

Presentació Pla d'oci nocturn de Calafell

ANÀLISI I DIAGNOSI
&
PLANTEJAMENT ESTRATÈGIC

Maig 2022



Anàlisi i Diagnosi: conclusions

L'oci nocturn a Calafell en l'actualitat **ha deixat de ser un oci hegemònic** per a ser un oci més d'entre els que es poden consumir, fet que ha comportat una **pèrdua constant de demanda als darrers 20 anys**.

L'alcohol es ven, però no ven. Canvi d'hàbits de la població (potencial demanda) en el seu consum d'oci i on la tecnologia ha jugat un paper disruptiu, no solament es consumeix més oci tecnològic sinó que aquell que no és digital ha de ser saludable, experiencial i de novetat

Una major alternativa d'altres tipus d'oci al mercat que ha estat potenciada, en el cas de Calafell, per una **oferta d'oci nocturn poc atractiva**.

La **COVID ha accelerat un canvi** que ja s'estava gestant, en una situació actual de tancament com a oci nocturn

L'oci nocturn, no solament a Calafell sinó arreu de l'Estat, es troba en un moment **volàtil i molt incert**, situació que no convida a fer gaires inversions i de plantejar-se molt seriosament el futur.

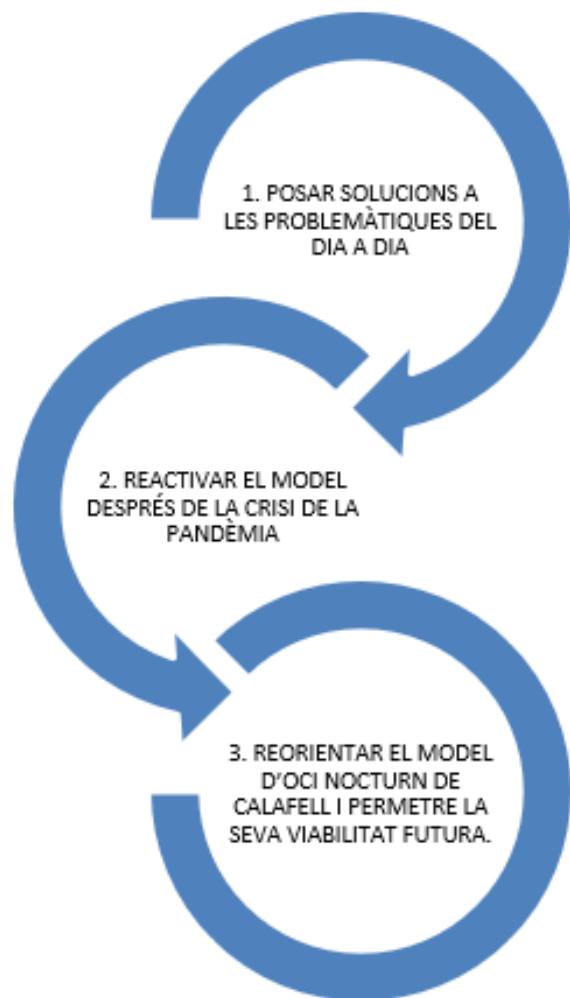
Plantejament Estratègic

4 ESCENARIS POTENCIALS

- 1 De “trencament” i replantejament d’un nou model d’activitat econòmica:** progressiva eliminació de l’oci nocturn com a tal (sobretot al carrer Monturiol) i substitució de l’activitat i usos del carrer.
- 2 De reconversió total de l’oci nocturn:** canvi de model i replantejament de l’actual model d’oci (adaptació a les tendències i demanda).
- 3 D’actualització de l’oferta actual, mantenint el model:** accions de millores i “actualitzacions” de l’oferta actual.
- 4 Mix dels 3 anteriors:** d’actualització i reconversió, amb cert trencament.

