

МУНИЦИПАЛЬНАЯ АССОЦИАЦИЯ ТУРИЗМА САЛОУ ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ 2014

1. Презентация

В течение 2013 года Ассоциация туризма Салоу стала плацдармом для заключения важного соглашения, в котором воплотилось взаимопонимание между предпринимателями туристического сектора и административными органами.

После вхождения в силу Закона 5/2012, согласно которому 30% доходов от налогов на ночи в отелях каждого города должны поступать в Мэрию, по инициативе местных предпринимателей и сотрудничестве Мэрии Салоу и Ассоциации туризма было достигнуто соглашение, по которому эти средства полностью поступают в распоряжение Ассоциации туризма на увеличение числа туристических рекламных акций.

В связи с этим 13 августа было подписано соглашение между Федерацией предпринимателей отельного и туристического сектора провинции Таррагона, как представителем туристических предпринимателей, Мэрией Салоу и Муниципальной ассоциацией туризма, согласно которому 30% от суммы туристических налогов, собранных в Салоу, переходят в бюджет Ассоциации туризма, и мэрия обязуется также предоставить необходимые ресурсы для работы Ассоциации.

Эта новая ситуация влечет за собой изменение отношений и положения предпринимателей в процессе принятия решений внутри управляющих органов Ассоциации туризма, в связи с чем была проведена реформа, реструктуризация и расширение представительства туристического сектора в этих органах. Также частично были заменены представители некоторых ассоциаций.

Главным управляющим органом Ассоциации туризма Салоу является Административный совет, в котором представлены все политические группы мэрии Салоу и представители туристических ассоциаций города и PortAventura.

В течение 2013 года вдвое увеличилось число представителей Отельной ассоциации Салоу, Камбрильса и Ла-Пинеды в результате изменений в руководстве Федерации; то же произошло и с Ассоциацией туристических агентств, которая заменила своего представителя в результате последних выборов. PortAventura назначила нового делегата, а также в совет вошел представитель городского коммерческого сектора, который играет важную роль внутри туристического предложения.

Что касается созданной ранее Комиссии по продвижению, которая в 2013 году приобрела большое значение в отслеживании текущей ситуации в туризме и при принятии решений, ее также коснулись некоторые изменения, главным образом, в связи с представителями отельного бизнеса, туристическими агентствами и участием представителей PortAventura; таким образом заседания комиссии стали олицетворением понимания между частным и государственным сектором.

2. Анализ

ДИНАМИКА РЫНКОВ ПОСТАВЩИКОВ САЛОУ, ТЕНДЕНЦИИ 2014 Г

Данный документ кратко представляет текущие тенденции основных рынков - поставщиков туризма Салоу.

По информации на 31 октября 2013 года известны следующие данные:

Распределение ночей в отелях по странам Период: с января 2013 по октябрь 2013 г.

Испания: 36%
Великобритания: 19%
Россия: 17%
Франция: 12%
Голландия: 5%
Ирландия: 2%
Бельгия: 2%
Германия: 1%
Другое: 3%

Испанский рынок

Испанский рынок по-прежнему остается крупнейшим рынком Салоу, хотя здесь и произошло довольно значительное снижение на 4 пункта по отношению к сезону 2012. Также наблюдается уменьшение студенческого туризма весной и туризма пожилых.

Тенденции

- определенная тенденция к стабилизации.
- большая чувствительность к фактору ЦЕНЫ.
- рынок, где все меньше используются посредники.

Рынок Ирландии и Великобритании

Великобритания - крупнейший иностранный рынок Салоу. С другой стороны, Салоу по-прежнему является первым направлением для ирландского рынка, где преобладает семейная публика.

Что касается авиарейсов из этих стран в аэропорт Реуса, в летнее время картина следующая:

- Ryanair: 29 рейсов в неделю
- Thomson Airways: 17 рейсов в неделю
- Thomas Cook: 12 рейсов в неделю
- Jet2: 5 рейсов в неделю

Также стоит добавить, что аэропорт Барселоны принимает большое количество британских туристов, которые затем едут на Коста-Дорада и в Салоу.

Тенденции

- Небольшое увеличение числа прибывающих туристов, главным образом из Великобритании
- увеличение количества отпусков, сокращение их продолжительности и рост краткосрочных поездок
- Jet2Holidays планирует в сезоне 2014 увеличить число рейсов в Реус и Барселону из Глазго и Лидса.

