



PROGRAMACIÓN ACTIVIDADES. PLAN OPERATIVO.
ASOCIACIÓN ALICANTE POR EL TURISMO DE CRUCEROS.
EJERCICIOS. 2020/2021

Introducción. Bases de trabajo operativas.

Readaptar nuestra estructura y recursos a las circunstancias dentro de un escenario excesivamente volátil y cambiante.

Habrà que saber convivir con la incertidumbre, cuyo factor determinante será la rapidez con que se encuentre una solución sanitaria al covid-19, con cambios de hábitos de consumo de por medio, la generalización de las herramientas tecnológicas que vienen para instalarse, destinos mejor gestionados y más organizados.

Flexibilidad y anticipación como mejores formas de gestionar esta crisis, como concepto clave para la toma de decisiones y por consiguiente este Programa de Actividades, que deberá adaptarse e incluso evolucionar según vayan discurriendo las circunstancias.

Por ello hay que estar preparados.

Objetivos. Plan Operativo Programa Actividades ATC.

Reactivar. Reinventar. Reorientar. Repensar el Futuro.

“El anhelo de seguir viajando y haciendo turismo no va a desaparecer.”

- Ayudar a restablecer la confianza en el sector y en el consumidor. Garantizar que nuestro destino y establecimientos son seguros. Hay que vender seguridad, confianza, trabajo y coordinación.
- Crisis del Covid-19 como una oportunidad. No sólo promocionar nuestro destino, sino también Gestionarlo mejor. Colaboración público-privada. Promoción virtual.
- Planificación participativa entre instituciones. Esfuerzo conjunto. Compartir información.
- Análisis exhaustivo de la cantidad de datos para evaluar la situación.
- Comunicar. Marketing. Acciones de comunicación en entornos online, con mejoras de nuestra marca turística en cuanto a reputación e imagen.
- Recuerdo permanente de Alicante Costablanca y de sus excelentes e infinitos destinos.
- Involucrar al sector turístico en la búsqueda de soluciones.
- Incentivar la transformación digital del sector turístico.
- Formación online.
- Videoconferencias.
- Difusión en las redes sociales de los negocios locales y provinciales.
- Turismo Sostenible. Mayor compromiso medioambiental y social. Mejor protección del patrimonio cultural y natural.
- Fomento del emprendedurismo en la creación de pequeñas empresas turísticas. Fomento empleo.
- Impulso en la creación permanente de nuevos protocolos de salud e higiene.
- Medidas de seguridad eficaces y accesibles. Uso de la tecnología
- Reivindicación del turismo como motor económico.



1. III Edición JORNADA ASOCIACIÓN ALICANTE POR EL TURISMO DE CRUCEROS.

La **I Jornada ATC 2018** adquirió carácter institucional y de presentación de nuestra Asociación a toda la sociedad alicantina y dar a conocer nuestra misión y objetivos.

La **II Jornada ATC 2019** fue la que nos situó en el liderazgo de la promoción del turismo de cruceros con destino Alicante Costablanca, como motor de impulso, eje, ejemplo, para otras instituciones de cómo alcanzar el objetivo de que nuestra ciudad sea Puerto Base e incrementar las Escalas, invitando a representantes de navieras, turoperadores y grupos de gestión, aparte de las diversas instituciones y de visualizar por todo el mundo las inmensas posibilidades de nuestro destino Alicante Costablanca.

La III Jornada 2020 ATC. Planes de Reposicionamiento como Destino Seguro. Propuesta de valor. Redefinir la Marca Alicante Cruceros. Mejora de la competitividad. Singularidad y Diferenciación del destino Alicante Costablanca. Incremento en 2021 de la llegada de más cruceros de escala y puerto base.

El turismo de cruceros elegirá aquellos destinos que sean capaces de proyectar una imagen de control de la situación y seguridad higiénica.