Plantejament Estratègic

PLA D'ACCIONS: OBJECTIUS + ESPAI TEMPORAL



Accions a CURT TERMINI

- Orientades a posar solucions a les problemàtiques del dia a dia:
 - a. Immediates o de control d'activitat
 - b. Mesures de dissuasió
 - c. Disciplinàries
 - d. Reguladores

Accions a MIG TERMINI

- Enfocades a reactivar el model després de la crisi de la pandèmia
 - a. D'incentius a l'oferta
 - b. De sensibilització i de formació

Accions a LLARG TERMINI

- Encaminades a reorientar el model d'oci nocturn de Calafell i permetre la seva viabilitat futura.
 - g. De creació d'experiències, rethinking i rebranding

Plantejament Estratègic

54 ACCIONS AGRUPADES EN 8 PROGRAMES

- P1 **Embelliment:** Millorar l'atractiu físic de l'entorn on es gaudeix de l'oci nocturn.
- P2 **Comunicació:** Millorar la comunicació entre els agents implicats de l'oci nocturn.
- P3 **LAB Oci:** Considerar la modernitat perpètua com a mecanisme d'atracció de la demanda d'oci.
- P4 **Sostenibilitat:** Integrar el concepte de sostenibilitat com a forma inalienable i irrenunciable de les estratègies de futur.
- P5 **Civisme i convivència:** Fomentar el respecte envers els demés utilitzant la pedagogia com a base de treball.
- P6 **Control i regulació:** Delimitar les afectacions de l'oci nocturn en base a regular i fer complir aquesta regulació.
- P7 **Cohesió de grup:** Aconseguir fer pinya entre els agents públics i privats que han de gestionar l'oci nocturn.
- P8 **Monitoreig:** Obtenir informació vàlida, fiable i quantificable de l'activitat d'oci nocturn per tal d'observar i avaluar les externalitats que genera.

Eina Pla
d'Accions Calafell



Plantejament Estratègic

P1

EMBELLIMENT

Objectiu

Millorar l'atractiu físic de l'entorn on es gaudeix de l'oci nocturn.

Descripció

Conjunt d'accions destinades a millorar l'experiència amb l'entorn en relació a l'embelliment d'aquest. Dos eixos de treball: l'espai públic i els locals d'oci.

Accions

1 – Neteja Via Públic

32 – Maquillatge

36 – Terrasses a peu de carrer

37 – Comerç i cultura en espais d'oci nocturn

Plantejament Estratègic

P2

COMUNICACIÓ

Objectiu

Millorar la comunicació entre els agents implicats de l'oci nocturn (Ajuntament, empreses i consumidors).

Descripció

Integrar tota la comunicació de l'oci nocturn sota un mateix canal de comunicació. Ha d'estar orientat tant als agents privats com els públics implicats, així com incloure els protocols de comunicació per a la demanda i la població local.

Accions

- 6 – Node de connexió públic/privat
- 20 – Atenció al veïnat
- 41 – Projecció de l'oci nocturn
- 42 – Sensibilització comunicativa
- 44 – Decàleg de professionalitat
- 45 – Canal WEB d'acció cap al ciutadà
- 46 – Formació en seguretat i violència sexual
- 50 – Campanya: Tardeo
- 51 – Un nou relat d'oci nocturn
- 53 – Campanya: Prescriptors

Plantejament Estratègic

P3

LAB Oci

Objectiu

Considerar la modernitat perpètua com a mecanisme d'atracció de la demanda d'oci.

Descripció

Crear el primer laboratori d'oci de la costa catalana que s'orienti a la ideació, creació i posada en pràctica de noves formes d'oci de Calafell com a base de les seves iniciatives amb l'objectiu de ser referent per a tota la costa catalana.

Accions

39 – Creació del pla d'accions del Tardeo

40 – Finançament

47 – Campanya: Què consumeixes?

48 – LABOci

49 – Reutilització d'espais d'oci nocturn

52 – Organització d'esdeveniments i accions coordinades

Pla operatiu

LAB OCI

La idea és que Calafell compti amb un repositori de propostes generadores d'atracció de la demanda que es puguin portar a terme per tal de projectar la idea de municipi amb “modernitat perpètua”



Servei tècnic a 3 nivells:

- Conceptualització o idear propostes
- Generar sinèrgies de col·laboració
- Desenvolupar el projecte de forma integral

- Creació d'experiències
- Generació de sinèrgies
- Posada en valor dels projectes
- Retorn social i econòmic
- Espai creatiu
- Capacitats reals

Plantejament Estratègic

P4

SOSTENIBILITAT

Objectiu

Integrar el concepte de sostenibilitat com a forma inalienable i irrenunciable de les estratègies de futur.

Descripció

La sostenibilitat en els seu concepte més ampli ja no és una opció a escollir, és un valor que ha d'impregnar-se a l'oci nocturn.

