres resultats destacables:

- Aviram venut
  - 1650 peces
  - 14% més que el 2014
- Mostra gastronòmica

- 13800 racions servides
- 4.000 degustacions servides
- 5% més que el 2014
- Superceller
  - 1998 tiquets venuts
  - 4.885 degustacions servides
  - 208 persones als tast organitzats

Altres dades

- 125 parades d'artesans i brocanters
- 738 usuaris del trenet
- 600 llibres solidaris venuts

En resum, uns molts bons resultats per a una fira consolidada que gaudeix d'un bon posicionament

## **TURISME**

### **1. Informació turística**

- Confirmació de la 2a categoria de LA XARXA D'OFICINES DE TURISME DE CATALUNYA (en base al DECRET 66/2014, de 13 de maig, de regulació dels Serveis d'Informació, Difusió i Atenció Turística de Catalunya)
- 802 hores de l'empresa Divertàlia (cobrint vacances, fires i altres esdeveniments on assistia la informadora titular). I quatre persones en pràctiques
- 7768 persones que han passat per l'Oficina, el 8,73% respecte al 2014.
- 1351 bosses informatives preparades per la Capitalitat Cultural de Vilafranca.
- LA informadora ha estat present en SEVATUR (Sant Sebastià), B-Travel (Barcelona), Fira de Mostres de Girona.

### **2. Comunicació i promoció de Vilafranca capital del vi.**

- Nou web llançat el primer trimestre del 2015. 49615 sessions
- Nou material divulgatiu de Vilafranca del Penedès, el Welcome. 3500 repartits en allotjaments, restaurants, hotels i altres establiments
- Nova edició de la cartelleria promocional de la ciutat, s'ha incorporat l'estació d'autobusos.
- Disseny de l'opuscle general de Vilafranca Capital del Vi
- Creació de la nova visita modernista teatralitzada amb l'empresa Tríade.
- Pla de comunicació d'EnoturismePenedès compartit amb els patronats de Turisme de Sant Sadurní i Subirats, el Servei de Promoció Turística de Vilafranca del Penedès i, evidentment, Enoturisme
- Vilafranca del Penedès està present en les diferents mitjans que empra tant l'ACT com la Diputació de Barcelona,
- i, evidentment, tota la difusió des del web de Turisme i les xarxes socials.
- El pla de comunicació del servei ha representat la presència en els de la següent manera (Fira del Gall i pla de comunicació d'EnoturismePenedès a



part) : 9 presències en mitjans escrits, 2 falques de ràdio, 4 presència en programes de ràdio, i dues en televisió

- S'ha crescut en seguidors a twitter i Facebook.
- La presència de Turisme de Vilafranca en fires : Fitur, Salon de Brussel·les, MITT de Rússia, ITB de Berlín, SEVATUR, B-Travel, Fira Modernista de Terrassa i de Barcelona, Heineken Jazzaldia, World Travel Market de Londres i la Fira de Mostres de Girona
- Tres press trips i dos famtrips de coneixement del territori. Un workshop de turisme cultural organitzat per l'Agència catalana de Turisme , i Finalment s'han realitzat tres visites de prospecció del mercat, de benchmark, totes relacionades amb l'entourisme:
- 36 tiquets comprats per plataforma de comercialització d'EntourismePenedès
- Els productes turístics de Vilafranca del Penedès també es poden trobar al web de comercialització de l'Agència Catalana de Turisme i al portal "Barcelona és molt Més", de la Diputació de Barcelona.
- Relació i coordinació amb VISEUM per productes, promocions i la difusió
- Difusió dels actes de La Capitalitat Cultural de Vilafranca durant el 2015

### **3. Projectes " Vilafranca del Penedès Capital Turística Del Vi"**

- Projecte MIRAVINYA, nou material antivandàlic
- Acompanyament a la creació de producte de quatre empreses: Revolts, Mas Comtal, Art Cava i Cuscó Berga, que va donar lloc a dos productes.
- Contactar amb Bikemotions i Moli Bike per tal d'analitzar les propostes, el pressupost i els serveis que oferia cada empresa per disposar de bicicletes a l'Oficina.
- Per potenciar el senderisme es compta amb les 11 rutes habituals que parteixen des de Vilafranca i es participa en l'App Camins del Penedès d'EntourismePenedès, així com en el projecte Penedès 360º.
- Aprovació del projecte WineWalk, un sender experiencial i contractació del pla director a l'empresa Geosilva

### **4. Foment de la gastronomia i productes autòctons del territori actuació departaments implicats calendari**

- Vilafranca Ve de Gust. Segell que compta amb 8 restaurants i ha realitzat dues campanyes gastronòmiques. "Quinzena Gastronòmica" i "Campanya del Gall Negre del Penedès"
- Ruta del Xató. Acte de la cloenda de la temporada 2014-2015 va tenir lloc el 18 de maig al Claustre de Sant Francesc. L'acte d'inauguració de la temporada 2015-2016 va tenir lloc el 23 de novembre, a la Masia d'en Cabanyes de Vilanova i la Geltrú