Operativa y práctica, también; es decir *“Hemos logrado ser Puerto Base; ahora hay que meterse manos a la obra para que la ciudad y su provincia demuestren su madurez en gestionar cruceristas en embarque y desembarque”*.

Estimulación de la actividad económica y social en el ámbito empresarial, profesional y comercial. Hacer partícipe a todos los actores representativos que tendrán que estar preparados a la llegada de tantos cruceristas; es decir: Ayuntamiento, Diputación, Turisme Comunitat Valenciana, Autoridad Portuaria, Consignatarios, Transporte, Guías Turísticas, Rutas y Excursiones, Taxis, Hoteles y Alojamientos Turísticos, Agencias de Viaje, Policía Local, Renfe, Aena, Fiestas, Comercio...

Uno de los objetivos de la III Edición Jornada ATC girará en torno a cómo preparar una escala en Puerto Pase para que todo funcione a la perfección y para que tanto la naviera como el crucerista se lleve una sensación de profesionalidad y cuidado del sector turístico.

En paralelo. “FORUM ATC 2020 Programa de workshops y actividades formativas y profesionales en la III Jornada Turismo Cruceros”

La **III Jornada de Turismo de Cruceros ATC** trata de ser un encuentro de empresarios, profesionales, estudiantes y otros públicos que tienen interés por el turismo de cruceros en la Provincia de Alicante. Puesta en valor de la estrategia del destino Alicante Costablanca.

El programa **FORUM ATC 2020**, es un compendio de 4 Workshops y actividades formativas profesionales, **complemento a la III Jornada de Turismo de Cruceros**, que trata de dotar de herramientas, conocimientos, networking y oportunidades a los asistentes, vía online o presencial, ofreciendo un panel de acciones formativas y workshops destacando la participación de docentes del sector del turismo economía y el desarrollo local, directivos y profesionales del sector.

En total participarán un total de 8 docentes y profesionales.

2.- DISEÑO Y CREACIÓN DE GUÍA DE DESTINO PARA EL POTENCIAL TURISTA DE CRUCEROS. VIRTUAL.

Generación de contenidos adaptados al destino de cruceros Alicante Costablanca.

- Alicante Costablanca como destino de calidad y seguridad.
- Ciudades y pueblos con carácter, con identidad propia
- Iconos y rutas
- Experiencias únicas

3.- CONCURSO DE FOTOGRAFÍA. TURISMO CRUCEROS.

Involucrar a los turistas en la promoción del destino.

Creación de un microsite para que los turistas más fieles puedan publicar imágenes, videos y comentarios de su(s) visitas que hicieron a nuestro destino, Alicante Costa Blanca, en el pasado, **mediante su escala o llegada/salida de un crucero, impulsando concursos y premios a los posts más creativos.**

Organización de un concurso entre todos los clientes que lleguen en un futuro a nuestra ciudad y deseen participar.

Lo que queremos conseguir es que cada cliente fotografíe el lugar que haya visitado o vaya a visitar y que la fotografía que más le guste tendrá que compartirla en sus redes y justificar cuantos likes o me gusta consigue antes de fin de envió a de la foto a concurso.

De este modo nuestra provincia y ciudad estará promocionándose en todos los lugares del mundo a través de redes sociales personales a través del turismo de cruceros.

Con las que participen y cumplan los requisitos de las bases de concurso, se elegirá la mejor, por parte de fotógrafo de renombre de nuestra ciudad.

El ganador recibirá un viaje de 1 semana para 2 personas en pensión completa para conocer nuestra provincia.

4.- FAM TRIP. FAM TRIP ON LINE.

FAM TRIP ONLINE

Potenciar las visitas virtuales al destino. Combinación de experiencias, recursos y motivaciones de los turistas.

1er **Fam Trip** online y experiencial y en 3D, de diversas rutas, donde pondremos en valor, cultura, gastronomía, comercio, fiestas, patrimonio cultural, turismo activo...

Ya tenemos peticiones de turoperador.

