

PLA ESTRATÈGIC DE TURISME CIUTAT D'EIVISSA

Data: FEBRER 2021

Versió: executiva

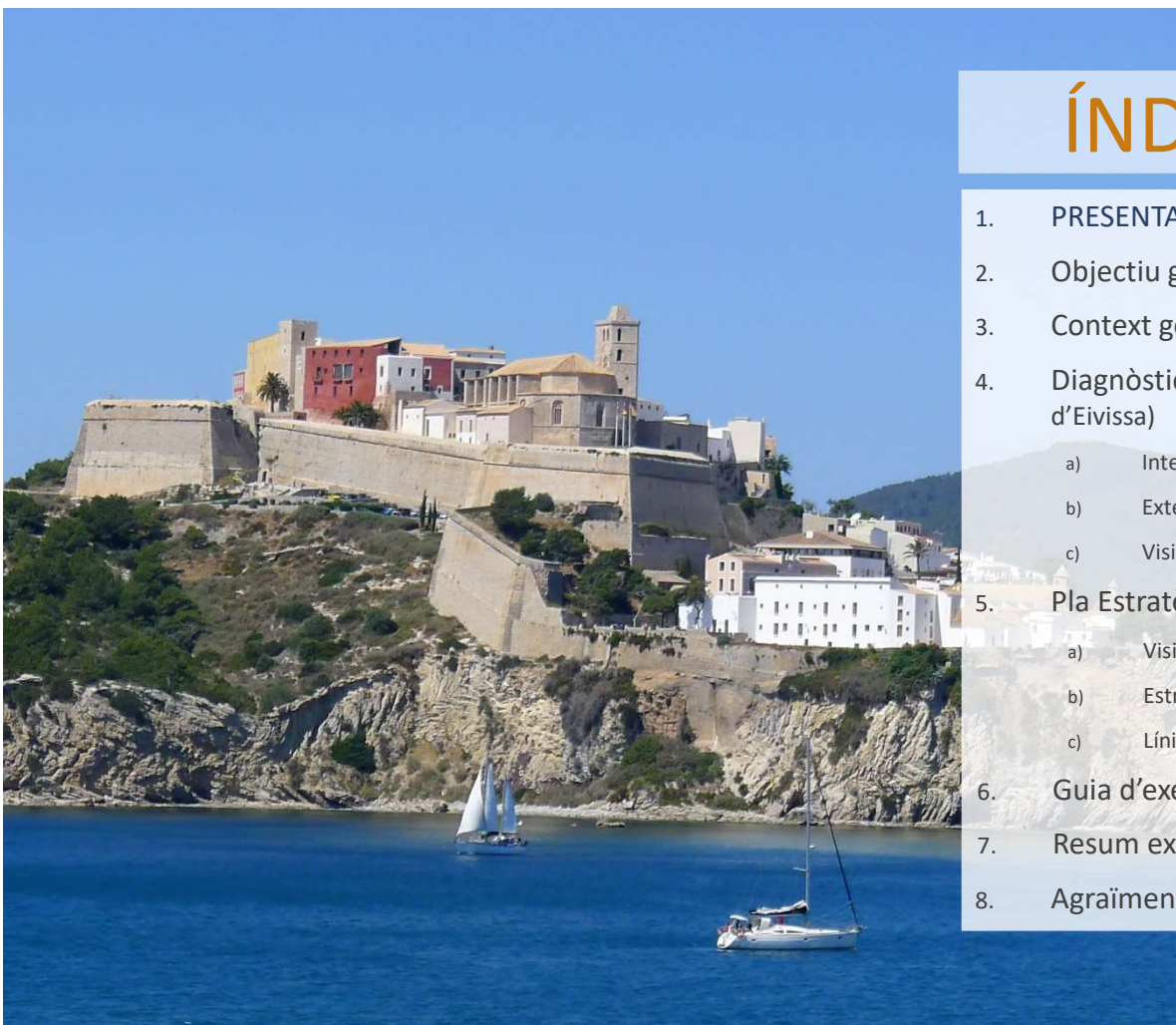


Document desenvolupat per a l'Ajuntament d'Eivissa per

BRAINTRUST
La fuerza de crear
DIVISIÓN DE OCIO Y TURISMO

ÍNDEX

1. PRESENTACIÓ DEL PLA
2. Objectiu general
3. Context general del mercat turístic
4. Diagnòstic: AS IS (Situació actual del model turístic de la ciutat d'Eivissa)
 - a) Intern
 - b) Extern
 - c) Visió global
5. Pla Estratègic 2021-2023: TO-BE
 - a) Visió, dimensions i objectius del pla
 - b) Estratègia Base
 - c) Línies d'acció
6. Guia d'execució
7. Resum executiu
8. Agraïments



1. PRESENTACIÓ DEL PLA

PLA ESTRATÈGIC CIUTAT D'EIVISSA

Aquest pla ha estat definit conjuntament i a través de la coordinació de la Regidoria de Turisme de l'Ajuntament d'Eivissa, amb els principals col·lectius implicats en el desenvolupament turístic de la ciutat, amb la idea de realitzar un document transversal que perduri en el temps i englobi les diferents visions de tots els agents públics i privats així com la dels propis habitants de la ciutat d'Eivissa.

El pla estratègic estableix de forma detallada la visió, les dimensions, els objectius i les línies d'acció proposades per al seu desenvolupament posterior, per part del municipi, a través d'una metodologia de col·laboració amb tota la societat implicada i millora contínua, establint mesures a curt, mitjà i llarg termini.

El full de ruta presentat en aquest informe establirà les diferents línies de treball a desenvolupar tenint en compte tant els objectius estratègics com els resultats esperats.

L'estructura del document estableix 4 grans blocs que són aquests:

- **Context actual del mercat turístic:** situació actual del mercat turístic en l'era COVID i previsions postCOVID.
- **Situació del model turístic de la ciutat d'Eivissa:** concepció del model actual d'Eivissa com a ciutat a través de dues visions, interna i externa.
- **Definició de les línies del pla estratègic:** visió, dimensions, objectius i línies a treballar en el pla, així com una estratègia base sobre la qual es posicionin les diferents línies d'acció.
- **Guia d'execució:** definició del full de ruta i metodologia de treball per a la definició dels diferents plans d'acció en cadascuna de les línies definides, a través de diferents taules de treball compostes per la societat local.

Els plans d'acció creats a posteriori seran afegits com a annex per al seu seguiment per part de la Governança del pla estratègic.

A més, s'establiran els indicadors de mesura o KPI's que determinen l'èxit de les accions executades.

1. PRESENTACIÓ DEL PLA

PLA ESTRATÈGIC CIUTAT D'EIVISSA

PRINCIPIIS DEL PLA

- El Pla estratègic de turisme Ciutat d'Eivissa té com a referents principals els 17 objectius de desenvolupament sostenible adoptats per l'Assemblea de l'ONU a l'Agenda 2030.

Al seu torn compta amb els següents principis:

- Desenvolupament econòmic i social de la ciutat a través de la sostenibilitat, millorant infraestructures i serveis.
- Foment dels valors identitaris de la ciutat que mostrin la seua essència i revalorin el posicionament d'Eivissa.
- Reforç del patrimoni i la cultura d'Eivissa i que, juntament amb l'oci, la gastronomia i la biodiversitat es converteixin en atributs clau que reflecteixin la identitat única de la ciutat.
- Preservació de l'entorn que envolta la ciutat, apostant per una gestió eficient dels recursos, amb l'objectiu de reduir l'impacte mediambiental que el turisme genera.
- Suport a la capacitat i formació de tots els sectors clau del turisme de la ciutat, per exercir de la millor manera possible el seu treball.
- Aposta per la tecnologia i innovació afavorint experiències úniques i diferencials, desenvolupant la ciutat com una Destinació Turística Intel·ligent, dins el marc RDI (Red de Destinos inteligentes) del qual Eivissa en forma part.
- Promoció d'oportunitats de negoci i ocupació estables, que aportin beneficis socials als habitants de la ciutat.
- Cooperació de tots els sectors publicoprivats, publicopúblics i privat-privats que intervenen en el turisme de la ciutat, establint estratègies conjuntes en la recerca d'un turisme sostenible.
- Lideratge institucional per part de l'Alcaldia d'Eivissa i de la Regidoria de Turisme de l'Ajuntament, en el disseny, implantació, execució i governança d'aquest Pla, que ha de transcendir en el temps per aconseguir els seus objectius a llarg termini.

