

TURISME & BRANDING

BRANDING: LA CLAU PER AL DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC

26, 27 i 28 de Setembre 2007
ParcBIT - Palma de Mallorca

DOSSIER

PRESENTACIÓ

El Seminari d'Innovació i Turisme -INTO- organitzat per la Direcció General d'Investigació, Desenvolupament Tecnològic i Innovació de la Conselleria d'Economia, Hisenda i Innovació del Govern de les Illes Balears, es consolida en aquesta quarta edició com una plataforma de debat de propostes d'investigació i acosta, en aquesta ocasió, el concepte de *Branding* a l'activitat turística. Es pretén donar a conèixer la importància del poder de la Marca com a element diferenciador tant per a una destinació com per a un producte o servei turístic.

Segons la teoria de Tom Peters "el *Branding* ofereix la forma més efectiva de diferenciar-se, ja que de cada cop resulta més difícil a causa del fet que la qualitat i els costos dels productes són similars". El *Branding* no només s'aprecia amb els seus elements tangibles sinó també com a part dels intangibles d'una empresa.

Les històries, experiències o la capacitat de transmetre emocions seran més importants en el futur que els productes per si mateixos, ja que aportaran valor, credibilitat i singularitat d'una marca.

Durant la tercera edició de l'INTO celebrada el setembre de 2006, la temàtica tractada fou el Turisme de Salut. En aquesta oportunitat es va propiciar un important impuls, a establir sinergies entre l'àmbit de la investigació i el sector empresarial. Es van presentar innovacions ofertes per proveïdors del sector, aportacions reals d'èxit procedents d'empresaris locals i nacionals en la diversificació dels serveis del turisme de salut i de l'oferta complementària. A més de l'aportació de prestigiosos acadèmics de tot el món.

En aquesta quarta edició del 2007, el seminari INTO està orientat al Turisme i *Branding* com la clau pel Desenvolupament Turístic, considerant-lo molt més que el màrqueting o els logotips. El *Branding* com eina pretén aportar innovació i dotar de competitivitat un sector ja



consolidat de l'economia de les Illes Balears i que constitueix una de les principals destinacions europees.

COMITÈ CIENTÍFIC

Presidenta:

Dra. Marta Jacob, Govern de las Illes Balears. Espanya

Membres:

Dr. Eugeni Aguiló Pérez, Universitat de les Illes Balears. Espanya

Dr. Jafar Jafari, Universitat de Wisconsin-Stout. Estats Units

Dr. Juan Mulet Meliá, Fundació Cotec per a la Innovació Tecnològica. Espanya

Dr. Antoni Riera Font, Universitat de les Illes Balears. Espanya

Dra. Ana M^a Munar Chacártegui, CEUS - School of Business. Dinamarca

Dr. Liping Cai, Universidad de Purdue. Estats Units

Dr. William Garnter, Universitat de Minnesota, Estats Units

OBJECTIUS

Innovació en el Sector Turístic. Provocar un ampli debat sobre l'acceptació del Turisme i *Branding* en empreses turístiques que integren la cadena de valor del producte turístic enfront dels nous paradigmes.

Donar a conèixer experiències reals tant en destinacions turístiques com en el sector privat.

Promoure un fòrum idoni que permeti un intercanvi entre experts, acadèmics i professionals provocant una millora del producte turístic.

Introduir les oportunitats i els avanços que permet la transferència del coneixement cap al sector turístic referent a la innovació.

CONTINGUT DEL SEMINARI

Sessió 1

El *Branding* com Innovació en el sector turístic

Aquesta primera sessió examina l'evolució del màrqueting turístic cap a una nova tendència coneguda com a *Branding*. Els reptes i les oportunitats en la indústria turística, així com un exemple de la seva aplicació conformaran el contingut d'aquesta sessió.

Sessió 2

Imatge, marca i *branding* de la destinació turística

La segona sessió presenta les pautes que integren l'estudi de la imatge d'una destinació i les condicions necessàries per a la implantació del procés de *Branding*. També s'analitzaran els components que formen la imatge d'una destinació i la relació de les diferents marques que la constitueixen.

Sessió 3

Els avantatges i oportunitats del *branding* en el sector turístic

Aquesta sessió se centra en l'anàlisi d'experiències que aporta el sector privat al desenvolupament d'una destinació turística. Els seus elements intangibles, les experiències, emocions, valor, credibilitat, etc. enforteixen l'activitat turística i el seu desenvolupament, i creen un atractiu emocional capaç de retenir un concepte sostenible de la destinació i no el d'una marca.

Sessió 4

Sectors turístics emergents i el seu *branding*

Els elements essencials per a diferenciar-se de la resta dels competidors es presenten com atributs únics. Aquestes característiques d'una determinada destinació, suposen un atractiu distint capaç de captar l'atenció del turista. Aquesta sessió presentarà els diferents atributs per al desenvolupament del *branding* en sectors turístics emergents.

Sessió 5

Imatge de marca d'una destinació: col·laboració públic/privada

La creativitat i sofisticació de plans de màrqueting amb pressupostos elevats no estableixen la imatge de marca d'una destinació. Aquesta imatge, requereix una participació governamental que doni suport amb solidesa el desenvolupament d'una destinació, unificant els agents implicats per a una millora de la seva imatge. Aquesta sessió ens donarà a conèixer diversos casos de la col·laboració públic/privada en el procés de *branding*.

Sessió 6

Bones pràctiques del Branding

Aquesta sessió pretén concentrar tots els tòpics vists en les sessions prèvies, amb la finalitat de reflectir-les amb 3 bones pràctiques del branding, a nivell nacional i internacional.

PARTICIPANTS I PÚBLIC

Els participants del Seminari conformen un ventall multidisciplinar ampli de totes les àrees de contingut anteriorment exposades. Es conta amb la presència de representants d'empreses internacionals de cadascun dels actors que conformen la cadena de valor del producte turístic, tant empreses que operen del món virtual com real.

També assisteixen figures acadèmiques procedents de diverses entitats i universitats a nivell internacional, així com representants de l'administració. Atès el contingut multidisciplinar que ofereixen les sis sessions temàtiques del seminari, sempre emmarcat en la indústria turística, es pretén arribar a un públic objectiu procedent del camp de la innovació i del turisme.

INFORMACIÓ ADDICIONAL

Web: www.visitinnovation.com

Data : 26, 27 i 28 de Setembre

Lloc: ParcBIT (Edifici Ses Cases de Son Espanyol) .- Carretera de Valldemossa, km 7,4 Palma de Mallorca
www.parcbit.es

Contacte: Direcció General de Recerca, Desenvolupament Tecnològic i Innovació. Govern de les Illes Balears
C. Sant Pere, 7, 07012 Palma de Mallorca
info@visitinnovation.com
Telf +34 971 176522