2. **Fam trip** Videos promocionales que la propia naviera utilizará por sus distintos canales de venta (web, agencias, clubs cruceristas, en el propio barco, etc. para poder hacer más atractiva la venta de las excursiones.

Generar contenidos que puedan inspirar a los turistas a que vengan.

Se incluirá las nuevas tendencias que nos han solicitado los clientes que son turismo de senderismo, náutico, gastronómico y religioso y cultural

5.- RUTAS Y EXCURSIONES.

MARKETING TURÍSTICO. RUTAS DISEÑADAS PARA CRUCERISTAS CON DESTINO ALICANTE Y PROVINCIA. Promoción online.

Objetivo: a través de las experiencias y conocimiento de nuestro patrimonio cultural, historia, costumbres, comercio, gastronomía y productos gastronómicos, fiestas, turismo enológico, turismo industrial, turismo de naturaleza, senderismo, ornitológico, agroturismo, oleoturismo, actividades acuáticas; con el fin de conseguir que el turista de cruceros se convierta en fiel prescriptor de nuestra ciudad y provincia.

- Turismo sin Barreras.
- Turismo Senderismo.
- Turismo Patrimonio Humanidad.
- Turismo Cerveza Artesanal.
- Turismo Bicicleta.
- Turismo Gastronómico.
- Turismo Actividades Náuticas.
- Turismo Religioso.

- **Gastronomía:**
- **Rutas culturales:**
- Ruta de los castillos.
- Ruta patrimonio.
- Rutas religiosas.
- Ruta de romanos e iberos.
- Ruta de los refugios.
- **Deportes:**
- Rutas de sendesrismo.
- Ruta de golf.
- Ruta de actividades náuticas.
- Ruta de turismo activo.
- Ruta de bicicletas.
- Ruta industrial.
- Ruta de etnográfica.
- Ruta oleográfica.
- Ruta de turismo mariner.
- Ruta de la cerveza.

Y campaña en redes sociales, de publicidad y promoción en mercados internacionales.

6.- I GALA DE PREMIOS ANUAL POR LA LABOR EXCELENTE EN EL SECTOR TURÍSTICO DE CRUCEROS CON DESTINO ALICANTE Y PROVINCIA.

Puesta en valor de los esfuerzos en la reactivación, reinención y promoción del destino post covid-19.

7. Impulso de los sellos de calidad desde la Asociación. para aquellas empresas, profesionales, autónomos que incentiven políticas de sostenibilidad y que desarrollen acciones de Responsabilidad Social. Presentar bien lo bueno que tienes.

8.- JORNADAS. PLANES DE IGUALDAD

Jornadas informativas a todos los asociados, e integrantes del sector del turismo de cruceros, sobre los planes en materia de igualdad y su aplicación.

Creación de oportunidades para que las mujeres puedan lograr su independencia económica y a **través del emprendedurismo** puedan crear sus propios modelos de negocio. Acceso a oportunidades de trabajo en el sector turístico.

9.- CODIGO ÉTICO TURISMO.

Jornadas informativas a todos los asociados, e integrantes del sector del turismo de cruceros, sobre la aplicación de las prácticas y comportamientos éticos. Por un turismo responsable y sostenible.

10.- Estudio de investigación: “Análisis de situación, impacto económico y oportunidades del Turismo de Cruceros en Provincia de Alicante”. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN A PIE DE BARCO

Alicante Costa Blanca es un lugar estratégico y con mucho potencial para un turismo de cruceros de calidad y profesional, con el mínimo impacto medioambiental y el mejor beneficio para los agentes que interactúan, los ciudadanos y la provincia de Alicante en general.

Para conseguir los objetivos propuestos, se necesita tener un análisis completo de la **situación del turismo de cruceros post covid-19** y los sectores estratégicos que están relacionados con este tipo de turismo.

Invertir en sistema de datos e información turística con el fin de hacer un seguimiento sobre el comportamiento de los turistas y anticiparse para conocer la tendencia de la demanda, ajustar el diseño de los productos turísticos, servicios y marketing.

