

MEMÒRIA 2017

ÀREA MUNICIPAL DE TURISME DE L'AMETLLA DE MAR

INFORMACIÓ I ATENCIÓ AL VISITANT

Perfil del turista, procedència, serveis oferts des de l'Oficina de Turisme, estadístiques.

OCUPACIÓ 2017 PROMOCIONS TURÍSTIQUES

Campanyes de publicitat, Internet, Xarxes Socials, dades d'ocupació, fam&press trips, convenis mitjans de comunicació.

ORGANITZACIÓ D'ESDEVENIMENTS

Diades gastronòmiques, concurs de fotografia, catifes de corpus, festa de la mar.



INDEX

1

OCUPACIÓ 2017

2

**INFORMACIÓ I
ATENCIÓ TURÍSTICA**

3

**PROMOCIÓ:
EMPRESSES
D'ACTIVITATS**

4

**PROMOCIÓ:
GASTRONOMIA**

5

**PROMOCIÓ:
INTERNET I
XARXES SOCIALS**

6

**PROMOCIÓ:
VILES MARINERES**

7

**PROMOCIÓ:
VILES MARINERES**

8

**PROMOCIÓ:
ESTACIÓ NÀUTICA
COSTA DAURADA**

9

**PROMOCIONS
VÀRIES**

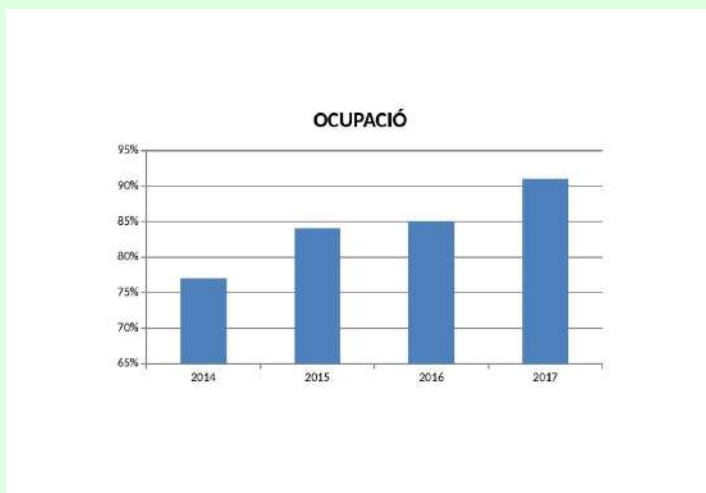
10

**DESTINACIÓ
TURISME
ESPORTIU**

11

**ORGANITZACIÓ
D'ESDEVENIMENTS**

OCUPACIÓ TURÍSTICA



90,85%
OCUPACIÓ
MITJANA
JULIOL I AGOST

La millor ocupació dels últims anys

1

TOTALS OCUPACIÓ JULIOL/AGOST

Hotels: Juliol 90,87% - Agost 98%
Càmpings: Juliol 83,25% - Agost 91%
Hut's: Juliol 87% - Agost 95%
Totals mesos de:
Maig 62% - Juny 81% - Setembre 78%

LÍDERS EN
RECAPTACIÓ DE
TAXA TURÍSTICA
A LES TERRES DE
L'EBRE

Per quart any consecutiu i amb més del doble de diferència del segon municipi.

