

Públic objectiu

El **turisme familiar** és la modalitat turística en la que els principals protagonistes són, necessàriament, els infants i joves de 0 a 16 anys.



El **viatge familiar** inclourà un menor de 16 anys acompanyat, com a mínim, d'un adult.

Missió

Promocionar l'oferta de turisme familiar de la destinació Catalunya mitjançant la posada en valor de la singularitat, l'especificitat i la competitivitat dels membres afiliats al programa.



Visió

Posicionar Catalunya com una destinació de referència de vacances familiars tant pel visitant de proximitat com pel turista internacional, oferint una experiència turística adaptada a les necessitats i motivacions de les diferents tipologies de famílies.



Proposta de valor

El programa de turisme familiar es dirigeix a dos **clients principals**: els afiliats i els visitants, en aquest cas les famílies i que són l'objectiu final a captar.

Pels afiliats

Formar part d'una **comunitat** a l'entorn del segment familiar capaç de generar coneixement específic i de valor sobre els professionals, així com **relacions beneficioses** entre els agents que la integren.

Alhora, tenir accés als serveis de l'ACT en termes d'intel·ligència de mercat, assessorament, suport en la promoció i la comercialització, i accés a eines de màrqueting.

Pels visitants

La **garantia** d'una oferta de vacances adaptada a les **necessitats de les famílies** i preparada per a donar cobertura a les motivacions dels diferents membres que componen el grup familiar.

Una oferta que treballa a partir de **valors** clau.

Valors

Valors diferenciadors entre l'oferta



Diversitat



Qualitat



Innovació

Valors de garantia pel visitant



Salut



Seguretat



Sostenibilitat

Valors base del Programa



Educació



Convivència



Diversió

Eixos estratègics

La proposta de pla d'actuacions s'estructura a partir de 3 grans eixos de treball.



Governança

Transformar la destinació de turisme familiar certificada amb l'objectiu d'incorporar nous agents (destinacions, recursos i experiències). Crear el comitè de programa i flexibilitzar la gestió i estructura del programa.



Producte

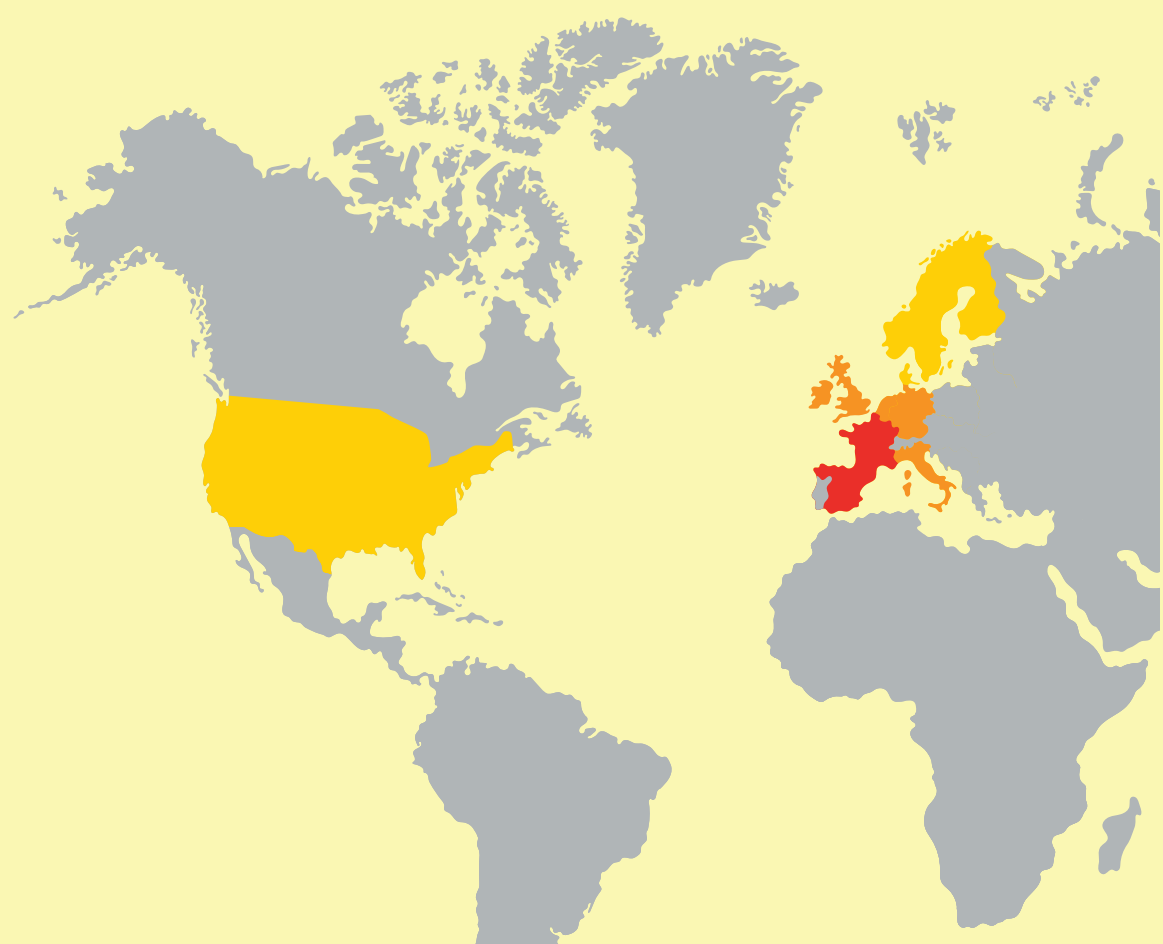
Incrementar i diversificar el grau d'especialització de l'oferta i incorporar la innovació per consolidar Catalunya com a destinació global referent en el segment de públic familiar.