Dicho estudio recogerá los siguientes temas de interés:

- Visión del ciudadano de Alicante respecto al turismo de cruceros
- La logística en la Provincia de Alicante
- Las infraestructuras y servicios públicos al servicio del turista de cruceros en la ciudad de Alicante.

- Las excursiones y actividades a realizar en la ciudad. Intereses e inquietudes del turista de cruceros.
- Oferta hotelera y capacidad real de la ciudad para ser un origen o destino de turismo de cruceros, relación con puerto base de cruceros.
- La gastronomía.
- Necesidades de formación de los profesionales del sector turístico tales como agentes de viajes, guías turísticos, etc Incluidas las medidas de seguridad e higiene.

Se realizará un estudio de investigación cualitativa y cuantitativa, empleando datos primarios y secundarios, entrevistas en profundidad, encuestas, etc

Dicho estudio contará con el apoyo de la Cámara de Comercio de Alicante, Observatorio Económico de Alicante, Universidad de Alicante, Instituto de Investigaciones Turísticas UA, Departamento de Marketing UA.

11.- Evento FAM TRIP “TOURACTIVE, DESCUBRE EL TURISMO ACTIVO DE LA PROVINCIA DE ALICANTE”

El **turismo activo**, es una forma de turismo totalmente transversal a cualquier otro tipo de turismo, como por ejemplo de cruceros. Cada vez más, los turistas buscan disfrutar de una gastronomía rica, conocer el patrimonio cultural e histórico de una ciudad, pero también aprovechar las escalas de un circuito de cruceros, para hacer todo lo demás practicando alguna actividad tipo ciclismo, senderismo o incluso en medio acuático. El turista en muchos casos ya conoce la localidad donde realiza una escala y busca nuevas experiencias en el entorno natural y practicar turismo activo, es decir conocer el medio natural con un guía especialista a través de la actividad física y con un riesgo totalmente controlado

Las jornadas profesionales **TOURACTIVE** consisten en presentar y conocer en primera persona diferentes experiencias de turismo activo de la provincia de Alicante, experimentando y viviendo todas y cada una de las sensaciones para poder **promocionar y comercializar de una forma más eficaz los productos existentes a turistas de cruceros y de otra naturaleza.**

Orientado a profesionales del turismo, agentes de viajes, guías turísticos, intermediarios turísticos, touroperadores, medios especializados en turismo activo, etc

12.- “BÚSQUEDA DEL BARCO HUNDIDO”

LA BÚSQUEDA DEL BARCO HUNDIDO es un juego interactivo que discurre por la ciudad de Alicante y su litoral.

Cuando el turista de cruceros desembarca en la terminal de cruceros, se le entrega un kit de explorador compuesto por un mapa y unas instrucciones, donde deberá ir anotando todos los datos y pistas que irá encontrando en cada uno de los diferentes Meeting Points, aprovechando para recorrer la ciudad y sus lugares de interés.

A pie, corriendo, en bicicleta (bajo alquiler) o en patín eléctrico (bajo alquiler) el usuario aprenderá la Historia de la ciudad, conocerá sus lugares más representativos, personajes ilustres, monumentos y lugares de especial importancia. Y además, en aquellos lugares patrocinados, realizando ciertas acciones como subir fotografía del lugar etc obtendrá un obsequio o incentivo.

Al final de la experiencia, el usuario descubrirá dónde se esconde el barco hundido y el tesoro que se esconde junto a él.

Cada evento (cada fecha que hay escala) y entre todos los participantes, además se realizará un ranking final con los usuarios más rápidos y o más pruebas han superado de toda la embarcación y recibirá un premio final.

La experiencia será compatible con cualquier tipo de actividad o excursión ya que existen dos versiones, una sencilla con un nivel de intensidad bajo y otra más compleja y nivel de intensidad físico más elevado

13.- “ACCIONES DE FORMACIÓN 2020. ONLINE Y PRESENCIAL.