1. PRESENTACIÓ DEL PLA
PLA ESTRATÈGIC CIUTAT D'EIVISSA



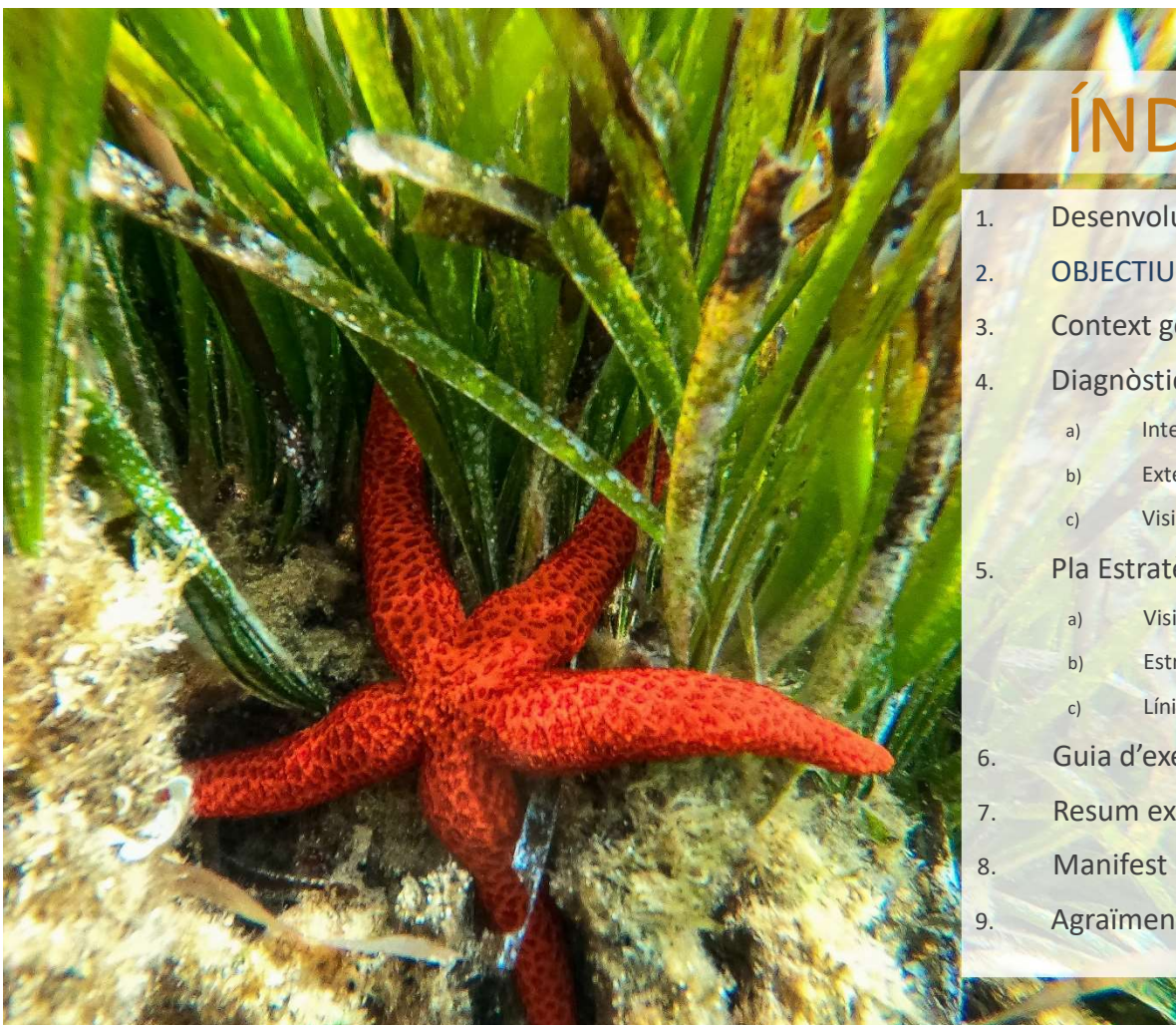
17 OBJECTIUS DE DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE

 **OBJECTIUS** DE DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE



ÍNDEX

1. Desenvolupament del pla: participació i preparació
2. OBJECTIU GENERAL
3. Context general del mercat turístic
4. Diagnòstic: AS IS (Situació actual del model turístic de la ciutat d'Eivissa)
 - a) Intern
 - b) Extern
 - c) Visió global
5. Pla Estratègic 2021-2023: TO-BE
 - a) Visió, dimensions i objectius del pla
 - b) Estratègia Base
 - c) Línies d'acció
6. Guia d'execució
7. Resum executiu
8. Manifest Institucional
9. Agraïments



Definició i disseny d'un **PLA ESTRATÈGIC DE TURISME** que deixi entreveure les **OPORTUNITATS**, amb el focus posat a curt termini per poder comptar amb **ESTRATÈGIES I LÍNIES D'ACCIÓ** per a la pròxima temporada, sense deixar de banda el mitjà i llarg termini, amb la vista posada en un **TIPUS DE TURISME SOSTENIBLE**, que posi la ciutat d'**EIVISSA** com a **MODEL DE RECUPERACIÓ** primer, i de **SOSTENIBILITAT** després.



ÍNDEX

1. Desenvolupament del pla: participació i preparació
2. Objectiu general
3. **CONTEXT GENERAL DEL MERCAT TURÍSTIC**
4. Diagnòstic: AS IS (Situació actual del modelo turístic de la ciutat d'Eivissa)
 - a) Intern
 - b) Extern
 - c) Visió global
5. **Pla Estratègic 2021-2023: TO-BE**
 - a) Visió, dimensions i objectius del plan
 - b) Estratègia Base
 - c) Línies d'acció
6. Guia d'execució
7. Resum executiu
8. Agraïments



03. CONTEXT GENERAL DEL MERCAT

PREVISIONS TURÍSTIQUES

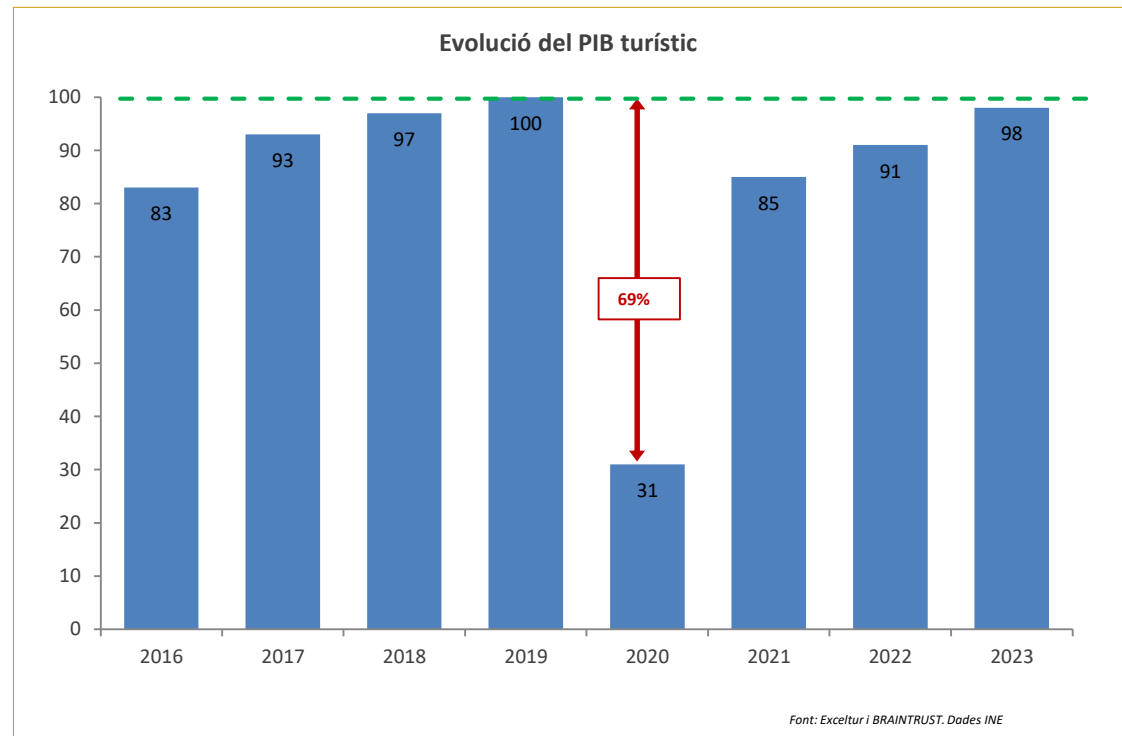
EVOLUCIÓ DEL PIB TURÍSTIC I PREVISIONS

En el segon semestre del 2020, les estimacions de CaixaBank Research a partir de les dades disponibles en l'INE calculaven la contracció del PIB turístic espanyol en un 44%.

Malgrat tot i, a conseqüència dels esdeveniments sanitaris ocorreguts en el darrer tram de l'any i a l'inici del 2021, aquestes previsions han estat finalment pitjors, com apunta Exceltur. Des d'aquesta font i amb estimacions basades en els últims Indicadors d'Activitat del Sector Serveis i Indústria de l'INE, preveuen caigudes de fins al 70%.

Aquestes xifres aportades per Exceltur suposen una aportació al descens del PIB nacional del voltant d'un 65%.

En allò que sí coincideixen totes les anàlisis és en la previsió d'un important rebot el 2021 si la situació millora, tot i que no es recuperarà totalment a nivells pre-COVID fins al 2023.



03. CONTEXT GENERAL DEL MERCAT

SENTIMENT DE MERCAT

TOP-10 DESTINACIONS PREFERIDES PELS EUROPEUS EN ELS PRÒXIMS 6 MESOS

Una altra dada rellevant pel que fa al sentiment del viatger és que Espanya és la destinació preferida els europeus per fer un viatge a un altre país del seu entorn en els pròxims 6 mesos.

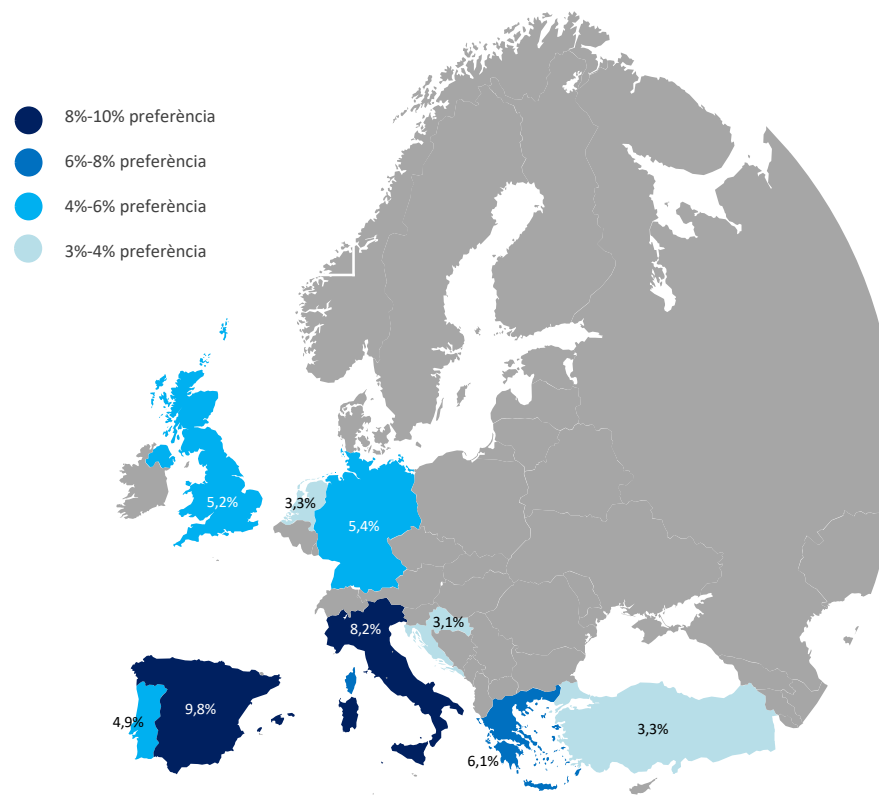
En general, el 85% d'aquests viatges es realitzarà per motius d'oci, xifra encara major entre italians, britànics i francesos.