### **5. Millora de la qualitat i competitivitat**

- SICTED (Sistema Integral de Qualitat Turística Espanyola en Destinació) adhesió d'un nou establiment i la consolidació dels que ja hi eren. han superat el Comitè de Distinció que es realitza a Madrid



- Vilafranca continua participant en el Comitè Interdestinos (2015-2016) així com en GTP Evaluación,
- L'Ajuntament de Vilafranca en el seu vessant turístic està inscrit tant en el cercle de Turisme de la Diputació de Barcelona com en el programa d'Afiliacions de l'Agència catalana de Turisme.
- Per a la Regió Gastronòmica, Vilafranca s'adhereix a la candidatura i s'ha participat en el cercle de Gastronomia de la Diputació de Barcelona
- Aquest any s'ha prorrogat l'adhesió de l'Ajuntament de Vilafranca al Catalunya Convention Bureau. S'ha participat a les dues trobades que s'han organitzat aquest any dels del Catalunya Convention Bureau

## **6. Productes turístics**

- Visites guiades: Descobreix els castells, Ruta Modernista, Ruta Medieval, Basílica Santa Maria, Posta de sol al campanar, cementiri Patrimonial.
- S'han realitzat 37 visites guiades per on han passat un total de 727 persones, pràcticament un 26% més que l'any anterior.
- En resum, i tenint en compte les visites pròpies i les de les empreses que organitzen visites guiades, es pot dir que un total de 5929 persones han gaudit del patrimoni de Vilafranca.

## **OBJECTIUS PROPER EXERCICI**

**El Pla d'accions 2016 del Servei de Comerç i Turisme es basa en les següents grans directrius**

1. Gestió Oficina de Turisme. Continuar treballant per aconseguir l'excel·lència en els requisits necessaris per a les oficines de Turisme ( 2a. categoria Vilafranca) en les línees marcades per la Generalitat, d'acord al decret 127/2010.
2. Continuar treballant per aconseguir fer de Vilafranca una destinació turística, per mitjà del disseny de la seva oferta orientada al client, la comunicació d'aquest, la seva venda en múltiples canals i el desenvolupament de les noves connexions comercials.
3. Desenvolupar un Pla d'estratègia i gestió de les xarxes socials, basat en el coneixement, orientat i pensat per donar suport al sector, i una millor cooperació entre entitats turístiques.
4. Treballar en els temes de disseny, comunicació, venda i estructuració del màrqueting, grans línies de treball que ens permetran agrupar les diferents estratègies i les tàctiques que integraran el full de ruta del nostre Servei.
5. Continuar treballant en la identificació de noves experiències turístiques i millorant les existents.
6. Reafirmar i posar en marxa les marques de producte: Gastronomia, MICE, així com aquelles que l'ACT vagi presentant i s'adaptin als nostres objectius.
7. Treballar amb més èmfasi en la segmentació de la Gastronomia: 2016 Any de la Gastronomia i de l'Enoturisme a Catalunya: "Vilafranca Ve de Gust" "Ruta del Xató"...





8. Transversalitat amb els diferents departaments de l'Ajuntament per treballar els temes de turisme-ciutat : WINEWALK, senyalització, urbanisme turístic...
9. Gestió i planificació del territori: Participació activa en la tasca portada a terme per VINSEUM i ENOTURISME PENEDÈS, així com la participació en les diferents taules, comissions sectorials, entitats, taules de Turisme de la Diputació, marques ACT de la Generalitat...
10. Millorar la qualitat i competitivitat turística: SICTED, Club Enoturisme Penedès, formació, Enotrobades, workshops interns, viatges de prospecció ( Benchmark )
11. Pla estratègic de promoció. Temporalització d'acord a la previsió de retorn i a les necessitats dels nostres objectius: Assistència a Fires (territorials, nacionals, internacionals) i esdeveniments territorials. Workshops, Fam trips Press trip...
12. Promoció de les Fires i esdeveniments que es portin a la ciutat. Coordinació amb els departaments o entitats organitzadors.
13. Gestió, organització i execució de la Fira del Gall.

## VALORACIÓ

La valoració de l'execució del pla d'accions 2015 és positiva, s'ha cobert un 92% aproximadament. És un molt bon grau d'execució, més tenint en compte que durant el tercer trimestre i part del quart s'ha fet efectiu la reestructuració del departament

## OBSERVACIONS

Justament la reestructuració del servei amb el canvi d'ubicació ha generat diferent efectes distractors al dia a dia del servei que han pogut incidir en l'execució d'algunes actuacions, o en l'alentiment d'alguns processos que han arribat just a final d'any o que s'acabaran de desenvolupar durant el 2016