Российский рынок

Российский туризм в Салоу вырос по сравнению с 2012 г. (от 13% до 17%), таким образом Россия стала третьим по величине рынком-поставщиком с увеличением на 27% по сравнению с предыдущим годом.

Речь идет о рынке с хорошим сообщением через чартерные компании, а также в последнее время увеличилось число регулярных рейсов: из России - Vueling, Transaero, Urals; из Украины - планируется рейс Vueling; из Белоруссии - планируется рейс Vueling.

На этом рынке большой процент услуг туроператоров (80%).

Тенденции

- Рост числа онлайн-бронирований, хотя их по-прежнему меньшинство.
- Это по-прежнему преимущественно семейный туризм, возрастные рамки от 25 до 45 лет.
- Открываются новые регионы и республики, как России, так и Украины.
- Проявляют интерес к культурному, коммерческому и гастрономическому предложению.

Французский рынок

Основная характеристика четвертого по величине рынка-поставщика Салоу - это очень небольшой процент посреднических услуг. Большая часть конечных потребителей, с одной стороны, использует большие коммерческие платформы для подготовки отдыха, а с другой - пользуется услугами туристических агентств онлайн. Интернет - самый крупный канал продаж во Франции. Прежде чем принять решение, клиенты сравнивают до шести и более веб-сайтов или турагентств.

Еще одной особенностью является использование собственного транспорта, чтобы добраться до Салоу. Также ожидается увеличение объема железнодорожных перевозок.

Тенденции

- Существует особый тип посредников: в первую очередь, это гипермаркеты, и во вторую - Трудовые советы, страховые компании, ассоциации и Coffrets Cadeaux (подарочные пакеты)
- В высокий сезон или в период школьных каникул самым популярным транспортом по-прежнему является собственный автомобиль. Группы пожилых туристов путешествуют на автобусе.

Рынок Бенилюкса

В целом туристы Бенилюкса очень верны выбранному направлению и не раз возвращаются на отдых в Салоу.

Если бельгийские туристы останавливаются главным образом в отелях, голландцы предпочитают кемпинги и аренду апартаментов.

В последнем сезоне произошло снижение объема рынка, вызванная недоверием потребителей в связи с экономической нестабильностью.

Для голландского туриста интернат является источником информации более важным, чем туроператоры и турагентства.

Для бельгийского туриста использование интернета не так важно. Каждый третий турист перед поездкой смотрит каталоги.

Тенденции

- Бронирования в последний момент вызваны нестабильной экономической ситуацией
- Общее впечатление таково, что в этом сегменте рынка потребление будет расти

Немецкий рынок

Хотя туристы из Германии составляют меньшинство в Салоу, это экономически стабильная страна с большим населением, и роль этого рынка может возрасти. Туристы главным образом приезжают на машине.

В настоящее время в Реус летают самолеты из городов:

- Бремен
- Дюссельдорф (Веце)
- Франкфурт-Хан

Процент посреднических услуг в Германии составляет 50% для групповых и 50% для индивидуальных туров.

Тенденции

- На этом рынке обращают внимание на соотношение цены и качества и сравнивают различные направления.
- Ищут сочетание пляжного отдыха с возможностями активного туризма.
- Отдых планируется заранее.

Рынок северных стран

Очень небольшой рынок для Салоу, но это туристы, которых можно привлечь нашими специализациями (гольф, спортивные мероприятия). Большинство клиентов-гольфистов в Салоу - скандинавы.

Северные страны не страдают от экономической рецессии и обладают высокой покупательской способностью.

При бронировании все большее значение приобретают мобильные интернет-порталы и поисковые сайты.

Главный вид транспорта - самолет.

Тенденции

- Рейсы децентрализованы и выполняются из разных городов, а не только из столиц.
- Произошли изменения в бронировании: увеличилось число бронирований в низкий сезон, особенно в сфере гольфа.

3. Стратегические линии

План мероприятий на 2014 г. основан на стратегических линиях, обозначенных Комиссией по продвижению, и сосредоточен на следующих ключевых моментах:

В отношении сезонности

- Приложить особые усилия в пик сезона и максимально увеличить число туристов в четыре месяца высокого сезона.