La intenció declarada de business travel per Europa en el pròxim semestre se situa en el 8,9%, i són els suïssos i els alemanys els que més disposició manifesten a realitzar aquest tipus de viatges.

De les dades anteriors es desprèn que, si bé Espanya en l'actualitat es troba en una posició complicada pel desenvolupament de la pandèmia en el país, situació a la qual Eivissa no és aliena, el potencial de recuperació davant una millora de la situació epidemiològica és molt prometedor, ja que el país segueix en la ment dels viatgers europeus com la primera destinació a la qual anar/tornar a curt termini.

En general, les destinacions del sud d'Europa són les preferides pels viatgers del continent, fet pel qual la seua economia ha estat més colpejada per la pandèmia, però que a la vegada provocaria un rebot major davant l'esperada millora de la pandèmia.

Cal destacar que durant aquest any **Eivissa es troba entre les destinacions espanyoles més buscades** per turistes nacionals per a la Setmana Santa segons les recerques al portal eDreams



Fuente: European Travel Commission. Monitoring sentiment for domestic and intra-European travel. Enero 2021.

03. CONTEXT GENERAL DEL MERCAT

PREVISIONS 2021 MUNICIPI EIVISSA



A l'hora d'establir unes previsions o escenaris de recuperació per al municipi d'Eivissa, s'han de tenir en compte nombrosos factors com:

- Estimacions de recuperació del turisme nacional, tenint en compte en primer lloc les previsions sanitàries a curt, mitjà i llarg termini, en segon lloc, el ritme de recuperació econòmica que deixarà la pandèmia i, per últim, les intencions de viatge dels espanyols (amb el detall corresponent per comunitats autònomes), dates, etc...
- Estimacions de recuperació del turisme internacional, especialment dels mercats principals amb destinació Eivissa, com poden ser Alemanya, França, Itàlia o Regne Unit.
- En línia amb la recuperació dels mercats, estimació del nivell de restriccions existent entre països en funció de l'evolució de la situació sanitària.
- Capacitat d'adaptació del teixit sectorial turístic a Eivissa als diferents escenaris que poden donar-se.
- Possibles canvis, sobretot a curt termini, en els hàbits i comportaments dels turistes (duració de l'estada, despesa, estacionalitat...).
- Tot plegat, juntament amb un últim factor no menys important com és la incertesa i la falta de dades o situacions prèvies amb què comparar.

En aquest context de moltes previsions, poques certeses i molts canvis en poc temps, es considera necessària la creació de diferents escenaris de treball, que tinguin en compte al màxim les diferents possibilitats que puguin donar-se en tots els factors descrits anteriorment. Per aquest motiu, es plantejaran 3 escenaris:

- **Escenari base:** centrat en les dades que es coneixen de futur en el moment de l'elaboració del pla i suposant un percentatge mitjà-alt de compliment/encert d'aquestes.
- **Escenari realista optimista:** basat en les mateixes dades, però assumint el seu complet compliment, fet que suposaria una evolució positiva de la pandèmia, ritmes de vacunació, etc.
- **Escenari realista pessimista:** basat en les mateixes dades, però assumint que es trobaran més dificultats de les previstes en un entorn en constant canvi, que endarreriran lleugerament la recuperació plantejada en l'escenari base.

03. CONTEXT GENERAL DEL MERCAT

PREVISIONS 2021 MUNICIPI EIVISSA

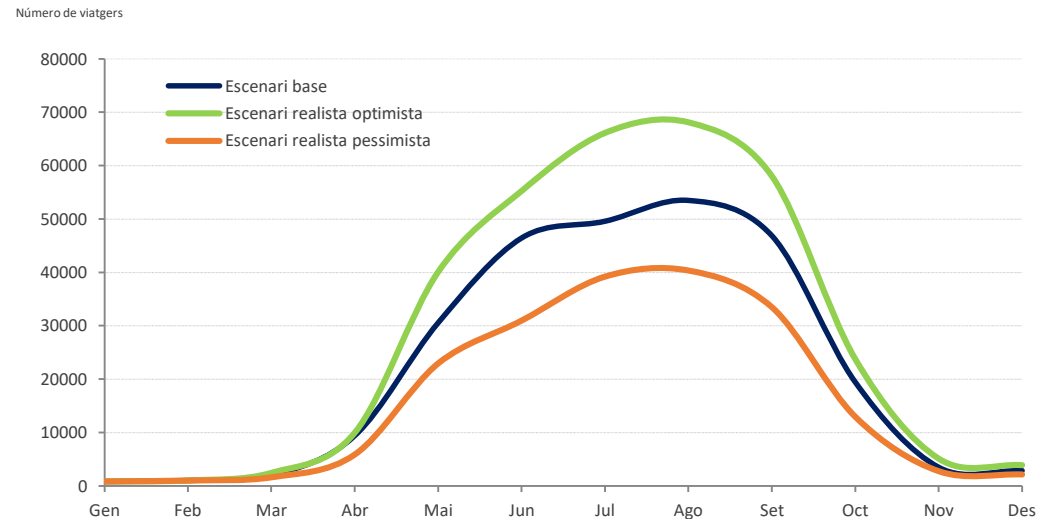


EVOLUCIÓ MENSUAL DE LA XIFRA DE TURISTES 2021

Basats en les fonts anteriors i, a més, tenint en compte les dades proporcionades pel Consell d'Eivissa en el seu Pla Reinicia 2021, els tres escenaris es quantificarien de la següent manera:

L'escenari base sobre el qual pivota el pla de recuperació estima un volum de turistes per al 2021 d'entre un 45%-50% del registrat el 2019, últim any amb dades sòlides per agafar com a referència. Això suposaria en termes absoluts entre 250 mil i 270 mil turistes,

L'escenari més optimista suposa un volum de turistes el 2021 entre 320 mil i 340 mil, cosa que en termes percentuals se situa en un 60%-65% del que es va rebre el 2019. Aquest escenari contempla una recuperació més ràpida de cara a l'estiu, arribant a puntes del 70% de l'ocupació del 2019 per a aquests mesos.



Per últim, l'escenari més desfavorable suggereix una ocupació mitjana anual del 30%-35% de la registrada el 2019, amb la pandèmia il·lustrant el turisme fins als últims mesos de l'any. En xifres absolutes, el nombre de viatgers rebuts a Eivissa se situaria entre els 180 mil i els 200 mil.

Cal destacar que diferents premisses recollides en el model estan en funció d'aconseguir que l'illa (en aquest cas a escala de municipi no seria suficient per complir amb els objectius turístics) se situï en els paràmetres de seguretat recomanats per la UE i, una vegada assolit aquest punt, aconseguir transmetre-ho als mercats, especialment als estrangers, garantint també que les entrades no suposin un retrocés en els nivells de seguretat sanitària.

Font: IBESTAT. Gràfic i estimacions: BRAINTRUST

03. CONTEXT GENERAL DEL MERCAT

TENDÈNCIES EN TURISME

El futur ja és present i la pandèmia ha accelerat la digitalització i l'arribada de nous models turístics. Aquests canvis afectaran tant la manera en què ens inspirem i planifiquem els viatges, a la manera en què els reservem i la manera en què els guardim i compartim. Dins el conjunt de tendències rellevants, a continuació es mostren algunes claus:



ÍNDEX

1. Desenvolupament del pla: participació i preparació
2. Objectiu general
3. Context general del mercat turístic
4. **DIAGNÒSTIC: AS IS** (Situació actual del model turístic de la ciutat d'Eivissa)
 - a) Intern
 - b) Extern
 - c) Visió global
5. **Pla Estratègic 2021-2023: TO-BE**
 - a) Visió, dimensions i objectius del pla
 - b) Estratègia Base
 - c) Línies d'acció
6. Guia d'execució
7. Resum executiu
8. Agraïments



04. DIAGNÒSTIC: AS-IS INTERN

Entrevistes amb tots els col·lectius d'interés

Com a part del procés de preparació del pla estratègic de l'Ajuntament d'Eivissa, **es van convocar tots els col·lectius de la ciutat per mantenir una entrevista en línia**, amb el següent contingut:

1. Visió del model turístic preCOVID i postCOVID d'Eivissa.
2. Actual i futura relació entre les administracions públiques i entitats privades.
3. A quin tipus de model turístic ens agradaria anar? Com influiria aquest nou model en el nostre sector? I en altres sectors/empreses turístiques del lloc?
4. Què pot fer la ciutat d'Eivissa per millorar el seu posicionament?
5. Altres idees, comentaris i suggeriments per reactivar el turisme en general i el teu sector en particular.

Per completar la informació es va facilitar un formulari final a cadascun dels participants que formarà part de la biblioteca de recursos del pla.

Els **col·lectius entrevistats** a través dels seus representants són:

- | | |
|-------------------------------|---|
| 1. Alcaldia i equip de govern | 10. Transports |
| 2. Federació hotelera | 11. Sector nàutic |
| 3. Foment de Turisme | 12. Sindicats i entitats socials |
| 4. Cultura i Patrimoni | 13. Associacions de veïns |
| 5. Entitats empresarials | 14. MICE |
| 6. Turisme esportiu | 15. Agències de viatges |
| 7. Turisme actiu | 16. Experts |
| 8. Comerç i restauració | 17. Representants dels partits polítics |
| 9. Oci i músics | 18. Consell i Govern balear |

18
Reunions amb col·lectius de la
ciutat

50
Representants dels col·lectius
entrevistats

+ 200
Idees, comentaris i suggeriments

04. DIAGNÒSTIC: AS-IS

INTERN



CONCLUSIONS

- L'oci, el luxe i la modernitat amb què es reconeix a Eivissa ha de ser complementat amb altres atributs com naturalesa, gastronomia, patrimoni i cultura.
- Desestacionalitzar el turisme, obrint a altres mercats emissors i inclús recuperant tipus de turisme perduts com el familiar o el LGTBI. La ciutat d'Eivissa té moltes possibilitats per créixer fora de temporada d'estiu.
- Recuperar l'essència eivissenca que tant caracteritza la ciutat i els seus habitants.
- Millorar la comunicació i promoció tenint en compte a qui volem anar i amb quin tipus de productes.
- Ajudar i formar els professionals base del sector.
- Millorar la mobilitat i connectivitat de la pròpia ciutat aportant al turista alternatives per poder portar a terme la seua visita a tots els punts d'interès.
- Revalorar llocs estratègics i d'interès turístic.
- Crear experiències que generin record en els turistes.
- Potenciar altres sectors com el MICE.
- Crear ofertes motivadores on es complementin diferents activitats.
- Per convertir-se en una ciutat sostenible és necessari assegurar-se que la qualitat dels ecosistemes sigui adequada.