TIPOLOGIA DE L'ALLOTJAMENT

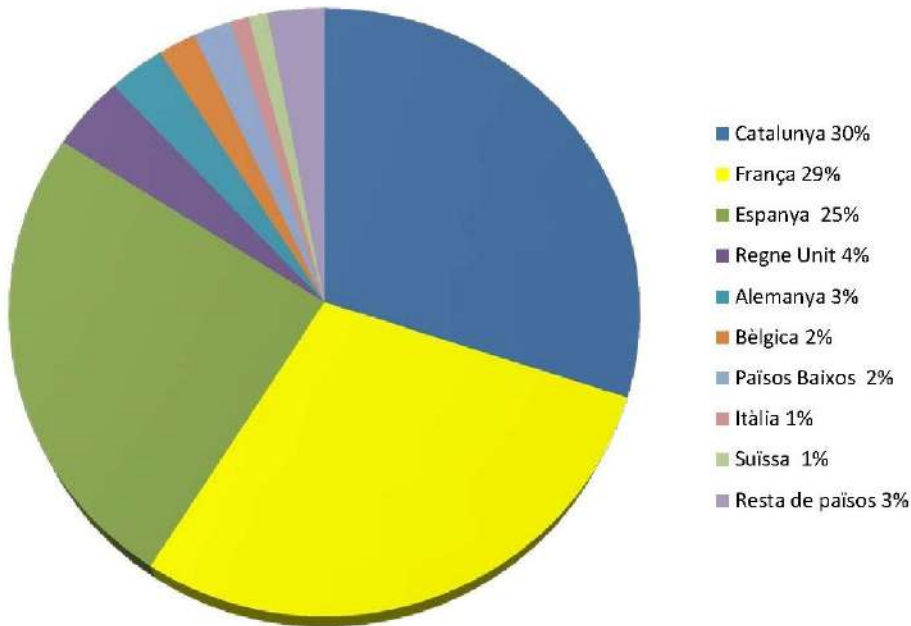
Habitatge d'us turístic: 33%
Càmping: 29%
Hotel: 18%
2a. residència: 13%
Autocaravana: 3%
Turisme rural: 2%
Casa d'amics o familiars: 2%

1.300
HUTS
(HABITATGES
D'US TURÍSTIC)
DONATS D'ALTA

AMB QUI VENEN?

Família: 35%
Parella: 31%
Sols: 20%
En grup/amics: 14%

País de procedència



INFORMACIÓ I ATENCIÓ TURÍSTICA

DURANT EL 2017 HAN PASSAT PER L'OFICINA DE TURISME 25.250 PERSONES I S'HAN ATÈS 17.800 CONSULTES

D'ON VENEN?

Els turistes que visiten l'Oficina de Turisme procedeixen majoritàriament de Catalunya amb un 30% (bàsicament de la demarcació de Barcelona), de França amb un 29% (Zona de París, Lió, Marsella i Toulouse) i de la resta d'Espanya (País Basc, Navarra, Aragó i Madrid).

COM HAN CONEGUT L'AMETLLA DE MAR?

Els nostres turistes ens han conegut majoritàriament a través d'Internet i les xarxes socials. Encara que molts dels enquestats ja ens coneixien per que ens han visitat anteriorment o tenen 2a. residència o familiars i amics que hi resideixen.

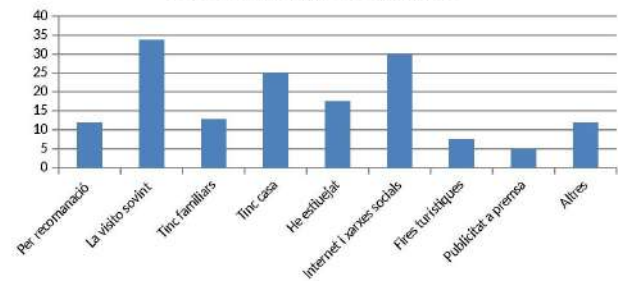
PER QUINS MOTIUS ENS HAN ESCOLLIT?

Les platges i les cles (89%) són el gran motiu del per què els turistes que ens visiten han escollit l'Ametlla de Mar en front a altres destinacions turístiques, més de la meitat (54%) també destaquen la nostra gastronomia marinera com a uns dels principals actius.

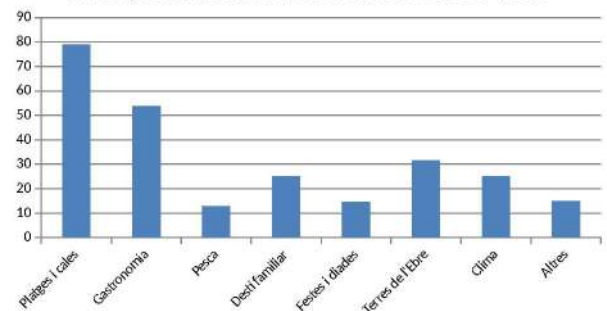
QUINA EDAT TENEN ELS NOSTRES TURISTES?

El 50% tenen e 36 a 65 anys.
El 30% tenen de 26 a 35 anys.
El 12% tenen menys de 25 anys.
i El 8% més 66 anys.

COM ENS HAN CONEGUT?



PER QUÈ HAN ESCOLLIT L'AMETLLA DE MAR?