- **Impulso de políticas para proteger el empleo.**
- **Invertir en formación e innovación.**
- **Impulso del emprendedurismo y de nuevas formas de generación de empleo.**

- PROGRAMA DE MOTIVACIÓN EMPRENDEDORES Y PREACELERACIÓN DE PROYECTOS RELACIONADOS CON EL TURISMO DE CRUCEROS CRUISE&GO –
- PROGRAMA DE FORMACIÓN EXPERTO EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE TURISMO DE CRUCEROS. Programa organizado desde la propia ATC, configurando los contenidos, metodologías, etc
- Talleres de trabajo Sectoriales. Planificación de la respuesta a la crisis.

14.- WEBINARS. LA NUEVA REALIDAD DEL TURISMO DE CRUCEROS.

- 1 Nuevas estrategias para atraer turismo de cruceros
- 2 Competitividad del turismo destino cruceros
- 3 Emprender en el sector turístico destino cruceros
- 4 Nuevas ideas y enfoques de negocio
- 5 Identificar nuevas oportunidades en el mercado turístico
- 6 Metodologías para estimular la creatividad e innovación
- 7 Diseño de productos y servicios en el contexto actual.
- 8 Inteligencia turística
- 9 Claves Innovación turística.
- 10 Marketing Digital en el sector turístico. Tendencias.
- 11 Turismo Inteligente Adaptado.
- 12 Estrategias y recomendaciones para reinventarse en el sector turístico.
- 13 Construir el futuro.
- 14 Períodos de incertidumbre desde el liderazgo.

15.- II EDICIÓN RODAJE DOCUMENTAL “DESCUBRIENDO ALICANTE”

En el marco de las actividades que desarrolla la Asociación Alicante por el Turismo de Cruceros, proponemos realizar la **continuación del vídeo “Descubriendo Alicante”** con varias influencers de Barcelona y Madrid acompañadas por un realizador para grabar un vídeo que refleje el atractivo de Alicante Costablanca para los cruceristas que llegan a la ciudad, cuando materialmente sea posible. Una ciudad y una provincia segura.

Gracias a esta iniciativa de la Asociación, se va a conseguir una gran difusión ya que las influencers promocionarán tanto Alicante Costablanca como el Turismo de Cruceros entre los miles de seguidores de sus cuentas de Instagram.

Para ampliar la promoción de Alicante Costablanca, en esta ocasión, añadiremos a una influencer alicantina. De esta manera, se darán a conocer más a fondo, los lugares con encanto a los propios alicantinos.

Desde el inicio del viaje, las influencers irán publicando posts y stories en su Instagram. Al mismo tiempo, un realizador de vídeo viajará con ellas para grabar los lugares que se visiten.

Tras el viaje, se editará un completo vídeo que resuma esta visita a Alicante. El estreno de este vídeo se realizará en YouTube. Durante este estreno, se abre un chat en directo en el que participarán las personas y firmas que aparezcan en dicho vídeo pudiendo interactuar y responder a las preguntas o comentarios que haga el público.

Para conseguir aún más difusión, varios días antes del estreno, se realiza un vídeo promocional de corta duración. Sería lo que en cine se denomina “tráiler” cuyo objetivo es crear expectación y ganas de ver el reportaje completo.

Mientras se edita el vídeo, se realiza un trabajo de posicionamiento para que Alicante Costa Blanca aparezca en los primeros puestos al buscar los mejores destinos de cruceros.

Estas jornadas impulsadas por la Asociación Alicante por el Turismo de Cruceros suponen un gran beneficio tanto para la ciudad de Alicante como para los lugares y firmas que aparezcan en el vídeo o en las cuentas de Instagram de las influencers durante los dos días que estarán grabando en la ciudad. Hay que tener en cuenta que las influencers son prescriptoras para los cientos de miles de seguidores que suman entre todas. Es decir: toda esa gran audiencia confía en lo que ellas recomiendan. Por lo tanto, es mucho más efectivo dirigirse a un público que ya de entrada está receptivo a lo que se les está enseñando.