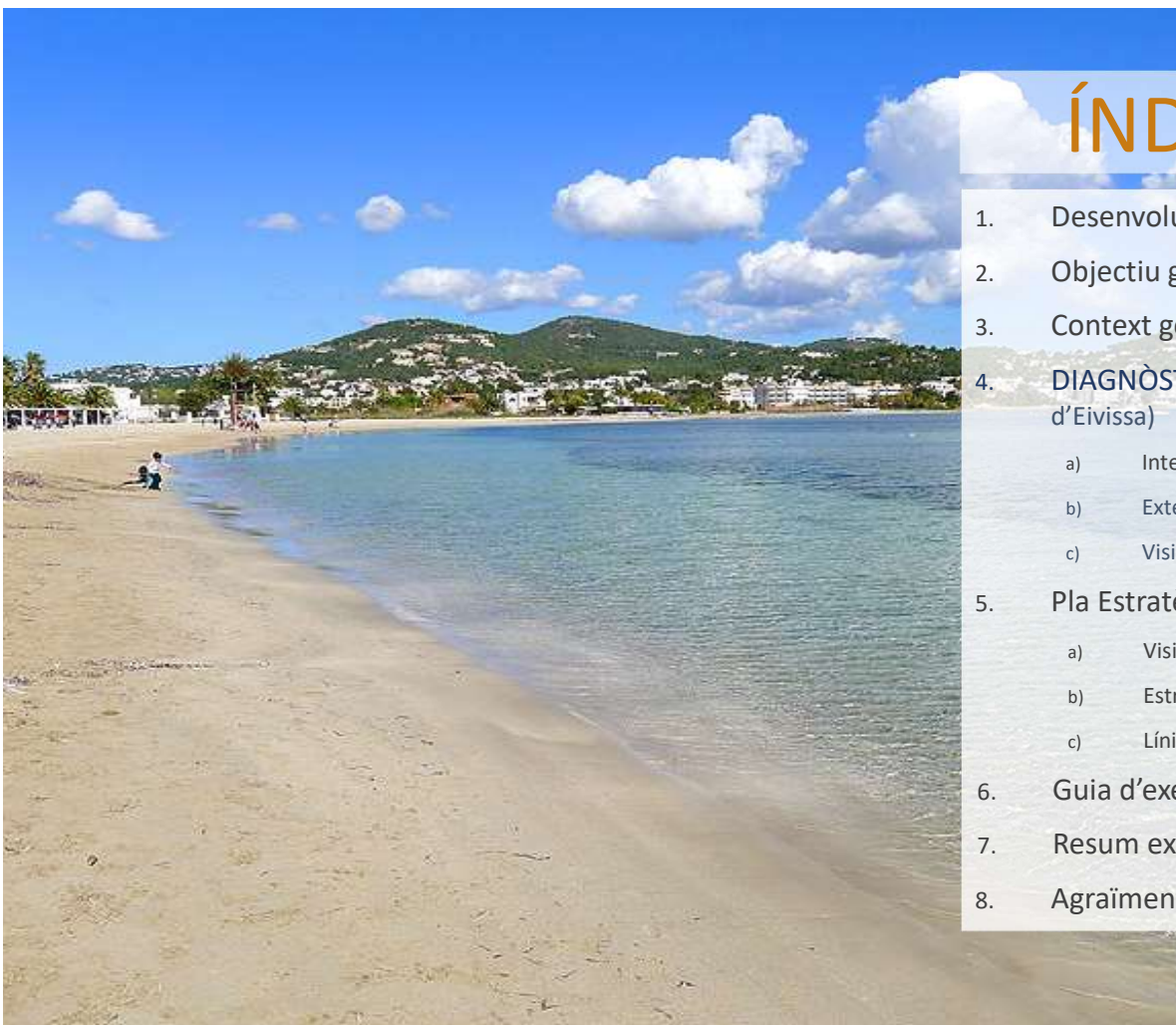
Les persones que han participat i han respost al formulari final postentrevista han valorat la iniciativa de la taula de turisme amb un:

9,6

Mostrant-se totalment satisfets i insistint en la idea i la necessitat de reforçar el sector i actuar en àrees de millorar l'economia local i la vida dels habitants.

ÍNDEX

1. Desenvolupament del pla: participació i preparació
2. Objectiu general
3. Context general del mercat turístic
4. **DIAGNÒSTIC: AS IS** (Situació actual del model turístic de la ciutat d'Eivissa)
 - a) Intern
 - b) Extern
 - c) Visió global
5. **Pla Estratègic 2021-2023: TO-BE**
 - a) Visió, dimensions i objectius del pla
 - b) Estratègia Base
 - c) Línies d'acció
6. Guia d'execució
7. Resum executiu
8. Agraïments



04. DIAGNÒSTIC: AS-IS DIAGNÒSTIC EXTERN

Anàlisi de documentació

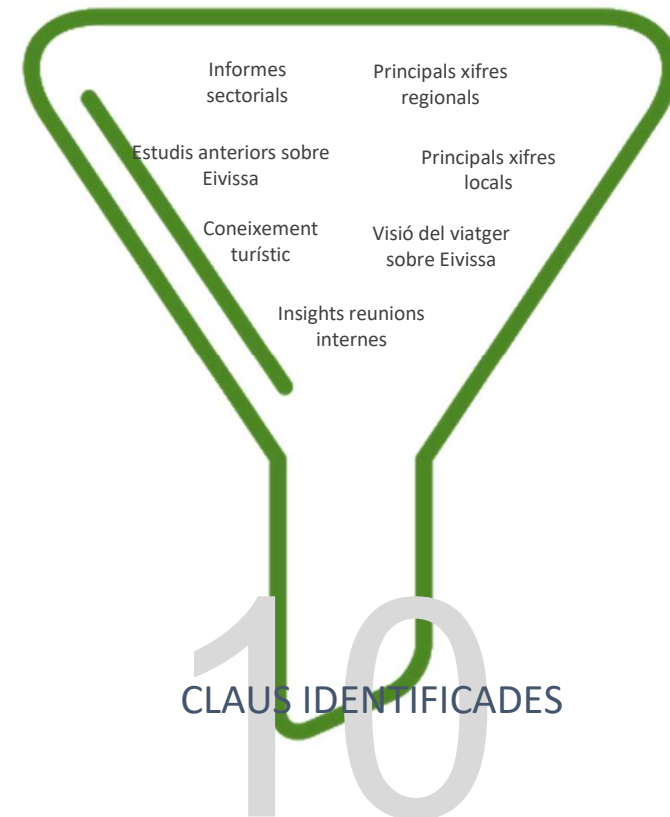
A més del diagnòstic realitzat per tots els agents implicats en l'activitat turística d'Eivissa, s'afegeix a continuació una perspectiva externa.

Des del punt de vista de mercat, barrejant el que és estratègic i i el que és tàctic i tenint en compte les necessitats existents tant a curt com a llarg termini, s'han identificat 10 aspectes clau en la situació actual del turisme en la ciutat.

Per evitar convertir les estratègies proposades al llarg del pla en quelcom conjuntural realitzat ad-hoc per pal·liar les conseqüències de la pandèmia, s'ha intentat dotar al diagnòstic d'una visió més àmplia, amb fets i oportunitats que majoritàriament ja existien abans de l'inici de la crisi. Tot plegat permetrà a Eivissa marcar el seu full de ruta amb total independència i mirant cap al futur, si bé el pla podrà ser flexible i adaptar-se a la situació econòmica, social, etc... de cada moment.

Les principals fonts utilitzades per efectuar el diagnòstic extern han estat:

- Dades procedents de l'Institut Nacional d'Estadística (INE).
- Dades procedents de l'Institut d'estadística de les Illes Balears (IBESTAT).
- Principals webs oficials turístiques d'Eivissa (Ajuntament, Consell, Turisme d'Eivissa...).
- Document "Pla Reinicia 2021 Consell Eivissa".
- "Informe de Sostenibilitat d'Eivissa 2019" de Ibiza Preservation.
- "Estudi de posicionament d'Espanya com a destinació turística" de Turespaña.
- Altres fonts: "Informe sobre Estratègies de Reactivació Turístiques de GCPHE", Baròmetre Turístic Braintrust 2020.
- El Turisme en dades (Conselleria de model econòmic, Turisme i Treball).
- Pacte de reactivació Illes Balears.



10 ASPECTES CLAU IDENTIFICATS

1. Posicionament de la ciutat d'Eivissa.
2. Coneixement del Patrimoni turisticocultural de la ciutat.
3. Percepció i reflexions dels visitants.
4. La massificació.
5. Nivells de satisfacció i recomanació de visita a la ciutat d'Eivissa.
6. Pes del *business travel* i penetració del segment MICE.
7. Protagonisme del turisme actiu i esportiu en la proposta de valor.
8. Segmentació i personalització de l'oferta.
9. Definició d'una estratègia de fidelització del viatger.
10. Dependència del model econòmic i de l'atur en un turisme massiu, concentrat i estacionalitzat.