Accions

- 5 – Ajudes a l'aïllament d'habitatge
- 11 – Mobilitat sostenible
- 13 – Mobilitat reduïda
- 15 – Pla d'Actuació Acústica
- 16 – Taxes de contaminació ambiental
- 25 – Quin contamina paga
- 54 – Campanya MouteSostenible

Plantejament Estratègic

P5

CIVISME I CONVIVÈNCIA

Objectiu

Fomentar el respecte envers els demás, utilitzant la pedagogia com a base de treball.

Descripció

Conscienciar, educar i formar el conjunt de persones vinculades directa o indirectament a l'oci nocturn sobre la importància de la consciència entre oci, descans i treball. Orientació més pedagògica que sancionadora o reguladora.

Accions

- 3 – Llei Anti Botellón
- 12 – Brigada cívica nocturna
- 28 – Horari de convivència
- 31 – Evitar impactes pel soroll
- 33 – Convivència cívica
- 35 – Zona d'oci nocturn
- 43 – Grup d'acció comunicativa

Plantejament Estratègic

P6

CONTROL I REGULACIÓ

Objectiu

Delimitar les afectacions de l'oci nocturn en base a regular i fer complir aquesta regulació.

Descripció

Conjunt d'accions reguladores i de compliment de la legalitat. Cal que es respecti la llei a través de fer-la complir, amb recursos suficients per dotar a qui té la potestat de fer-ho.

Accions

- 4 – Control de terrasses
- 7 – Regulació horària
- 8 – Regulació d'usos d'activitat
- 14 – Zona residencial
- 17 – L'alcohol i el menor
- 18 – Última copa
- 19 – Vigilància policial
- 21 – Llicències al dia
- 22 – Garantir la penyora
- 23 – Limitar l'augment d'oferta
- 24 – Horari de convivència
- 26 – Pala de seguretat cívica d'oci nocturn
- 27 – Oferta sostenible i segura
- 29 – Pla urbà
- 30 – Ordenança anti-concentració

Plantejament Estratègic

P7

COHESIÓ DE GRUP

Objectiu

Aconseguir fer pinya entre els agents públics i privats que han de gestionar l'oci nocturn.

Descripció

Principalment es tracta de crear una comissió d'oci amb tots els agents implicats, que es nodreixi no solament dels principals implicats sinó també de l'entorn al qual afecta la seva activitat.

Accions

9 – Comissió de l'oci nocturn a Calafell

38 – Model futur d'oci nocturn

Plantejament Estratègic

P8

MONITOREIG

Objectiu

Oferir informació vàlida, fiable i quantificable de l'oci nocturn, per tal d'observar i avaluar les externalitats que genera.

Descripció

Cal abordar l'obtenció d'informació, per tal de tenir coneixement que acabi per aportar valor a la presa de decisions sobre les estratègies futures. És important orientar la consciència del Bigdata en el marc d'una Smart Destination.

Accions

10 – Inventari i freqüentació d'ús

Pla operatiu

Programa d'accions LAB OCI	
Codi 48	Títol LAB OCI
Funcionalitat De creació d'experiències i rebranding	Prioritat A llarg termini
Objectiu Generació d'atracció de la demanda	
Descripció	<p>La idea és que Calafell compti amb un repositori de propostes generadores d'atracció de la demanda que es puguin portar a terme per tal de projectar la idea de municipi amb "modernitat perpètua" (concepte que té per objecte estar en constant dinamisme a través de noves propostes disruptives d'oci de petit, mig o gran format).</p> <p>El LABOci ha de ser un servei tècnic, on el principal objectiu és l'assessorament a tres nivells:</p> <ol style="list-style-type: none">1) Conceptualitzar o idear propostes de captació de demanda a través de la dinamització d'una oferta alternativa i disruptiva. Ha de ser capaç de crear un repositori d'idees constants, d'àmbit no necessàriament local, però que allò que proposi transcendeixi al territori de qui en sigui beneficiari d'aquest assessorament. Aquestes propostes d'oci poden ser de petit, mig o gran format.2) Generar sinèrgies de col·laboració entre l'oferta d'oci, els espais públics del territori i terceres entitats per tal de fer possibles les idees proposades en el seu repositori.3) Desenvolupar el projecte de forma integral quan es dugui a terme una proposta, el qual ha d'incloure l'especificació de la proposta, les sinèrgies que donen sentit a la proposta, el finançament necessari per dur-la a terme i la quantificació del retorn de la inversió/despesa feta. La finalitat última d'aquests projectes integrals és que siguin exportables a d'altres municipis o territoris i, en conseqüència, que tinguin un retorn econòmic pel propi servei tècnic (fomentar l'autofinançament com a objectiu secundari). <p>Aquest servei tècnic ha d'estar orientat principalment a la creació d'experiències, a la generació de sinèrgies i a la posada en valor dels projectes, és dir, no solament es tracte de fer propostes sinó de com aquestes poden dur-se a terme i quin serà el retorn social i econòmic de les mateixes.</p> <p>És important que aquest servei compti amb un espai creatiu que aposti pel concepte de "modernitat perpètua" com a base de les seves propostes i que s'ajusti a les capacitats reals de qui en faci ús final de l'assessorament (Ajuntament o d'altres entitats).</p>