PROMOCIÓ D'ACTIVITATS

COL·LABOREM AMB LES EMPRESSES D'ACTIVITATS "L'AMETLLA DE MAR EXPERIENCE"

23 empreses que ofereixen 100 activitats a la mar i la natura.

ACCIONS PER A LA PROMOCIÓ DE LES EMPRESSES ACTIVITATS "L'AMETLLA DE MAR" EXPERIENCE.

- Campanya a Internet de captació de *leads* amb més de 40.000 visites a la informació de les promocions i 230 adreces d'e-mail obtingudes.
- Reedició 15.000 opuscles l'Ametlla de Mar Experience .
- Edició 20.000 exemplars nou format opuscle d'activitats.
- Repartiment de l'opuscle pels allotjaments de la costa de les terres de l'Ebre i Costa Daurada durant tota la temporada d'estiu.
- Traducció a l'anglès de totes les activitats i posterior incorporació a la web i app de Turisme, actualment la informació ja està en 4 idiomes (català, castellà, francès i anglès).
- Difusió de totes les empreses i activitats a través de les xarxes socials de Turisme : Facebook, instagram, twitter i Google + organitzant concursos per activar les visites.
- Assistència al Mercat d'escapades a Barcelona.
- Enviament newsletter a 15.000 subscriptors del portal "FestaCatalunya.com.
- Acollida de fam-trips i press-trips.





PROMOCIÓ GASTRONÒMICA

Posicionem l'Ametlla de Mar com una destinació gastronòmica de primer nivell i donem valor a la qualitat del peix de la Llotja de l'Ametlla de Mar, potenciant els sectors primari i terciari.

La **Gastronomia** és un dels eixos principals de la promoció turística de la nostra vila, **posicionar l'Ametlla de Mar com una destinació gastronòmica de primer ordre** és un dels objectius principals de l'Àrea Municipal de Turisme.

Durant tot l'any, des de l'Àrea de Turisme, s'elabora un calendari gastronòmic amb tot un seguit de jornades i diades per promocionar el peix i marisc de la nostra Llotja:

CALENDARI GASTRONÒMIC 2017:

JORNADES:

- Jornades de la galera de les Terres de l'Ebre
- Jornades de la tonyina roja del Mediterrani.
- Jornades del peix blau i dels fideus rossejats.
- Jornades del peix de Llotja i de l'arrossejat.

RUTA DE TAPES:

- Ruta de la tapa marinera.
- Ruta de la Tapa Roja (tonyina roja).
- Ruta de la Tapa blava (peix blau).
- Ruta de la tapa blanca (peix de la llotja).

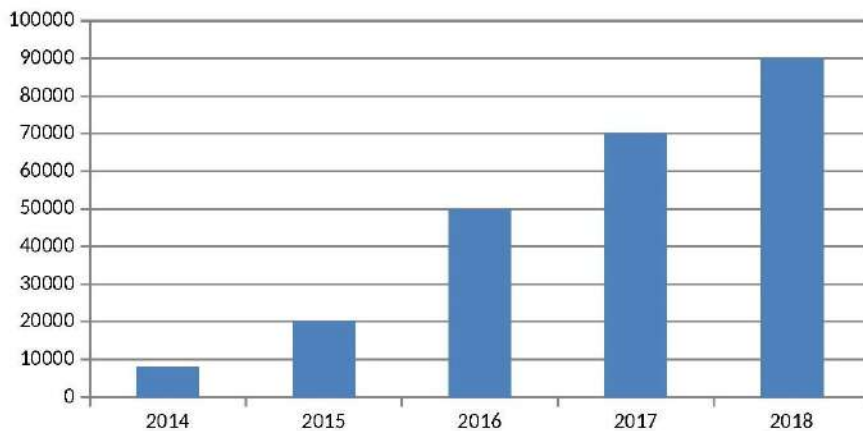
DIADES GASTRONÒMIQUES:

- VI Diada de la tonyina roja.
- XXIII Diada dels fideus rossejats
- XXXIII Diada de l'Arrossejat i de la gamba blanca.