04. DIAGNÒSTIC: AS-IS

VISIÓ GLOBAL



DEBILITATS

- Turisme massiu amb poc ordenament, impactant en la vida del resident.
- Ventall de serveis desalineant amb l'alta demanda turística (seguretat, neteja, depuradores, etc).
- Alt impacte del turisme en la qualitat i recursos mediambientals
- Infraestructures, accessibilitat i senyalística turística de la ciutat
- Escassa digitalització de l'ecosistema turístic
- Gestió millorable de les dades al servei de la millora contínua
- Pocs recursos a l'àrea de turisme de l'Ajuntament, tractant-se d'un sector clau per a l'economia

- Potència de marca Eivissa, coneguda arreu del món
- Ciutat única amb grans i nombrosos atractius turístics per a tots els públics
- Essència eivissenca, un producte únic en el món
- Entorn natural, històric i cultural inigualable i imbatible
- Clima, espais oberts i hospitalitat, tres atributs clau postpandèmia
- Pertinença al Grup Ciutats Patrimoni de la Humanitat i la UNESCO
- Proximitat de la ciutat a mercats emissors madurs
- Equip de turisme molt professional, escàs per a la necessitat
- Identificació de necessitat de canvi en aquest moment d'aturada
- Pla Reinicia del Consell d'Eivissa.
- Pla Estratègic de Turisme Ciutat d'Eivissa en marxa

FORTALESES

AMENACES

- La marca Eivissa (illa) fagocita la marca Eivissa (ciutat)
- Posicionament de marca molt centrat en l'oci i el luxe
- Estacionalització de l'activitat turística
- Concentració del públic objectiu en pocs mercats
- Ferotge competència d'altres destinacions nacionals i internacionals
- Escassa fidelització del viatger
- Professionalització del sector
- Experiència del viatger amb gran recorregut de millora
- La massificació estarà penalitzada en un món post COVID
- Emergeix un nou viatger amb objectius diferents dels tradicionals
- Alta dependència de l'economia a un sector sensible als canvis

- Previsible rebot de l'activitat turística postvacunació de grup
- Oportunitat única per canviar el model turístic de la ciutat
- Conjuntura excepcional per liderar un model turístic basat en la sostenibilitat amb orientació als ODS's
- Involucració i col·laboració de tots els col·lectius en la seua implantació
- Moment òptim per identificar i definir al nou públic objectiu
- Ampliació i personalització de la proposta de valor
- Estratègia de comunicació alineada amb el nou Pla
- Disseny, definició i mesurament de l'Experiència del Viatger
- Construcció d'un Parador que ajudi en el posicionament cultural
- Pertinença de retornar els beneficis del turisme a la societat local
- Col·laboració públicopúblic i públicoprivada
- Pacte per a la reactivació Illes Balears

OPORTUNITATS

ÍNDEX

1. Desenvolupament del pla: participació i preparació
2. Objectiu general
3. Context general del mercat turístic
4. **DIAGNÒSTIC: AS IS** (Situació actual del model turístic de la ciutat d'Eivissa)
 - a) Intern
 - b) Extern
 - c) Visió global
5. **PLA ESTRATÈGIC 2021-2023: TO-BE**
 - a) Visió, dimensions i objectius del pla
 - b) Estratègia Base
 - c) Línies d'acció
6. Guia d'execució
7. Resum executiu
8. Agraïments



05. PLA ESTRATÈGIC 2021-2023: TO-BE
ELEMENTS AMB ELS QUALS COMPTA LA CIUTAT PER AL SEU
DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC



CLIMA



HOSPITALITAT



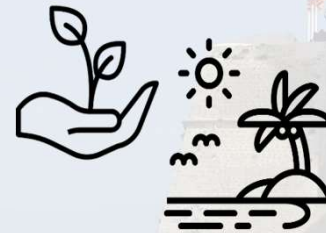
CULTURA I
PATRIMONI



OCI



TRADICIÓ, IDENTITAT,
AUTENTICITAT



NATURALESIA I
BIODIVERSITAT



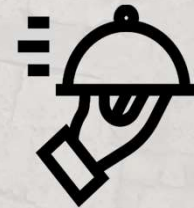
INCLUSIVITAT: TURISME PER A
TOTS I TOTES



TURISME ACTIU



TECNOLOGIA



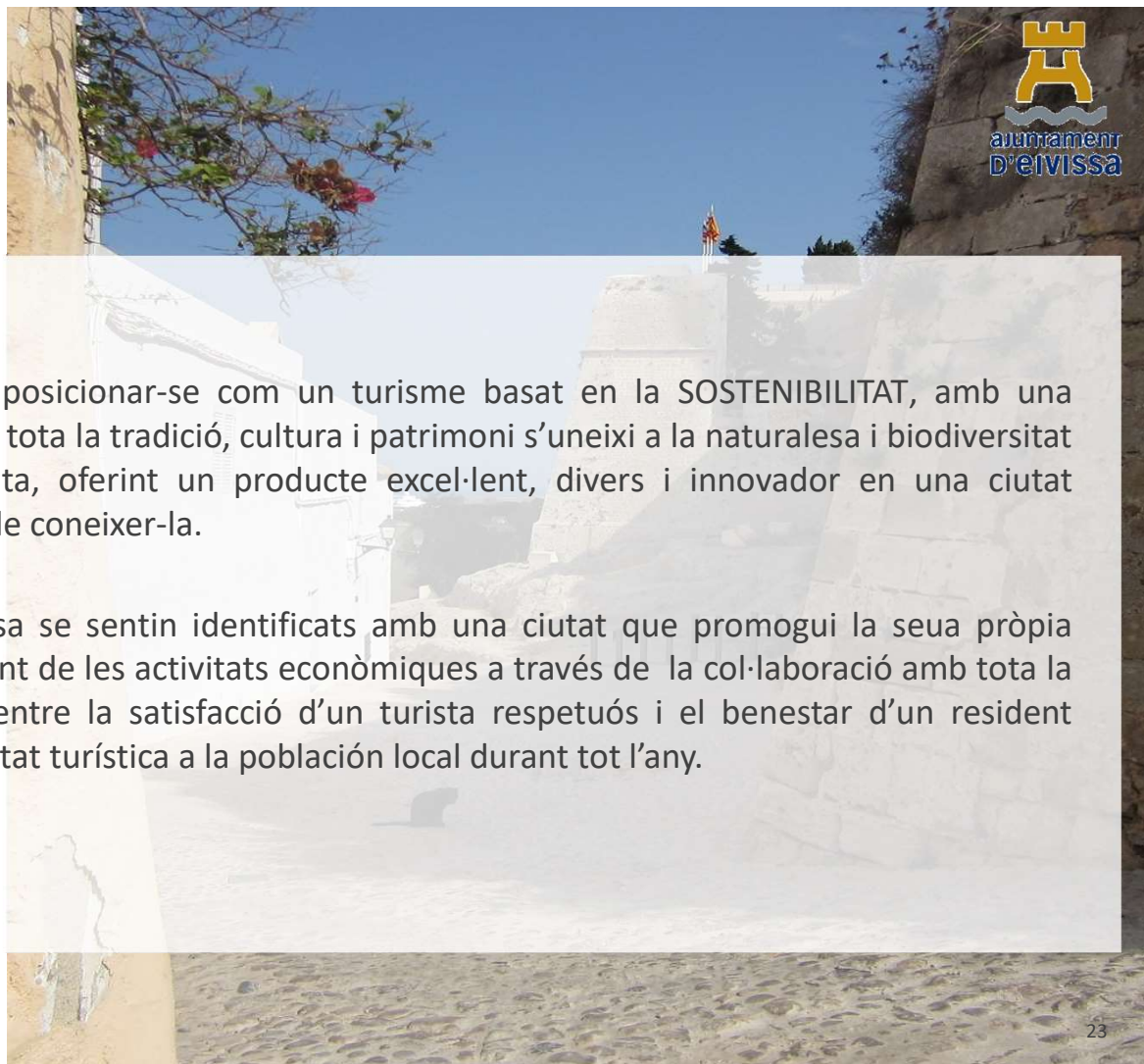
GASTRONOMIA



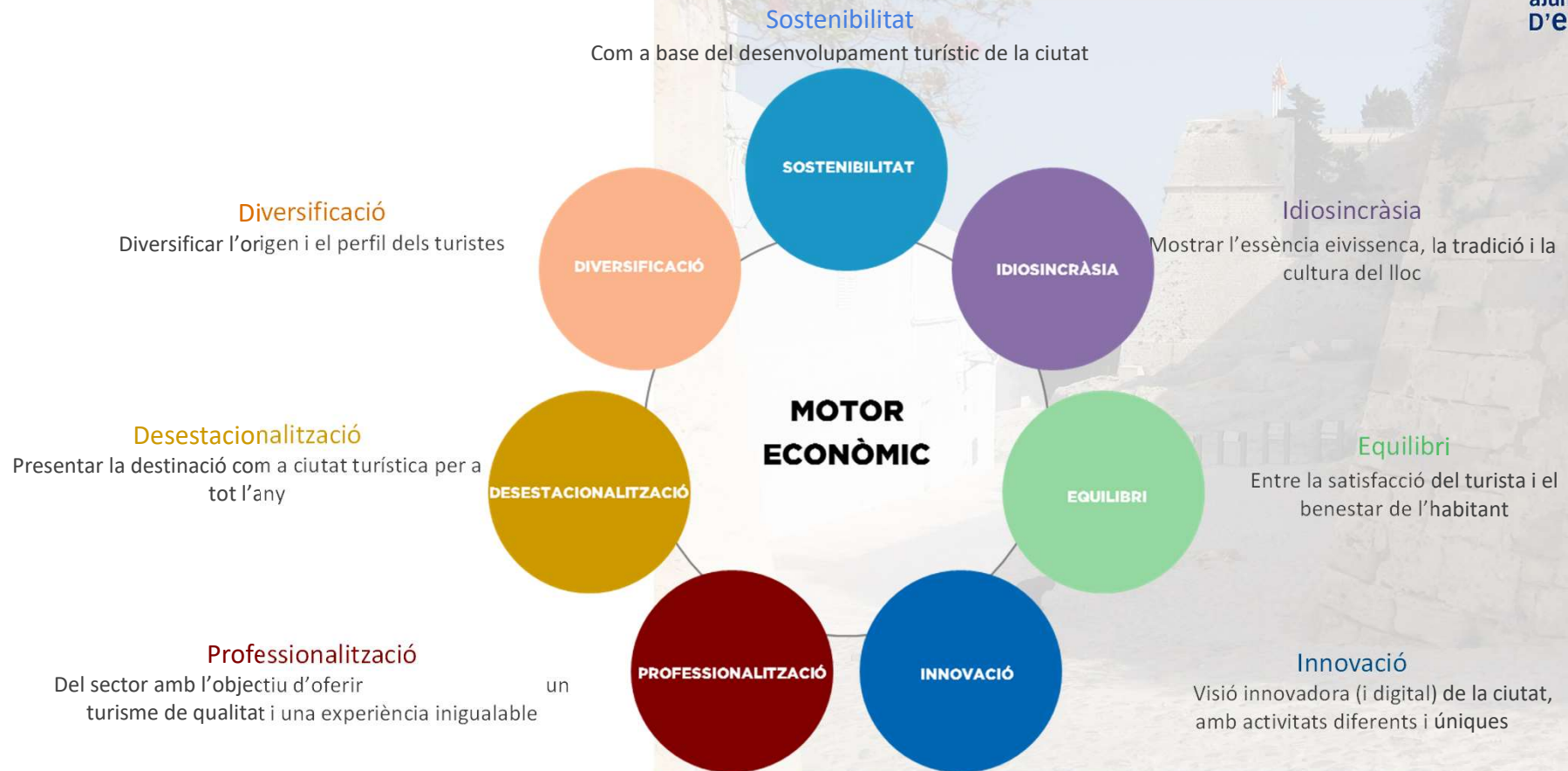
VISIÓ DEL PLA ESTRATÈGIC

El turisme de la ciutat d'Eivissa ha de posicionar-se com un turisme basat en la SOSTENIBILITAT, amb una IDENTITAT i PERSONALITAT pròpia, en què tota la tradició, cultura i patrimoni s'uneixi a la naturalesa i biodiversitat del magnífic entorn natural que l'envolta, oferint un producte excel·lent, divers i innovador en una ciutat acollidora que proposi una nova manera de conèixer-la.