В отношении сотрудничества

- Сотрудничество с частным сектором, особенно с Port Aventura и органами администрации.

В отношении рынков

- Оставаться лидером на рынках России, Нидерландов, Белоруссии и Украины. Особого интереса заслуживает Казахстан, как растущий рынок. Продолжать продвижение на традиционных рынках: испанском, британском и французском.
- Приложить усилия для восстановления немецкого рынка.
- Разработать мероприятия по совместному маркетингу с туроператорами и подписчиками.

В отношении продуктов

- Укрепить лидерские позиции Салоу как направления пляжного отдыха для семейной аудитории.
- Укрепить Направление спортивного туризма введением мероприятий по футболу, гольфу и водному спорту.
-

- Использовать культурные, исторические, гастрономические, природные и другие ресурсы, чтобы сделать их частью нашего предложения.
- Оценить культурные достопримечательности муниципалитета, например, Бареньс, ввести их в список мероприятий "Живой Таррако" и римский культурный маршрут.

В отношении коммуникаций

- Оказать поддержку марке Салоу на международном уровне, подготовив тщательный объективный анализ рынков и публики.
- Подчеркнуть особую роль цифровых средств коммуникации в ответ на общую тенденцию рынка.
- Установить каналы сообщения с конечным клиентом, особенно на рынках-поставщиках.

4. Описание мероприятий

- Провести мероприятия для продвижения низкого сезона, главным образом, в пик сезона.
- Разработать План Ярмарок для национальных, государственных и международных рынков.
- Разработать План рекламных мероприятий.
- Вести работу в рамках установленных маркетинговых соглашений, участвовать в ярмарках и рекламных акциях, согласованных с Ассоциацией туризма Городского совета Таррагоны, Каталонским туристическим агентством, ассоциациями туризма "Альянса", PortAventura, предпринимательским сектором и его ассоциациями.
- Принимать участие в инициативах и мероприятиях предпринимательского сектора Салоу и его ассоциаций.
- Заключить соглашения с оптовыми и розничными каналами сбыта для распространения информации о туристическом направлении и его продуктов в соответствии с рынками и профилями клиентов, главным образом на приоритетных рынках.
- Провести информационную кампанию с рекламой онлайн и оффлайн.
- Разработать кампанию по созданию имиджа и марки направления для рекламы в 2014 г. для различных нужд.
- Определить проект оценки Бареньса, привязав его к "Живому Таррако".
- Усилить распространение марки "Салоу, Пляж Европы" на национальном, государственном и европейском уровне.

- Укреплять и развивать программу сертификации Направление спортивного туризма (DTE).
- Принимать участие в мероприятиях, связанных с продуктом ГОЛЬФ, таких как PGA и другие инициативы.
- Разработать мероприятия для продвижения продукта КОРОТКИЕ ПОЕЗДКИ на местном рынке.
- Способствовать приезду профессионалов туристического сектора на направление (пресса и блогеры) и производству материалов для его продвижения.
- Участвовать в рекламных мероприятиях во время пребывания в Салоу групп с особыми интересами, главным образом через посредство принимающих организаций на направлении.
- Участвовать в рекламе аэропорта Реуса через соглашение, действующее в течение 2014 г.
- Оказывать поддержку Туристической обсерватории Коста-Дорада.
- Оказывать поддержку Станции водного спорта Коста-Дорада.
- Распространять информацию об акциях и мероприятиях, проводимых на направлении.
- Участвовать в проведении Ралли RACC Коста-Дорада и масштабных мероприятиях, представляющих интерес для Салоу.
- Издать книгу о Салоу, чтобы представить город, как направление пляжного отдыха глазами известных писателей и фотографов.
- Участвовать и проводить сертификации качества, всегда соблюдая обязательства в отношении качества.
- Завершить этапы внедрения и запуска нового туристического портала Салоу.
- Активировать и усилить профили направления в социальных сетях и среде 2.0.
- Изучить новые цифровые приложения и/или маркетинговые продукты онлайн.
- Создать необходимые технические средства для рекламных и информационных акций.
- В зависимости от наличия бюджета модернизировать опоры, эмблемы и информационные стенды Ассоциации и инфраструктуру Туристического поезда.
- Проводить акции для повышения лояльности клиентов.
- Отвечать на информационные запросы и выполнять задачи по туристической ориентации.

