Unnamed area

EIX 2
REACTIVAR I DIVERSIFICAR L'ECONOMIA

TEMA 4: REACTIVACIÓ DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA I COMERCIAL ACTUAL

OBJECTIU: ATREURE ALS VISITANTS OBJECTIU PELS ANYS CRÍTICS 2020-2021

TÍTOL: Com millorar la **promoció i la coordinació d'activitats culturals, esportives, esdeveniments** (festivals, fires, congressos...) amb el turisme?
OBJECTIU: Promoure les sinergies entre les activitats i esdeveniments (festivals, fires i congressos) amb potencial turístic per millorar el seu impacte econòmic als sectors productius.
ESTRATÈGIA: **Agenda única**: crear un espai estratègic que coordini i connecti els diversos agents implicants o per implicar en esdeveniments claus.

No em quadra l'enfocament dels anys 2020 i 2021. El model que hem de pensar s'hauria de projectar en el temps.

ENFOCAMENT ESTRATÈGIC. MÉS ENLLÀ DE 2021

Cal repensar l'estratègia cultural global

Les activitats culturals no s'han mirat mai com un motor econòmic.

Visibilitzar l'impacte econòmic

Sector econòmic que es vol impulsar des del Garraf (Economia Taronja)

Que la cultura sigui també capaç de tenir una mirada més "comunitària" i de connexió.

Posar valor a la cultura. Trobada amb la cultura: fer un missatge de que la cultura té un cost: recursos dedicats. Educar al públic

Com l'operativitzem?

Millora de la gestió interna

Mesurar els recursos: quines activitats poden tirar endavant?

Hauríem de poder avaluar i mesurar els impactes, però no ens dona tems.

Com podem gestionar millor els recursos públics?

Comunicació externa DIFUSIÓ

Comunicació interna AMB AGENTS ECONÒMICS

Persona que pugui estructurar les idees i fer de "pont" amb altres sectors.

No tenim "estudis de mercat" sobre el públic i potencialitats de les activitats.

No ens fem la competència!!

Racionalitzar, per exemple no programar propostes musicals semblants

L'agenda única és molt important

Calen recursos COMPARTITS: Equip de so (per exemple)

Ens trobem els mateixos als mateixos llocs: hem d'arribar a altres col·lectius que hi viuen al Garraf.

Ja s'està implementant.

La marca Sitges està bé, però cal ordenar els esdeveniments

ESDEVENIMENTS CLAU

Hem d'intentar estirar els esdeveniments en el temps x distribuir el volum de gent.

Esdeveniment singular de qualitat i particular

CORPUS

ACTIVITATS DELS MUSEUS

Cal veure com s'articula amb els intents privats.

CINEMA FANTÀSTIC

FESTIVAL DE JAZZ

GRUP D'ESTUDIS SITGETANS

FLAMA CANIGÓ

Això és més un tema amb inversions

JARDINS DE TERRAMAR

Moviment més social i popular

BARRAQUES

GRUP FUNDACIÓ STAMPFLI

ESDEVENIMENTS ORGANITZATS PEL RETIRO: Ex: Concurs Miravent Magrans (Un altre exemple de col·laboració entre entitats)

Caldria col·laboracions amb l'Ajuntament i també amb altres agents.

Ja es fa col·laboració amb l'associació de comerç en diverses activitats

FESTA MAJOR

FESTA POESIA

ESCOLES VÀRIES: APROPAR LA CULTURA DES DE LA BASE

FESTIVAL DONA

Estem treballant amb el sector hosteleria (Uns forfaits per exemple)

Diferenciar cultura i oci

Em crida l'atenció que aquests esdeveniments els tenim una mica oblidats

BEARS

PRIDE

ESDEVENIMENTS AMB GRAN AFLUÈNCIA I QUE NO SÓN DIRECTAMENT CULTURALS

FESTIVAL PATHCWORK

CASTELL DE FOC

CARNAVAL

FALTEN COSES PER LA GENT JOVE

FESTA DE LA POESIA

La festa de la poesia ho fa molt bé amb el premi d'aparadors.

Cercavila que passa pels aparadors

PETITS

Recolçar projectes petits per impulsar-los (exemple Festival)

COL·LABORACIÓ PÚBLIC-PRIVADA: AIXÒ ÉS MÉS GARANTIA D'ÈXIT.

SETMANA DE LA MALVASIA: Turisme gastronòmic Malvasí.

Reconéixer els establiments de restauració que fa servir la Malvasia.

Què paper té/tindrà el Consell de Cultura?

Com us imagineu aquesta coordinació?

El Consell de cultura té poca periodicitat. Hi ha poca representativitat. És un organ consultiu, no executiu.

Cal un "òrgan" executiu i de coordinació

Transversalitat entre els serveis de l'Ajuntament

Cal professionalitzar-lo; no sé si dins de l'Ajuntament o que sigui d'una altra manera.

Una persona que coordini... o més d'una...

Relacions públiques i capacitat de coordinació.

ENS FALTA EL SUPORT EXTERNS DELS AGENTS ECONÒMICS

Cal anar a buscar-los: Fins a quin punt volen col·laborar?

El sector de l'hosteleria pot ser un aliat important

Agents a involucrar

Bidireccionalitat: Necessitats i interessos de la gent i le programació que s'ofereix.

Públics: potser hi ha públics que no tenen oferta al poble. Segurament sigui el jovent el que està més desconnectat.

NOUS PÚBLICS

Noves corrents culturals "underground"

Entitats culturals

Escoles i instituts

Màxima representativiitat

Visites dels museus a les escoles.

Valorem que ens deixen decidir els projectes que volem fer i com els volem fer. "Portar la batuta" de les activitats.

Exemple del concurs de poesia: No hem tingut feedback de les escoles. Si no els incentivem, no tindrem públic.

L'Ajuntament ha de donar recolçament, això sí.

Ajuntament

Consell del Garraf

Node Garraf

DESDE LES ENITATS LA DIFICULTAT ÉS COM ARRIBAR A PLANTEJAR SINÈRGIES AMB EL NODE GARRAF

Lligar la feina de Node Garraf i donar-li un sentit de caire cultural

NODE GARRAF: promoció del territori.

Passaport cultural: un de promoció cultural vinculat a l'activitat econòmica

Aliances amb altres agents

Federació d'Ateneus de Catalunya.

Fer una ruta a la gent que pertany a la Federació pels valors culturals de Sitges.

També ens serveix per a posar en comú dificultats i maneres de treballar amb altres Ateneus

Dins de la federció podem aconseguir serveis de manera conjunta

Aliniar-nos amb equipaments clau.

Cal fer aliances amb equipaments: Per exemple s'ha fer un acord amb el Museu del vi al Penedès. Hi han altres col·lectius. Comentari del Centre d'interpretació.

Això depen de l'estratègia