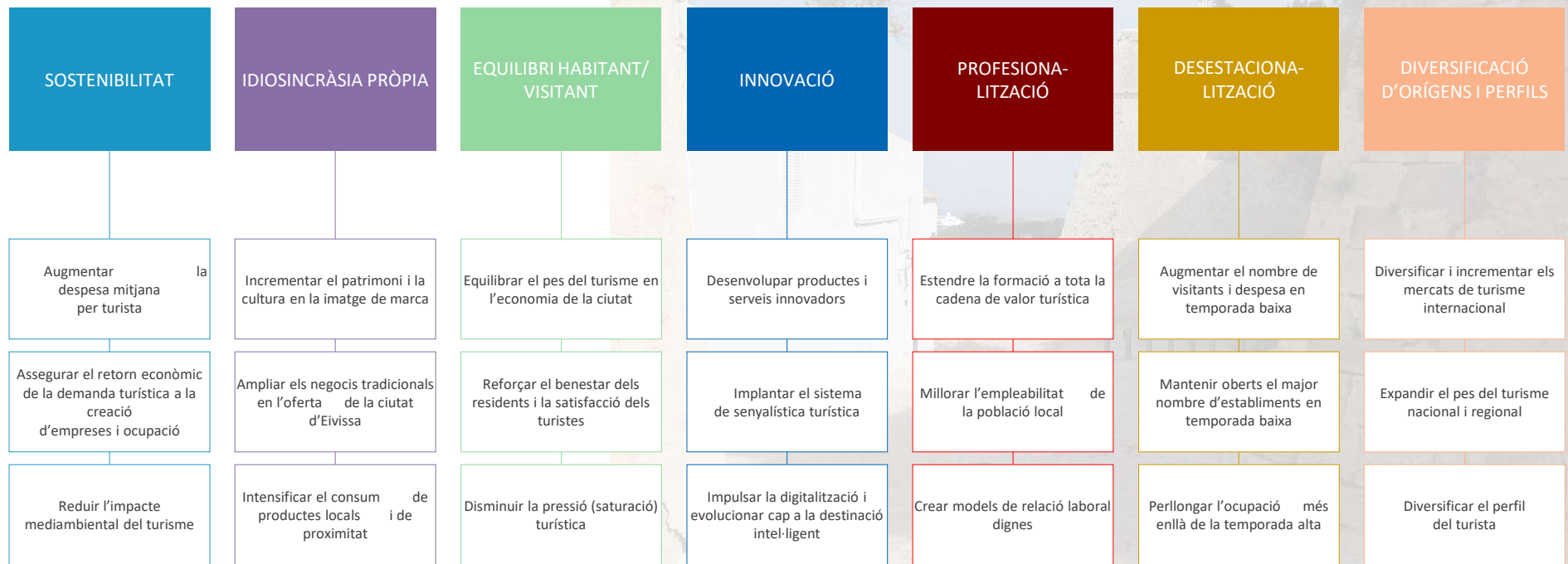
Un turisme en què els habitants d'Eivissa se sentin identificats amb una ciutat que promogui la seua pròpia essència i que potenciï el desenvolupament de les activitats econòmiques a través de la col·laboració amb tota la societat, perseguint un òptim equilibri entre la satisfacció d'un turista respectuós i el benestar d'un resident hospitalari, assegurant el retorn de l'activitat turística a la població local durant tot l'any.