Pla operatiu

Programa d'accions LAB OCI	
Codi 39	Títol Creació del pla d'accions del Tardeo
Funcionalitat D'incentius a la oferta	Prioritat A llarg termini
Objectiu Desplaçar l'horari cap a un oci més diürn (tardeo)	
Descripció	<p>Acció orientada a la creació d'un pla de dinamització d'idees de tardeo.</p> <p>Les tendències actuals plantegen la idea de l'oci nocturn com un oci cada vegada més diürn que aposta per ajustar-se a les preferències de la demanda. Es proposa que els locals d'oci nocturn de Calafell comencin a apostar pel "tardeo", entès com una nova manera de sortir i gaudir de l'oci marcat per anar de copes a l'aire lliure i locals, desplaçant l'horari cap a un oci més diürn.</p> <p>Aquesta acció ha de finalitzar en l'especificació:</p> <p>1) D'un rebranding necessari per tal de trencar amb la imatge d'oci nocturn pur que ha de donar pas al "Tardeo". Aquest replantejament d'imatge a projectar ha de contenir les estratègies i els canals més adients per tal que l'oferta s'adapti a les noves necessitats de la demanda i alhora busca posicionar-se novament en el mercat, buscant nous nínxols i oportunitats per reinventar-se i continuar amb l'activitat.</p> <p>2) D'una bona campanya de comunicació que serà clau per poder fer arribar el missatge a la demanda, que s'executarà per mitjà de l'acció "50. Campanya: Tardeo".</p> <p>La idea és poder portar a terme de manera gradual aquesta nova aposta que està estretament relacionada amb les altres accions del programa 3 LAB Oci, que busca la modernitat perpètua com a mecanisme d'atracció de la demanda d'oci.</p> <p>Recomanem que aquesta acció sigui portada a terme per a una empresa especialitzada en consultoria de rebranding de destinació.</p>

Pla operatiu

Programa d'accions LAB OCI	
Codi 49	Títol Reutilització d'espais d'oci nocturn
Funcionalitat De creació d'experiències i rebranding	Prioritat A llarg termini
Objectiu Foment de noves experiències	
Descripció	<p>Calafell compta amb gran nombre de locals d'oci nocturn amb potencial per acollir esdeveniments que s'escapen dels horaris típics dels mateixos, la nit, donades les seves característiques: sales amplies, polivalents i ben aïllades/insonoritzades. Aquesta acció se centra en la reutilització d'espais, per tal d'aprofitar les sales de ball per a la celebració d'altres tipologies d'esdeveniments.</p> <p>Per aquest motiu, a través d'aquesta acció és pretén donar més utilitat a aquests espais, per tal d'ampliar el seu ús tot aprofitant la seva cèntrica ubicació i característiques pròpies dels locals per part de l'Ajuntament així com per part d'altres associacions i organitzacions de la destinació.</p> <p>Per aconseguir-ho, s'identificaran els locals que comptin amb aquest potencial i es contactarà amb els seus propietaris amb l'objectiu de fomentar aquesta iniciativa de reutilització dels espais d'oci nocturn.</p> <p>Aquests locals podran acollir diferents tipologies d'esdeveniments:</p> <ul style="list-style-type: none">• Presentacions literaris, musicals, d'art, etc.• Classes de ball, arts escèniques, etc.• Sales de reunions i polivalents per acollir esdeveniments professionals amb un toc original• Concerts, batalles de rap, etc. <p>Aquesta acció ajudarà a millorar la imatge actual del carrer Monturiol, on s'ubiquen la majoria dels locals d'oci nocturn, deixant pas a la transició cap a una conversió d'aquesta activitat econòmica.</p> <p>Així, aquesta acció va més enllà de l'aspecte merament turístic i hauria de ser coordinada amb altres serveis de l'Ajuntament.</p>