INTERNET I XARXES SOCIALS

Seguidors a les Xarxes Socials



90.000
SEGUIDORS A LES
XARXES SOCIALS

2N

MUNICIPI CATALÀ
AMB MÉS
SEGUIDORS A
INSTAGRAM

140.000
USUARIS A LA
PÀGINA WEB

600.000
VISITES A LES
DIFERENTS
PÀGINES DE LA
WEB DE TURISME

CAMPANYES

de promoció específiques a les xarxes socials, tripadvisor, minube, pàgines web de mitjans de comunicació.

WEB/BLOC

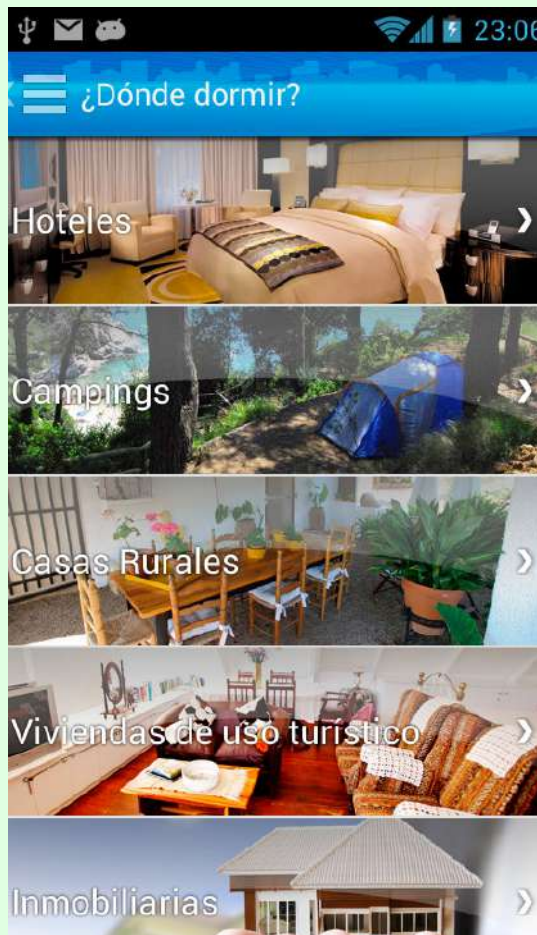
Constant actualització de les informacions de la web, traduccions, articles al bloc de Turisme.

APP

Geolocalització de rutes, allotjaments turístics, actualització de l'agenda.

LÍDERS A LES XARXES SOCIALS FOLLOWERS:

Facebook 56.000
Instagram 23.800
Twitter 8.900
Pinterest 3.300



LES VILES MARINERES DE LES TERRES DE L'EBRE.

ALCANAR,
LA RÀPITA,
L'AMPOLLA
I L'AMETLLA DE MAR

Aquests 4 municipis, sota la coordinació del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona a les Terres de l'Ebre, uneixen esforços per promocionar les seves destinacions, enguany han portat a terme 3 accions concretes:

- 1.- Promoció a Àlaba (Espanya).
- 2.- Les jornades de la Galera.
- 3.- Promoció a la zona Lió (França).



1. CAMPANYA A ÀLABA.

Del 15 de maig a l'1 de juny Accions realitzades:

PREMSA:

- Publicitat a El Correo, edició d'Álaba 15 mòduls, color. Divendres 19 i 26 de maig, en el suplement de ocio y gastronomía JANTOUR.
- www.elcorreo.com

- RADIO

- SER Vitòria.
- Radio Vitòria.
- 40 Vitòria.
- Cadena 100 Vitòria.

- INTERNET

- RTB Display, RTB Retargeting, White List y White list PMP
- Format: Standard IAB
- Segmentació: IP Àlaba
- RRSS: FB Display + Instagram Format: text+imatge
- Segmentació: persones +30 anys amb fills, interès viatges, turisme. IP Àlaba dates: del 15 al 31 de Mayo
- Branded Content Format: text + imatge.
- Segmentació: webs d'informació.

ALTRES:

- Onda0 Euskadi, "Aquí en la Onda Euskadi", 25 maig
- Entrevista a Damià Llaó, L'Ametlla de Mar i a Rosa Rochet, Sant Carles de la Ràpita.
- Radio Euskadi, "La ruta slow", 28 maig
- Entrevista a Albert Folch (Gerent Patronat Terres de l'Ebre).



ACCIONS AMB LES VILES MARINERES DE LES TERRES DE L'EBRE

2.- JORNADES DE LA GALERA DE LES TERRES DE L'EBRE

Del 10 de febrer al 5 de març.