Las acciones promocionales realizadas por las influencers durante los dos días que estarán en Alicante quedarán reflejadas en un vídeo que estará de forma permanente en internet; desde donde se podrá difundir y compartir. Los lugares y firmas que aparezcan en el reportaje podrán incluir dicho vídeo en su web y enviarlo por mail o WhatsApp a sus contactos.

16.- VIDEOS PROMOCIÓN ALICANTE COSTABLANCA. DESTINO SEGURO.

En el marco de las actividades que está llevando a cabo la Asociación de Alicante por el Turismo de Cruceros que tienen como objetivo la sensibilización de la excelencia del turismo de cruceros en Alicante y su provincia, proponemos la realización de vídeos promocionales de distintas localidades para dar a conocer lugares con encanto.

En cada vídeo se mostrarán los principales enclaves turísticos de cada población que se visite desde un punto de vista turístico, experiencial, creativo y diferencial.

- Traslado a la localidad
- Grabación de imágenes
- Realización de fotografías para redes sociales
- Edición del vídeo
- El vídeo final puede ubicarse en el canal YouTube de la Asociación o en el medio que se prefiera: otros canales de YouTube, webs, redes sociales, etc.

Difusión en nuestras redes sociales de las fotografías y los vídeos realizados. Enlaces a nuestras cuentas:

17.- I JORNADA SOSTENIBILIDAD. Potenciando el turismo de interior a través del turismo de cruceros.

La **Sostenibilidad**, como eje clave en el **fomento del turismo de cruceros en Alicante Costablanca**.

Incorporar el valor de la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente, como valor de **reputación**, como sentimiento de protección hacia nuestro entorno.

El compromiso con el medio ambiente para minimizar los impactos del tráfico turismo de cruceros con destino Alicante Costablanca, reducir la generación de residuos y minimizar el consumo de recursos, y nuestro compromiso de favorecer, impulsar, el compromiso con la sociedad con el fin de mejorar el bienestar de todo nuestro entorno, la integración social, equilibrio, formación, visualización cultural y fomento del conocimiento.

Creación de oportunidades para emprendedores.

Lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva el patrimonio cultural y los negocios locales.

18.- DISEÑO DE PLAN COMUNICACIÓN ANUAL 2020/2021 ASOC. ALICANTE TURISMO CRUCEROS.

Desarrollo del PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ASOCIACIÓN ATC. FASE 1

- Comunicación institucional. Acciones que nos ayudarán a mejorar la reputación y el posicionamiento como organización ATC
- Comunicación interna. Gestión de los recursos de comunicación que sirvan para mejorar las relaciones entre asociados, junta directiva y otros agentes de ATC.
- Comunicación comercial. Acciones, campañas orientadas a conseguir más asociados de ATC, mejorar la relación con patrocinadores, etc

FASE 2

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTEGRAL

2.1 GESTIÓN DE MEDIOS Y RUEDAS DE PRENSA

- Contacto, construcción de relación con profesionales del periodismo y gestión de los principales medios de Provincia de Alicante, divulgación de noticias, etc
- Redacción de notas de prensa orientadas a generar impactos positivos entre los usuarios de medios digitales.
- Convocar y gestionar todos los aspectos importantes en las ruedas de prensa

2.2 WEBSITE, BLOG, EMAIL MARKETING

- **Mejorar el sitio web y adaptarla a las nuevas necesidades de los turistas, tanto nacionales como internacionales.**
- **Ofrecer seguridad sobre la conveniencia de visitarnos. Generar confianza.**

- Gestión de los contenidos web de ATC (gestión de los contenidos desde perspectiva de Marketing de contenidos)
- Optimización de imágenes y contenidos para buscadores, creación noticias y contenidos en blog divulgando información relacionada con turismo de cruceros de Alicante, los eventos y acciones de los asociados de la asociación etc

2.3 SOCIAL MEDIA

- Alta, gestión y dinamización de principales medios como LinkedIn, Instagram, Facebook y Youtube. Se desarrollarán diferentes posts semanales. Orientado a captación de nuevos usuarios y fidelización de los existentes.