Pla operatiu

Programa d'accions LAB OCI	
Codi 52	Títol Organització d'esdeveniments i accions coordinades
Funcionalitat De creació d'experiències i rebranding	Prioritat A llarg termini
Objectiu Foment de noves experiències	
Descripció	<p>Es proposa i fomenta que els diferents locals d'oci nocturn ampliïn la seva oferta i s'animin a acollir altres tipologies d'esdeveniments i accions puntuals de manera conjunta, és a dir, tot coordinant-se i creant ànim d'equip.</p> <p>D'aquesta manera, afronten tots com a sector unit la problemàtica actual de pèrdua de valor, reputació i imatge en què es troben, i alhora es mostren com un sector resilient i reinventiu capaç d'afrontar i adaptar-se a les noves tendències i situacions adverses.</p> <p>A mode d'exemple, es mostren algunes iniciatives que encaixen amb el públic d'aquests locals, i alhora poden aportar ser activitats complementaries que aporten valor i significat al seu negoci principal:</p> <ul style="list-style-type: none">- Ruta de la tapa / del còctel- Festival d'Stand Up (monòlegs)- Concerts acústic covers mensuals- Concurs de ball- Sessions de música específica (electró, llatina, etc.) <p>Per a poder realitzar alguna d'aquestes iniciatives, o les que puguin sorgir, es creu necessari comptar amb un grup de treball sectorial ben cohesionat, que assisteixin a les reunions del sector i que la comunicació sigui fluida i transparent.</p> <p>En cap moment s'ha de veure com una competició entre ells, sinó al contrari, unes iniciatives que ajudaran al conjunt dels negocis, i en conseqüència, a la destinació de Calafell, i enfortirà el sector de l'Oci Nocturn.</p> <p>També serà necessari disposar de recursos suficients per a realitzar una bona tasca de promoció i comunicació de les iniciatives que es vulguin portar a terme. Serà clau disposar d'un calendari detallat de les accions a realitzar durant l'any.</p> <p>Aquesta acció també ajudarà a millorar l'actual imatge i reputació del sector de l'oci nocturn, especialment el carrer Monturiol, donat que mostrarà una cara diferents del que s'ha vist fins ara.</p> <p>Així, aquesta acció va més enllà de l'aspecte merament turístic i hauria de ser coordinada amb altres serveis de l'Ajuntament.</p>

Pla operatiu

Programa d'accions Cohesió de grup	
Codi 9	Títol Comissió de l'oci nocturn a Calafell
Funcionalitat Control d'activitats	Prioritat Immediata
Objectiu Cohesió de grup/Estratègia comuna	
Descripció	Creació d'una Comissió formada per un grup de persones amb interessos a l'oci nocturn de Calafell. Que redefineixi objectius estratègics, accions a implantar i que organitzi de forma periòdica taules de treball per fer un seguiment de les noves accions, coordinació i cohesió de grup/sector. Les persones que hi formin part han de ser els agents implicats tant del sector públic, com privat, així com de la població local.

Pla operatiu

Programa d'accions LAB OCI	
Codi 47	Títol Campanya: Què consumeixes?
Funcionalitat De sensibilització i formació	Prioritat A mig termini
Objectiu Foment d'un consum responsable.	
Descripció	Laboratori/test de drogues al carrer amb coordinació amb alguna associació mèdica o altres organitzacions, que permeti fer els test de drogues a consumidors, amb la idea de dotar-los d'informació directa del que consumeixen. Caldrà analitzar si aquesta mesura és possible portar-la a terme legalment, de quina manera, i sol·licitant els permisos necessaris. Cal dotar-lo de recursos, com llogar un espai o crear una cabina que pugui dur a terme aquests anàlisi de drogues.



Moltes Gràcies

aQa
marketingconsulting