Branding

Posicionar Catalunya com a destinació de referència a partir del **concepte "Catalunya, hola Família"** com a marca oficial de promoció de tota l'oferta especialitzada, transmetent el sentiment d'acollida vers les famílies i la innovació en la creació de producte especialitzat.

Mercats estratègics



● Prioritat alta ● Prioritat mitja ● Prioritat baixa

Pla d'actuacions

Governança

- 01 Transformació del concepte “destinació certificada”.
- 02 Co-gestió i co-lideratge.
- 03 Implementació d'un nou sistema de reconeixements.
- 04 Revisió i actualització dels manuals d'afiliació.
- 05 Pla de captació de nous afiliats.
- 06 Major integració d'iniciatives territorials.
- 07 Disseny d'un programa de formació continuada específic pels afiliats.
- 08 Implementació d'un Hub de coneixement per a afiliats i la resta de marques.

Producte

- 15 Potenciar la creació de productes segons visitor persona.
- 16 Incorporar a la marca recursos de gran valor pel públic familiar.
- 17 Especial atenció a l'escola com a pont amb les famílies.
- 18 La sostenibilitat, la seguretat i els hàbits saludables com a base
- 19 Les tecnologies emergents, en beta permanent.
- 20 Incorporació del concepte “edutainment” als productes.

Branding

- 09 Una sola marca genèrica al voltant del concepte “Catalunya, hola família”.
- 10 Aposta clara per a la segmentació de la comunicació i el màrqueting relacional.
- 11 Concentració en el concepte i el missatge.
- 12 Elaboració i implementació d'una estratègia de màrqueting digital.
- 13 Exploració constant de nous formats de comunicació.
- 14 Posada en valor del públic local.

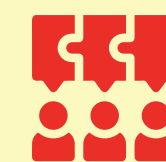
Objectius generals del Pla

01 Millorar el posicionament de Catalunya com a destinació especialitzada en turisme familiar



3 9 10 11 12 14 17

02 Estimular la competitivitat turística dels afiliats a la marca



4 5 13 15 16 18 20 19

03 Fomentar la cohesió entre el sector privat i públic vinculat al producte turístic familiar



1 2 6 7 8