Accions realitzades:

- Disseny i impressió cartells i despleables (1.000 i 6.000 respectivament).

- Repartiment cartells i despleables.

RÀDIO:

- Falques a RAC1 i RAC105.
- Falques Ràdio Ulldesona.

INTERNET:

- Actualització microsite www.terresdelebre.travel/jornadesgaleraiaescapades
- Campaña google adwords, 3.570.914 impressions
- Banners a les webs de Descobrir.cat
- Difusió a les XXSS una setmana abans de l'inici, recomanant l'assistència als milers d'amics a Facebook i Twitter de la revistes Descobrir i Cuina.
- Vilaweb (200,000 Impressions).
- Aguaita.cat.
- Concurs Instagram: 200 minuts per restaurant.
- Banners a <http://elpuntavui.cat>, 10.000 impressions.

PREMSA ESCRITA:

- El Punt Avui.
- Descobrir Cuina
- Descobrir Catalunya

3.- CAMPANYA A FRANÇA

De 20 de març al 4 d'abril.

Campaña de comunicació dirigida al mercat turístic emissor francès, més concretament a l'àrea metropolitana de Lió.

Accions realitzades:

- Actualització microsite www.terresdelebre.travel/villagesdepêcheurs

- Article Viles Marineres a la revista Désirs de Voyages, 8 pàgines. Data publicació: 27 març 2017. També publicat a la pàgina web de la revista. Newsletter B2C adreçada als subscriptors de Désirs de Voyages. Posts a les xarxes socials de la mateixa revista

- Campaña display: Del 21/03 al 04/04. Més de 2.000.000 d'impressions.

- Webs de viatges com: vacances.seloger.com, blablacar.fr, homelidays.com, promovacances.com, routard.com, leboncoin.fr, abritel.fr, booking.com, viamichelin.com, voyages-sncf.com.
o Webs d'oci com: w9.fr, tf1.fr, soonnigh.com.
o Webs femenines i/ofamílies: famili.fr, enfant.com, elle.fr, cosmopolitan.fr, gala.fr, voici.fr, magickmaman.com.

- Locatour

- 1.- Enviament d'una Newsletter.
- 2.- Comunicació a les seves xarxes socials (FB / TW)
- 3.- Article al seu bloc
- 4.- Nota de premsa





COSTA DAURADA
Estació Nàutica

PROMOCIONS DE L'ESTACIÓ NÀUTICA DE LA COSTA DAURADA

L'Estació Nàutica Costa Daurada és el domini nàutic més gran de Catalunya. Amb casi 90 kilòmetres de costa, inclou un total de set municipis:

" **Salou, Cambrils, Mont-roig del Camp / Miami Playa, Vandellòs i l'Hospitalet del Infant, l'Ametlla de Mar, l'Ampolla i Deltebre - Riumar.**

Es una costa que va des de Cap Salou fins les mateixes portes del Delta de l'Ebre que es caracteritza per les seves llargues platges de fina i Daurada sorra, que es complementen amb recòndites i desitjables cales d'aigua cristal·lina. Compta amb sis ports esportius amb tots els serveis.

L'Estació Nàutica Costa Daurada ofereix més d'un centenar d'activitats nàutiques diferents, adaptades a totes les edats, nivells i possibilitats. Des de les sortides amb kayak, jet ski, bateigs de submarinisme, windsurf, kitesurf, paddle surf, parasailing, flyboard...l'exclusiu Tuna Tour, únic al món, consistent en la pràctica de snorkel envoltat de tonyines gegants, al mar o l'experiència de compartir una jornada amb pescadors en els seus vaixells de pesca...

Per als amants de la navegació, la Costa Daurada ofereix nombroses possibilitats, ja siguin recorrent les seves cales i platges des de el mar, visitant els seus ports esportius o els seus ports naturals, des de on descobrir tots els atractius del territori.