Приложение I

ПЛАН УЧАСТИЯ В ЯРМАРКАХ 2014

ЯНВАРЬ

- VAKANTIEBEURS.**- Утрехт (Голландия), 8 - 11 января
- Ярмарка для профессионалов и широкой публики
- Участие в рамках стенда Коста-Дорада
- Специальная брошюра о Салоу с туроператорами Solmar
- HOLIDAY WORLD.**- Белфаст (Северная Ирландия), 17 - 19 января
- Ярмарка для профессионалов и широкой публики
- Участие в рамках совместного стенда с PortAventura
- HOLIDAY WORLD.**- Дублин (Ирландия), 25 - 27 января
- Ярмарка для профессионалов и широкой публики
- Участие совместно с Камбрильсом в рамках стенда *Испанского туристического центра*
- FITUR.**- Мадрид (Испания), 22 - 26 февраля
- Ярмарка для профессионалов и широкой публики
- Участие в рамках совместного пространства: Камбрильс, Реус, Вила-сека/Да-Пинеда и PortAventura (со стендом Каталонского туристического агентства)

ФЕВРАЛЬ

- SALON DE VACANCES.**- Брюссель (Бельгия), 6 - 10 февраля
- Ярмарка для широкой публики
- Участие в рамках совместного пространства: Камбрильс, со стендом *Испанского туристического центра*
- NAVARTUR.**- Памплона (Испания), 21 - 23 февраля
- Ярмарка для широкой публики
- Участие в рамках стенда совместно с Ассоциацией туризма Коста-Дорада, рекламная конвенция

МАРТ

- ITB.**- Берлин (Германия), 5 - 9 марта
- Ярмарка для профессионалов и широкой публики
- Участие в рамках стенда совместно с Ассоциацией туризма Коста-Дорада, рекламная конвенция
- SEVATUR.**- Сан-Себастьян (Испания), 15 - 17 марта
- Ярмарка для широкой публики
- Участие в рамках стенда совместно с Ассоциацией туризма Коста-Дорада, рекламная конвенция
- INTOURMARKET.**- Москва (Россия), 15 - 18 марта
- Ярмарка для профессионалов и широкой публики
- Участие совместно с Камбрильсом и Вила-сека/Да-Пинеда, возможно, с туристическим сектором
Сотрудничество с Центром туристического продвижения Каталонии в Москве

MITT.- Москва (Россия), 19 - 22 марта

- Ярмарка для профессионалов и широкой публики
- Участие в рамках стенда совместно с Ассоциацией туризма Коста-Дорада, рекламная конвенция

UITT.- Киев (Украина), 26 - 28 марта

- Ярмарка для профессионалов и широкой публики
- Уточнить, с кем будем участвовать
- Участие в рамках стенда Каталонского туристического агентства

АПРЕЛЬ

SUMMER 2014.- Екатеринбург (Россия), 4 - 5 апреля

- Ярмарка для профессионалов и широкой публики

SITT TOURSIB.- Новосибирск (Россия), 10 - 12 апреля

- Ярмарка для профессионалов и широкой публики
- Уточнить, с кем будем участвовать

SITC.- Барселона (Каталония), 19 - 21 апреля

- Ярмарка для профессионалов и широкой публики
- Участие в рамках стенда совместно с Ассоциацией туризма Коста-Дорада, рекламная конвенция

KITF.- Алматы (Казахстан), 23 - 25 апреля

- Ярмарка для профессионалов и широкой публики
- Участие в рамках стенда Каталонского туристического агентства

МАЙ

BEBES & MAMAS.- Барселона (Каталония), 10 - 11 мая

- Ярмарка для широкой публики
- Участие совместно с Камбрильсом и Вила-сека/Да-Пинедо в рамках стенда Каталонского туристического агентства

СЕНТЯБРЬ

OTDYKH LEISURE.- Москва (Россия), 16 - 19 сентября

- Профессиональная ярмарка
- Участие в рамках стенда на более выгодных условиях, чем в прошлом году

ОКТАБРЬ

TOUR & SALON – Познань (Польша), 23 - 25 октября

- Ярмарка для профессионалов и широкой публики
- Стенд вместе с Испанским туристическим центром в Варшаве