05. PLA ESTRATÈGIC 2021-2023: TO-BE
DIMENSIONS DEL PLA



05. PLA ESTRATÈGIC 2021-2023: TO-BE
OBJETIUS DEL PLA

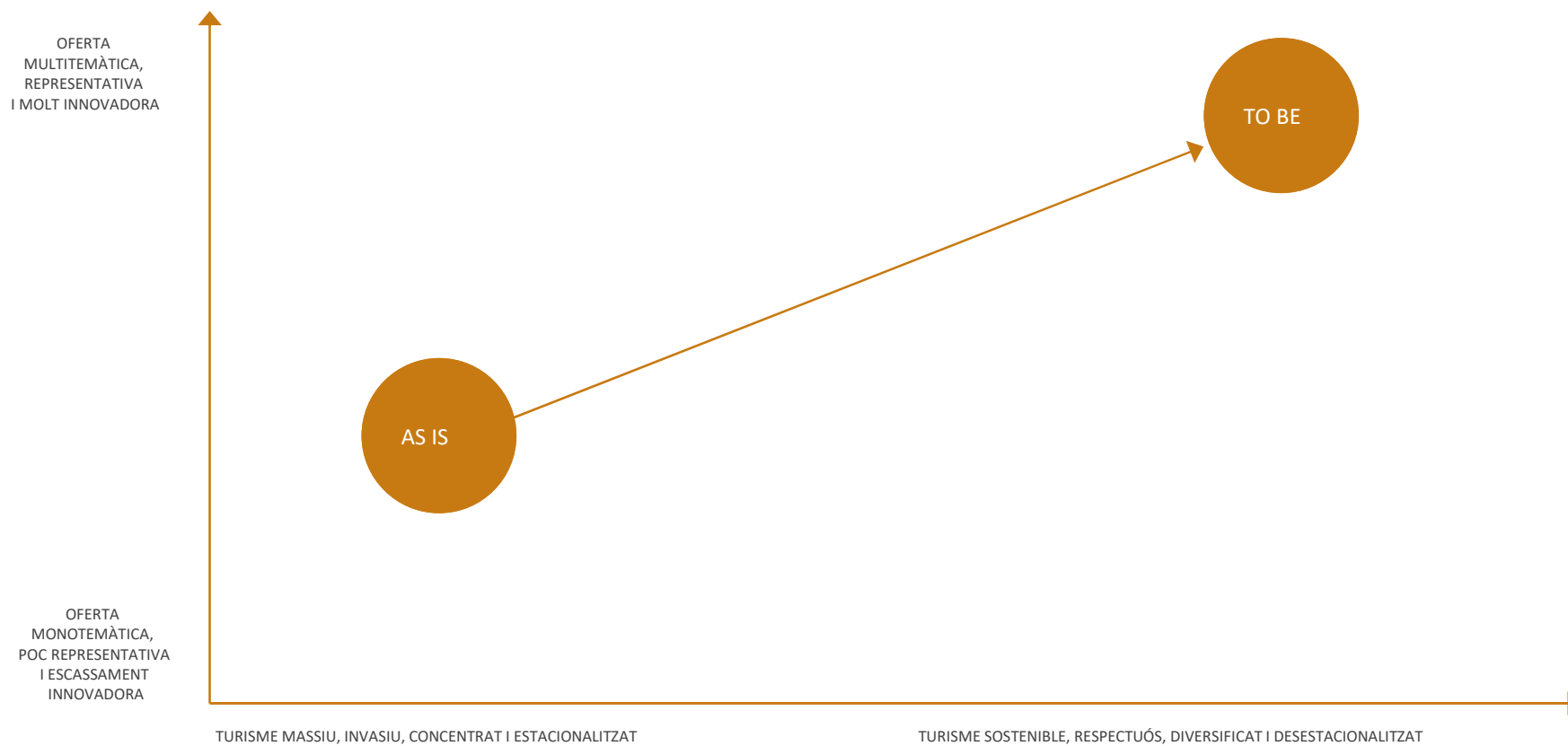


ÍNDEX

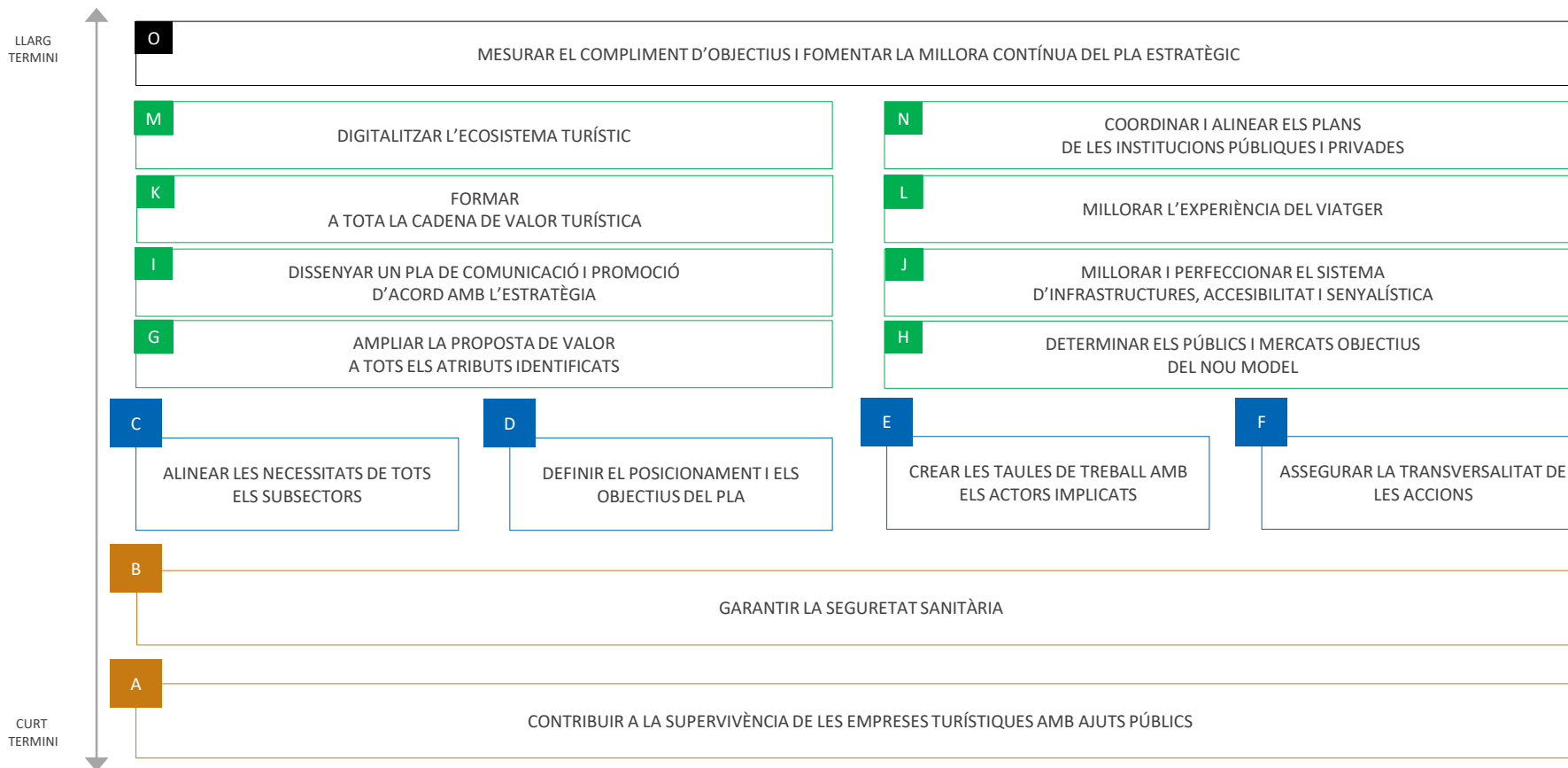
1. Desenvolupament del pla: participació i preparació
2. Objectiu general
3. Context general del mercat turístic
4. **DIAGNÒSTIC: AS IS** (Situació actual del model turístic de la ciutat d'Eivissa)
 - a) Intern
 - b) Extern
 - c) Visió global
5. **PLA ESTRATÈGIC 2021-2023: TO-BE**
 - a) Visió, dimensions i objectius del pla
 - b) Estratègia Base
 - c) Línies d'acció
6. Guia d'execució
7. Resum executiu
8. Agraïments



05. PLA ESTRATÈGIC 2021-2023: TO-BE
ESTRATÈGIA BASE: MARC ESTRATÈGIC



ESTRATÈGIA BASE: VISIÓ GLOBAL DE LES PALANQUES



ÍNDEX

1. Desenvolupament del pla: participació i preparació
2. Objectiu general
3. Context general del mercat turístic
4. **DIAGNÒSTIC: AS IS** (Situació actual del model turístic de la ciutat d'Eivissa)
 - a) Intern
 - b) Extern
 - c) Visió global
5. **PLA ESTRATÈGIC 2021-2023: TO-BE**
 - a) Visió, dimensions i objectius del pla
 - b) Estratègia Base
 - c) Línies d'acció
6. Guia d'execució
7. Resum executiu
8. Agraïments



05. PLA ESTRATÈGIC 2019-2021: TO-BE
OBJECTIUS ESTRATÈGICS



ÍNDEX

1. Desenvolupament del pla: participació i preparació
2. Objectiu general
3. Context general del mercat turístic
4. Diagnòstic: AS IS (Situació actual del model turístic de la ciutat d'Eivissa)
 - a) Intern
 - b) Extern
 - c) Visió global
5. Pla estratègic 2021-2023: to-be
 - a) Visió, dimensions i objectius del pla
 - b) Estratègia Base
 - c) Línies d'acció
6. **GUIA D'EXECUCIÓ**
7. Resum executiu
8. Agraïments



06. GUIA D'EXECUCIÓ TAULES DE TREBALL

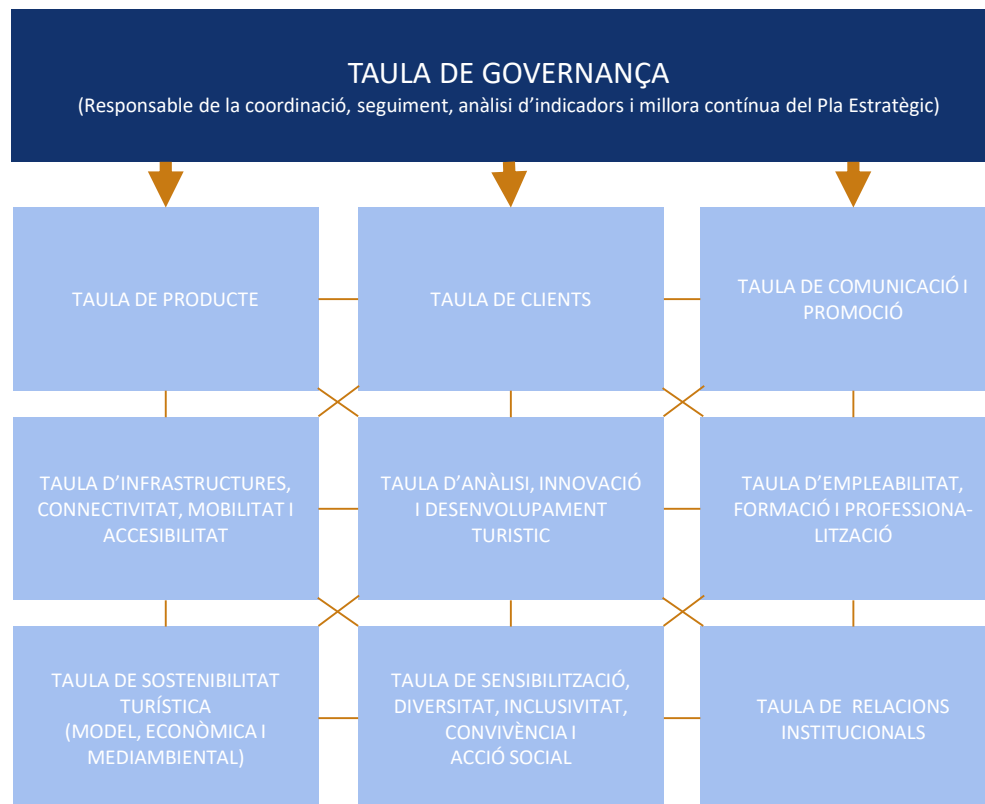
L'EXECUCIÓ DEL PLA ES PORTARÀ A TERME A TRAVÉS DE LES TAULES DE TREBALL DEFINIDES A CONTINUACIÓ

OBJECTIUS DE LES TAULES:

- Definir el pla d'acció per cadascuna de les línies de l'estratègia del pla, tenint en compte les diferents dimensions i atributs que caracteritzen la ciutat d'Eivissa.
- Establir el model, la proposta de valor i la millor manera de comunicar-la.
- Seguiment dels principals indicadors i coordinació conjunta per a la millora contínua del model turístic de la ciutat.

PARTICIPANTS: col·lectius públics i privats participants en les entrevistes del desenvolupament del pla, així com qualsevol altra persona que es determini des de l'Ajuntament d'Eivissa.

CALENDARI: s'establiran reunions periòdiques de treball per cadascuna de les taules amb objectius a curt, mitjà i llarg termini, així com resultats esperats de cadascuna d'aquestes, totes sota la supervisió de la taula de governança.



PROPOSTA D'EXECUCIÓ INICIAL

Amb l'Objectiu de desenvolupar les accions a curt termini s'estableix un model de treball mixt, el treball a desenvolupar per cadascuna correspon a les línies definides a curt termini per a cada mix de taules en el document general.

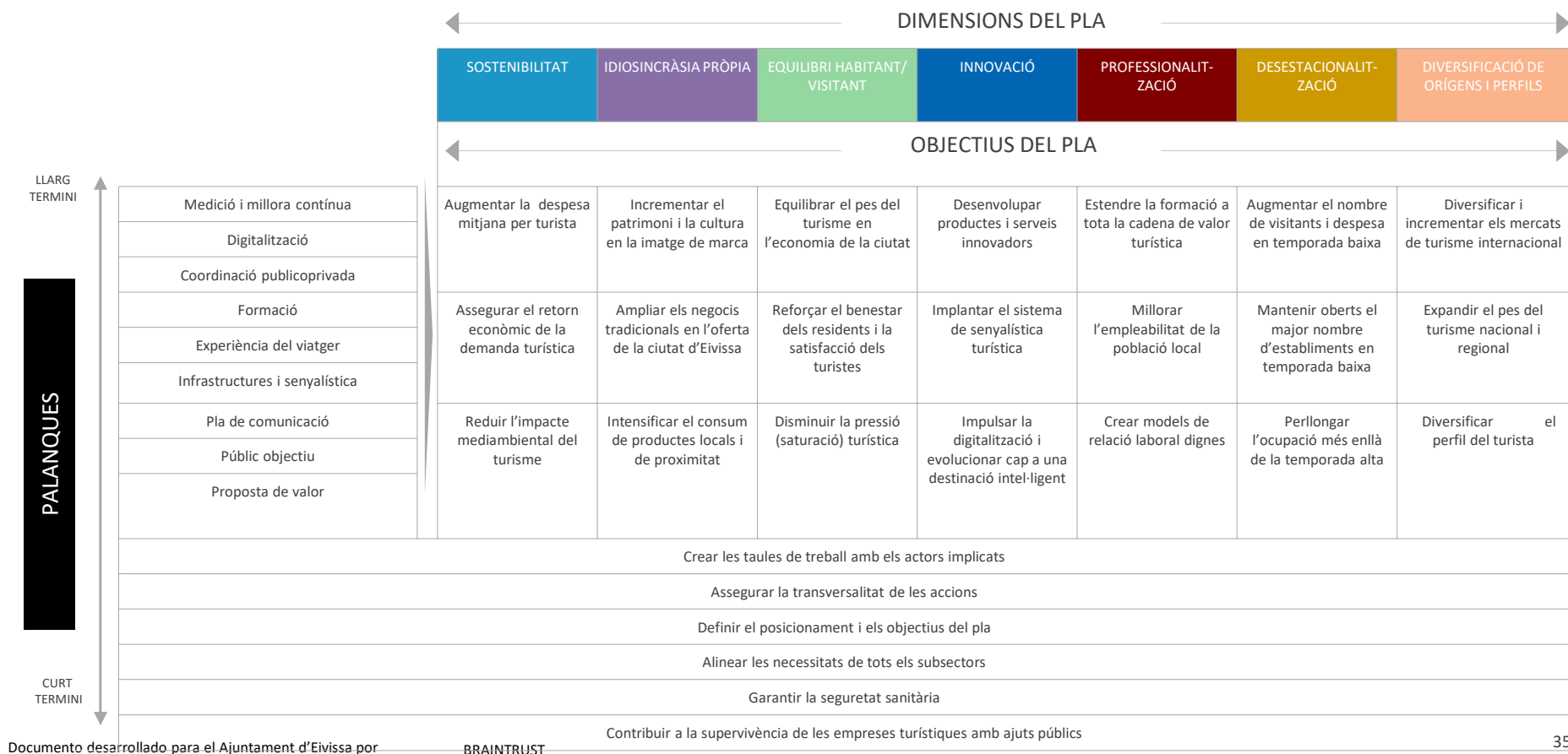
Queda, per tant, la definició inicial de les taules de la següent manera:



ÍNDEX

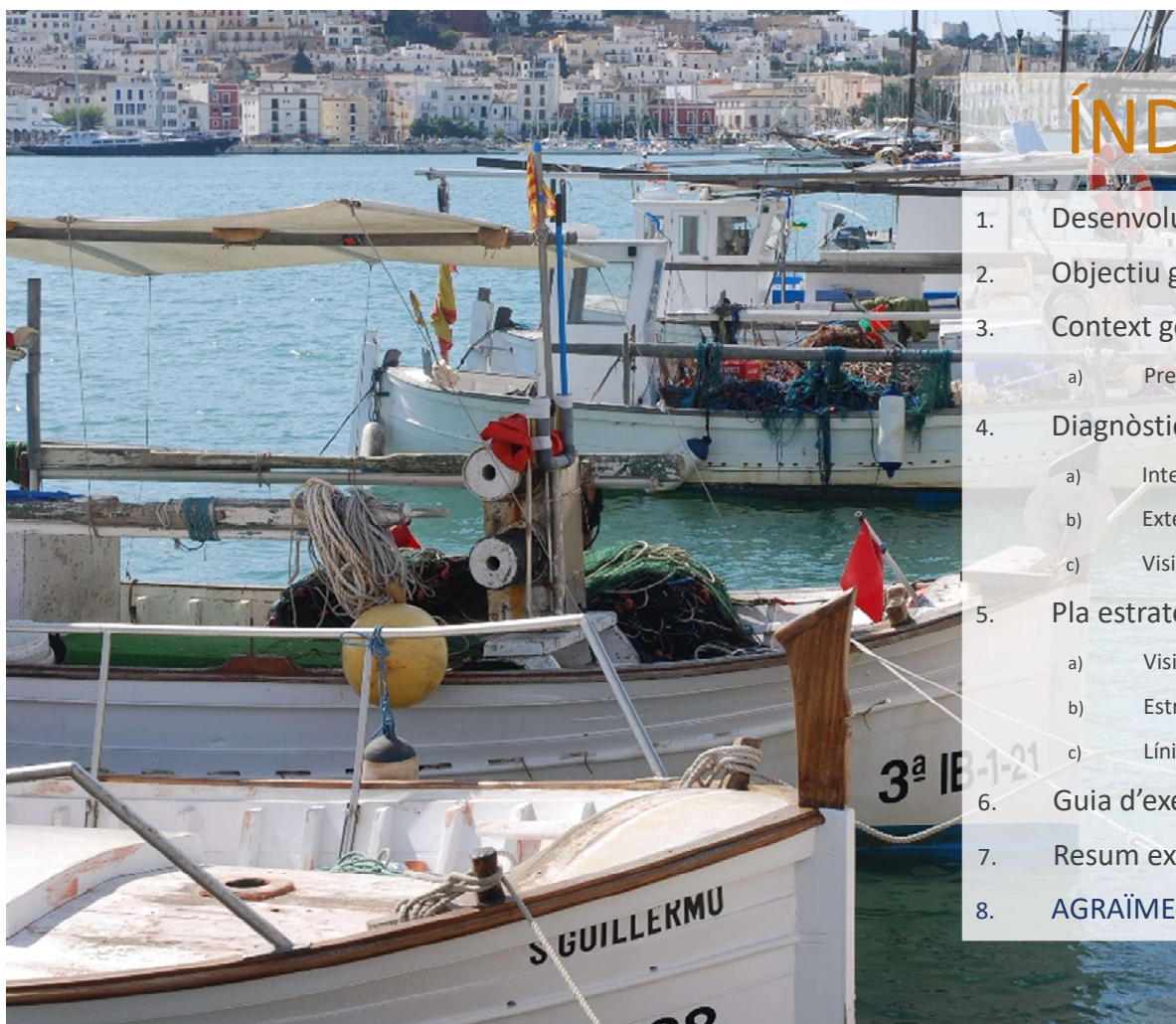
1. Desenvolupament del pla: participació i preparació
2. Objectiu general
3. Context general del mercat turístic
4. Diagnòstic: AS IS (Situació actual del model turístic de la ciutat d'Eivissa)
 - a) Intern
 - b) Extern
 - c) Visió global
5. Pla estratègic 2021-2023: to-be
 - a) Visió, dimensions i objectius del pla
 - b) Estratègia Base
 - c) Línies d'acció
6. Guia d'execució
7. RESUM EXECUTIU
8. Agraïments

07. RESUM EXECUTIU VISIÓ GLOBAL DEL PLA



ÍNDEX

1. Desenvolupament del pla: participació i preparació
2. Objectiu general
3. Context general del mercat turístic
 - a) Previsions 2021 per al municipi d'Eivissa
4. Diagnòstic: AS IS (Situació actual del model turístic de la ciutat d'Eivissa)
 - a) Intern
 - b) Extern
 - c) Visió global
5. Pla estratègic 2021-2023: to-be
 - a) Visió, dimensions i objectius del pla
 - b) Estratègia Base
 - c) Línies d'acció
6. Guia d'execució
7. Resum executiu
8. AGRAÏMENTS



08. AGRAÏMENTS

NOMENAMENTS **Agraïm la col·laboració de:**

1-ABRE	24-DIPESA	47-LA PRODUCTORA
2-ABRE UNA VENTANA	25-DJ BOX	48-LUIS GALLIUSI
3-ACTIVA ROOMS	26-ESCOLA DE TURISME	49-MAJORAL
4-AD IBIZA HALF TRIATLÓN	27-EVENTOS MUSAICALES	50-MARINA IBIZA
5-AENA	28-ECOVIS-FISCALGES	51-MAKING OFF
6-AMICS DE LA TERRA	29-FECOEV	52-NM EVENTS
7-ANFIBIOS	30-FEDERACIÓ INSULAR TAXIS	53-OCIO NOCTURNO
8-APEAM	31-FOMENTO DEL TURISMO DE IBIZA Y FORMENTERA	54-PARTIDO POPULAR
9-ASSOCIACIÓ COMERCIANTS EL PUERTO	32-GRUPO PLAYA SOL	55-PARTIDO SOCIALISTA
10-ASSOCIACIÓ MUSICS EIVISSA	33-HOTEL ARGOS	56-PATRONAT D'ESPORTS
11-ASSOCIACIÓ VEINS CAN MISSES	34-HOTEL ROYAL PLAZA	57-PEIX NOSTRUM
12-ASSOCIACIÓ VEINS LA MARINA	35-HOTEL SES FIGUERES	58-PIMEEF
13-ASSOCIACIÓ VEINS LOS MOLINOS	36-HOTEL TORRE DEL MAR	59-PODEMOS EIVISSA
14-ASSOCIACIÓ VEINS SA CAPELLETA	37-IBIZA BLUE CHALLENGE	60-PRODUCCIONS T'EIVISSA
15-ASSOCIACIÓ VEINS SAN PABLO	38-IBIZA CONVENTION BUREAU	61-REGIDORA TURISME 2015-2019
16-ASSOCIACIÓ VEINS TALAMANCA, ILLA PLANA I SES FEIXES	39-IBIZA EXPERIENCE	62-SCUBA IBIZA
17-AUTORITAT PORTUARIA DE LES ILLES BALEARNS	40-IBIZA GRAN HOTEL	63-SOUND MACHINE AGENCY
18-BALEARIA	41-IBIZA PRESERVATION FOUND	64-TALENTUM GROUP
19-CASITA VERDE	42-IBIZA SOSTENIBLE	65-TEATRE IBIZA
20-CIUDADANOS	43-INCENTIVOS IBIZA	66-TRIDEPORTE
21-COMISIONES OBRERAS	44-IMS	67-UGT
22-CONSELL D'EIVISSA	45-INSTITUT ESTUDIS EIVISSENCES	68-UNIVERSITAT ILLES BALEARNS
23-DIRECCIÓ GENERAL DE TURISME DE LA CAIB	46-KAYAK IBIZA BIZAA TOTES LES PERSONES QUE HAN APORTAT IDEES I SUGGERIMENTS

La creació del **pla estratègic** ha estat desenvolupada a través d'un **model col·laboratiu** en què han estat **representats activament tots els sectors** que de manera directa o indirecta tenen influència en el turisme.

Així mateix s'ha comptat amb **diferents experts** de distintes àrees, amb l'objectiu de desenvolupar **un pla el més ampli possible** en el qual **tothom se senti identificat** i que marqui un **treball conjunt** durant els **pròxims anys** en un **sector tan important** com el **turisme per a la ciutat d'Eivissa**.



PLA ESTRATÈGIC DE TURISME CIUTAT D'EIVISSA



Data: FEBRER 2021

Versió: 01

Revisió: 00

Document desenvolupat per a l'Ajuntament d'Eivissa per

BRAINTRUST
La fuerza de crear
DIVISIÓ DE OCIO Y TURISMO