

Comunicado de Prensa
Calvià, 19 de julio de 2023

AMENGUAL PRESENTA LAS PRIMERAS ESTRATEGIAS DEL PLAN DE DESESTACIONALIZACIÓN TURÍSTICA CALVIÀ 365 “PARA FOMENTAR EL EMPLEO Y LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DURANTE TODO EL AÑO”

“Las primeras estrategias serán la diversificación de productos turísticos, la digitalización de Calvià como Smart Destination, reposicionar la marca Calvià, mejorar las infraestructuras, maximizar el uso de playas y espacios deportivos y culturales todo el año y fomentar la cooperación público privada”

“Tenemos el proyecto de añadir a nuestras instalaciones una piscina olímpica de 50 metros que situará a Calvià como referente en el ámbito de la natación a nivel internacional”

El alcalde de Calvià, Juan Antonio Amengual, ha presentado las primeras estrategias del plan de desestacionalización turística 'Calvià 365' con el que, según ha destacado, “queremos crear empleo estable y de calidad durante todo el año y fomentar la actividad económica promoviendo el florecimiento turístico en nuestro afán de luchar contra la estacionalidad y atraer visitantes a nuestro municipio también en los meses de temporada baja”.

El alcalde de Calvià ha destacado que “las primeras estrategias que vamos a desarrollar son la diversificación de productos turísticos, concluir el proyecto de digitalización de Calvià como Smart Destination, reposicionar la marca Calvià, mejorar las infraestructuras, maximizar el uso tanto de las playas como de los espacios deportivos y culturales del municipio durante todo el año y, todo ello, fomentando la cooperación público privada lo que nos va a permitir aprovechar los recursos y la experiencia de ambos sectores para impulsar el desarrollo turístico, la promoción, así como promover la calidad de los servicios y garantizar la sostenibilidad a largo plazo del destino”.

Juan Antonio Amengual, que ha estado acompañado por la teniente de alcalde de Turismo, Playas, Comercio y Calidad, Elisa Monserrat, y la directora general de Turismo del Ayuntamiento de Calvià, Carmen Peñas, ha adelantado también su “satisfacción” por “la buena acogida que estas primeras estrategias del Plan de desestacionalización turística 'Calvià 365' están teniendo por parte de los principales actores del sector privado con los que ya hemos empezado a mantener los primeros contactos y que nos están demostrando una sintonía total con nuestros objetivos”.

En su intervención, la teniente de alcalde Turismo, Elisa Monserrat, ha explicado que “una de las estrategias es la diversificación de producto en diferentes segmentos tanto por tipología de cliente, ya sean familias, parejas, amigos, seniors o multigeneracional, o por motivo de viaje, incluyendo, además del sol y playa, el turismo activo, cultural, musical,

gastronómico, de bienestar, de congresos, de lujo y también los nómadas digitales”.

Respecto a la promoción del destino se segmentará participando en ferias, workshops, eventos de cada uno de los diferentes productos, siendo el segmento MICE y el turismo activo los segmentos principales, sin abandonar la promoción generalista.

La segunda línea estratégica es la digitalización en la que está previsto finalizar en diciembre de este año el proyecto Calvià SmartDestination para implementar soluciones tecnológicas y estrategias inteligentes que van a mejorar la experiencia turística y la gestión del destino. “El objetivo principal de Calvià SmartDestination es utilizar la tecnología y la innovación para desarrollar un turismo sostenible, competitivo y de calidad en el municipio”, ha señalado Monserrat.

Entre las iniciativas se encuentran la creaciones de aplicaciones móviles, instalaciones de tótems interactivos, y pantallas en las diferentes zonas turísticas para facilitar la información y la experiencia de los turistas y, por supuesto, de los residentes, así como la implementación de sistemas de sensorización mediambiental marina, acústica y meteorológica, análisis de flujos turísticos, control de afluencia en las playas y la digitalización de las oficinas de información turística.

Monserrat ha añadido que “es un proyecto, del que se habían iniciado sus primeros pasos en 2018 y la fecha prevista de finalización es diciembre 2023”.

Rebranding y reposicionamiento de la marca Calvià

La teniente de alcalde de Turismo ha destacado asimismo que “vamos a trabajar de forma estratégica en un *rebranding* y en el reposicionamiento de la marca Calvià”. Ha señalado que “es un esfuerzo que vamos a acometer con medios propios trabajando en la definición de la estructura de marca Calvià como marca paraguas y dentro de ella las diferentes zonas que pertenecen al municipio.

La cuarta línea estratégica es la mejora de las infraestructuras, así como maximizar el uso de playas, espacios deportivos y culturales del municipio durante todo el año. “Tenemos el proyecto de añadir a la oferta de Calvià una piscina olímpica de 50 metros que situará a Calvià como referente en el ámbito de la natación a nivel internacional”, ha explicado.

Monserrat ha concluido señalando que “estoy convencida de que la cooperación público-privada es imprescindible, porque alinear objetivos y estrategias con los diferentes actores de la industria turística, nos va a permitir aprovechar los recursos y la experiencia de ambos sectores”. En este sentido, ha mostrado su “satisfacción por la buena acogida que estas primeras estrategias del Plan 365 de desestacionalización turística están teniendo por parte de los principales actores del sector privado con los que, como ha dicho el alcalde, ya hemos empezado a mantener los primeros contactos y que nos están demostrando una sintonía total con nuestros objetivos”.