Análisis estadístico de resultados.

2.4 APOYO EN GESTIÓN DE EVENTOS Y FERIAS

- Se apoyará en la gestión de todos los aspectos relacionados con la imagen, el diseño, protocolo en los eventos de la ATC.

2.5 REPUTACIÓN ONLINE Y GESTIÓN DE CRISIS

- Se controlarán todos los canales y espacios de conversación, opiniones, para tratar de generar respuesta a posibles crisis de reputación.

2.6 COPYWRITING

- Redacción de textos publicitarios atractivos, para captación de nuevos asociados, etc

2.7 AUDIOVISUALES

De forma puntual, se realizarán diferentes acciones empleando contenidos audiovisuales.

Se realizarán entrevistas a asociados en formato video, para publicar en

También se gestionará y controlará cualquier pieza gráfica, contenido multimedia, presentación, que se desarrolle desde AATC.

19.- PROYECTO DEPORTIVO SOLIDARIO NO COMPETITIVO II ROCKTHESEA

Travesía náutica Rockthesea

Organizamos en el mes de octubre la segunda edición II TRAVESIA #ROCKTHESEA en Playa del Postiguet y Puerto de Alicante.

II Rockthesea es un encuentro de deportistas y usuarios de actividades acuáticas y náuticas como SUP, Paddleboard, Kayak y otras disciplinas náuticas no motorizadas, que tendrá lugar en aguas de la Bahía de Alicante incluido el Puerto de Alicante, recorriendo todos juntos en forma de travesía un circuito de aproximadamente 5 km de distancia con el objetivo de disfrutar del deporte náutico además de sensibilizar y concienciar acerca del respeto al medio marino, el cuidado y la limpieza de los mares.

Durante toda la travesía los participantes recogerán toda la basura y plásticos en la superficie y de la inscripción que se cobra a los asistentes, el 50 % será para una o varias ONG a elegir de la Provincia de Alicante relacionadas con el Cambio climático y la lucha contra la suciedad de los océanos.

20.- DISEÑOS CORPORATIVOS ASOCIACIÓN.

- Dossier Corporativo Turismo de Cruceros destino Alicante Costablanca
- Dossier promocional Turismo de Cruceros destino Alicante Costablanca
- Tríptico promocional Turismo de Cruceros destino Alicante Costablanca
- Carta promocional Turismo de Cruceros destino Alicante Costablanca

21.- Proyectos. Planes de Acción. Jornadas. Foros. Seminarios.

Informe y Análisis. Principales retos y oportunidades del destino de cruceros para Alicante y Provincia.

Innovación y Mejoras en la atención del Turista de Cruceros. Nuevos enfoques en la gestión del Turismo de Cruceros. Plan Operativo.

Impacto Económico del turismo de cruceros en Alicante y Provincia. Situación y diagnósticos del turismo de cruceros en Alicante. Investigación.

Alicante y provincia como destino de calidad en el turismo de cruceros. Alicante como ciudad con identidad propia. Ciudades y Pueblos con carácter. Iconos. Alicante y Provincia como destino atractivo en el turismo de cruceros. Iconos y Rutas. Diseño nueva Guía de Cruceros. Experiencias Únicas.

Manual de Buenas Prácticas. Sensibilización. Acciones de concienciación en la sociedad, sector y crucerista. Formación en materia de turismo de cruceros.

22.- Participación en Ferias y Eventos profesionales del sector.

Ferias, Encuentros, Jornadas, y sobre todo en 2021, en la que sería esencial nuestra presencia. No sólo las de primera línea, sino aquellas que a nuestro entender son prácticas y efectivas para la **captación de turismo de cruceros en Alicante y Provincia**. Con fechas.



ALICANTE