НОЯБРЬ

WTM.- Лондон (Великобритания), ноябрь, даты уточнить

- Ярмарка для профессионалов и широкой публики
- Участие в рамках стенда совместно с Ассоциацией туризма Коста-Дорада, рекламная конвенция

ПОСЕЩЕНИЕ ЯРМОРОК. – 2014

SALON DES SENIORS.- Париж (Франция), 3 - 6 апреля

- Ярмарка для широкой публики

RDA.- Кельн (Германия), 29 - 31 июля

- Профессиональная ярмарка

EUROBIKE.- Фридрихсхафен (Германия), 27 - 30 августа

- Специализированная ярмарка велосипедов

Приложение II

ПЛАН РЕКЛАМНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ДЛЯ ТУРОПЕРАТОРОВ И ТУРИСТИЧЕСКИХ АГЕНТСТВ, Белфаст (Северная Ирландия),

16 января

- Профессиональное мероприятие для туроператоров и туристических агентств
- Организатор: - Испанский центр туризма в Лондоне при содействии Ассоциации туризма Салоу

ROADSHOW NECKERMAN/THOMAS COOK, Фридрихсхафен, Леррах/Фишинген и Оффенбург/Оттерсвайер (Германия), 28 - 30 января:

- Мероприятие для профессионалов, участвуют предприниматели туристического сектора из Салоу

ROADSHOW TEZ TOUR, восемь городов России, Белорусии, Прибалтики и Украины, февраль:

- Рекламная акция Салоу для туристических агентов, продолжительность 11 дней
- Участвуют Коста-Дорада и местные туристические предприниматели

ROADSHOW ТУРОПЕРАТОРЫ CORAL, четыре города: Н.Новгород, Москва, Воронеж и Краснодар (Россия), 29 - 6 февраля:

- Рекламная акция Салоу, адресованная продавцам Coral, участвуют Коста-Дорада и местные туристические предприниматели

РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ В ЛИОНЕ, Франция, даты будут известны позже:

- Акция для конечного покупателя, "уличное" действие
- Мероприятие проводит Каталонское туристическое агентство при содействии Ассоциации туризма Городского совета.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ДЛЯ ТУРОПЕРАТОРОВ И ТУРИСТИЧЕСКИХ АГЕНТОВ, Кельн (Германия), 28 июля:

- Профессиональное мероприятие совместно с туристическим сектором Салоу и PortAventura.

SUMMER CLASS EVENT 2015 - ТУРОПЕРАТОРЫ Jetair, Брюссель (Бельгия), конец октября:

- Мероприятие для профессионалов, продавцов туроператоров Jetair
- Салоу принимает участие с местными предпринимателями

SNEAK PREVIEW 2015, Эйндховен (Голландия), конец ноября:

- Рекламная акция от лица туроператоров Solmar
- Презентация Салоу для профессионалов
- Мероприятие для широкой публики

РЕКЛАМА НА НАПРАВЛЕНИИ

ТУРНИР PGA, гольф, последняя неделя января - первая неделя февраля:

- Европейский турнир профессиональных гольфистов с 350 участниками

ЯРМАРКА ПРИОРAT В САЛОУ, май:

- Ярмарка для широкой публики при содействии Экономического Продвижения.

КАЛЕНДАРЬ ДЕТСКИХ МЕРОПРИЯТИЙ, время проведения будет определено позже

- Игровые мероприятия и представления для детей

СОТРУДНИЧЕСТВО С КАЛЕНДАРЕМ МЕРОПРИЯТИЙ других организаций, таких как Культура, Праздники и Спорт, чтобы распространять информацию о мероприятиях, проводимых в городе и представляющих туристический интерес

ФЕСТИВАЛЬ UNOST, первая неделя октября:

- Адресован молодым артистам и их семьям

- При сотрудничестве с туроператорами NT Incoming

СОБРАНИЕ КЛАССИЧЕСКИХ АВТОМОБИЛЕЙ, октябрь

XVI SPANISH OPEN, БАЛЬНЫЕ ТАНЦЫ, первая неделя декабря

РАЛЛИ КАТАЛОНИЯ - КОСТА-ДОРАДА, 24 - 26 октября