Comunicat de premsa

Calvià, 19 de juliol de 2023

AMENGUAL PRESENTA LES PRIMERES ESTRATÈGIES DEL PLA DE DESESTACIONALITZACIÓ TURÍSTICA CALVIÀ 365 "PER FOMENTAR L'OCUPACIÓ I L'ACTIVITAT ECONÒMICA DURANT TOT L'ANY"

"Les primeres estratègies seran la diversificació de productes turístics, la digitalització de Calvià com Smart Destination, reposicionar la marca Calvià, millorar les infraestructures, maximitzar l'ús de platges i espais esportius i culturals tot l'any i fomentar la cooperació públicoprivada".

"Tenim el projecte d'afegir a les nostres instal·lacions una piscina olímpica de 50 metres que situarà a Calvià com a referent en l'àmbit de la natació a escala internacional".

El batle de Calvià, Juan Antonio Amengual, ha presentat les primeres estratègies del pla de desestacionalització turística 'Calvià 365', amb el qual, segons ha destacat, "volem crear ocupació estable i de qualitat durant tot l'any i fomentar l'activitat econòmica promovent la florida turística en el nostre afany de lluitar contra l'estacionalitat i atreure visitants al nostre municipi també en els mesos de temporada baixa".

El batle de Calvià ha destacat que "les primeres estratègies que desenvoluparem són la diversificació de productes turístics, concloure el projecte de digitalització de Calvià com Smart Destination, reposicionar la marca Calvià, millorar les infraestructures, maximitzar l'ús tant de les platges com dels espais esportius i culturals del municipi durant tot l'any i, tot això, fomentant la cooperació públicoprivada, la qual cosa ens permetrà aprofitar els recursos i l'experiència d'ambdós sectors per impulsar el desenvolupament turístic i la promoció, així com promoure la qualitat dels serveis i garantir la sostenibilitat a llarg termini de la destinació".

Juan Antonio Amengual, que ha estat acompanyat per la tinenta de batle de Turisme, Platges, Comerç i Qualitat, Elisa Monserrat, i per la directora general de Turisme de l'Ajuntament de Calvià, Carmen Peñas, ha avançat també la seva "satisfacció" pel "bon acolliment que aquestes primeres estratègies del Pla de Desestacionalització Turística 'Calvià 365' estan tenint per part dels principals actors del sector privat amb els quals ja hem començat a mantenir els primers contactes i que ens estan demostrant una sintonia total amb els nostres objectius".

En la seva intervenció, la tinenta de batle de Turisme, Elisa Monserrat, ha explicat que "una de les estratègies és la diversificació de producte en diferents segments tant per tipologia de client, ja siguin famílies, parelles, amics, sèniors o multigeneracional, com per motiu de viatge, incloent-hi, a més del sol i platja, el turisme actiu, cultural, musical,

gastronòmic, de benestar, de congressos, de luxe i també els nòmades digitals".

Pel que fa a la promoció de la destinació, se segmentarà mitjançant la participació en fires, workshops, esdeveniments de cadascun dels diferents productes, amb el segment MICE i el turisme actiu com a segments principals, sense abandonar la promoció generalista.

La segona línia estratègica és la digitalització, en la qual està previst finalitzar al desembre d'enguany el projecte Calvià Smart Destination, per implementar solucions tecnològiques i estratègies intel·ligents que milloraran l'experiència turística i la gestió de la destinació. "L'objectiu principal de Calvià Smart Destination és utilitzar la tecnologia i la innovació per desenvolupar un turisme sostenible, competitiu i de qualitat en el municipi", ha senyalat Monserrat.

Entre les iniciatives es troben la creació d'aplicacions mòbils, instal·lacions de tòtems interactius i pantalles en les diferents zones turístiques, per facilitar la informació i l'experiència dels turistes i, per descomptat, dels residents, així com la implementació de sistemes de sensorització mediambiental marina, acústica i meteorològica, anàlisi de fluxos turístics, control d'afluència a les platges i la digitalització de les oficines d'informació turística.

Monserrat ha afegit que "sens dubte és un projecte del qual s'havien iniciat els primers passos en 2018 i que té com a data prevista de finalització el desembre de 2023".

Rebranding i reposicionament de la marca Calvià

La tinenta de batle de Turisme ha destacat així mateix que "treballarem de manera estratègica en un *rebranding* i en el reposicionament de la marca Calvià". Ha assenyalat que "és un esforç que escometrem amb mitjans propis treballant en la definició de l'estructura de la marca Calvià com a marca paraigua i, dins aquesta, les diferents zones que pertanyen al municipi.

La quarta línia estratègica és la millora de les infraestructures, així com maximitzar l'ús de platges, espais esportius i culturals del municipi durant tot l'any. "Tenim el projecte d'afegir a l'oferta de Calvià una piscina olímpica de 50 metres que situarà a Calvià com a referent en l'àmbit de la natació a escala internacional", ha explicat.

Monserrat ha conclòs senyalant que "estic convençuda que la cooperació publicoprivada és imprescindible, perquè alinear objectius i estratègies amb els diferents actors de la indústria turística ens permetrà aprofitar els recursos i l'experiència d'ambdós sectors". En aquest sentit, ha mostrat la seva "satisfacció pel bon acolliment que aquestes primeres estratègies del Pla 365 de desestacionalització turística estan tenint per part dels principals actors del sector privat amb els quals, com ha dit el batle, ja hem començat a mantenir els primers contactes i que ens estan demostrant una sintonia total amb els nostres objectius".