RESUM ACCIONS 2017:

Fires:

Catalunya:

B-TRAVEL (Barcelona)
IBTM (Barcelona).
SALÓ NÀUTIC (Barcelona)
METCAT D'ESCAPADES (Barcelona)

Espanya:

FITUR (Madrid), Navartur (Pamplona),
Unibike (Madrid)

Internacional:

VAKANTIEBEURS (Utrech)
DUIKVAKER (Utrech)
ITB (Berlín), SEA TRADE CRUISE
SHIPPING(Miami)
SALON NAUTIQUE (Paris)
BOÖT 2017 (Düsseldorf)
MITT (Moscou)
WORLDTRAVELMARKET (Londres),
IGTM (Mallorca)

Altres:

ROADSHOW (Rússia) IN&OUT (Costa Daurada)

Edició opuscles:

ENJOY DE SEA (catàleg d'activitats)
DIVING & SNORKELLING
FISHING IN COSTA DAURADA

Press & fam trips amb premsa especialitzada, bloggers, influencers a les XXSS, workshops, catàlegs específics per a grups, business, agències de viatges, Festa de la mar...



©Kenesis®



PROMOCIONS VÀRIES



PROMOCIONS CONJUNTES AMB EL PATRONAT DE TURISME DE LES TERRES DE L'EBRE.

RÀDIO:

Córner Comunicació i Màrqueting Mercat Nacional. Campanya de publicitat (falques) a una de les principals emissores de ràdio al mercat català.



Córner Comunicació i Màrqueting Mercat Nacional, Estatal i Internacional. Campanya patrocini/concurs a una de les principals emissores de ràdio al mercat català.

ONLINE:

Córner Comunicació i Màrqueting Mercat Nacional, Estatal i Internacional. Campanya a Rumbo, mercat català, espanyol i francès.



Córner Comunicació i Màrqueting Mercat Nacional, Estatal i Internacional. Acció on-line Minube. mercat català, espanyol i francès.

EDICIÓ MATERIAL GRÀFIC:

Plànols de les cales, plànols carrers casc urbà i urbanitzacions, opuscles informatius de les activitats...



FAM&PRESS TRIPS:

Coordinació amb l'Agència Catalana de Turisme i el Patronat de Turisme de les Terres de l'Ebre de la visita dels viatges de premsa o d'agents turístics a la nostra població. Enguany ens han visitat periodistes especialitzats en senderisme, gastronomia i destinacions de sol i platja de diferents parts d'Europa.



PREMSA:

Campanyes de promoció a diferents mitjans de comunicació mitjançant convenis anuals de publicitat com per exemple amb: "Viu la Festa", "FestaCatalunya.cat", aguaita, Mes Tarragona, Descobrir Cuina, Descobrir Catalunya, Som Turisme, etc...

Difusió de l'agenda d'activitats local de elaboració de notes de premsa relacionades amb els sector turístic local.



Col·laboració amb blocs de Turisme.

FIRES TURÍSTIQUES:

Presència amb estand propi al Mercat d'Escapades de Barcelona, durant la fira es fan concursos entre els visitants.

ALTRES SERVEIS OFERTS DES DE L'OFICINA DE TURISME:

Assessorament per donar d'alta els Habitatges d'us turístic, venda d'activitats, servei informació 24h pantalla exterior, constant actualització de les informacions i del banc d'imatges, acolliment visites d'alumnes de Turisme de l'URV per saber com gestionen el dia a dia a l'Oficina, gestió i coordinació de filmacions (enguany vam tenir la filmació d'una seqüència de la superproducció "Super López), gestió incidències de la càmera del temps de TV3, reunions amb els sector turístic local per coordinar promocions.





CERTIFICATS COM A DESTINACIÓ DE TURISME ESPORTIU

L'AMETLLA DE MAR ÉS UNA DE LES 16 DESTINACIONS AMB CERTIFICACIÓ DE TURISME ESPORTIU DE CATALUNYA, ESPECÍFICA EN ESPORTS NÀUTICS (VELA I SUBMARINISME) PER L'AGÈNCIA CATALANA DE TURISME.

Què és el segell de DTE?

L'Agència Catalana de Turisme certifica amb el segell de Destinació de Turisme Esportiu els municipis de Catalunya que disposen d'infraestructures i serveis d'alta qualitat per a la pràctica de l'esport.

critèris i objectius de les DTE:

1. Ser el marc de disciplines esportives amb una alta representació internacional.
2. Potenciar modalitats esportives que es poden practicar en entorns naturals propis de Catalunya (rius, llacs, muntanyes, mar...).
3. Tenir la possibilitat d'acollir grans competicions internacionals.
4. Oferir instal·lacions i serveis d'alta qualitat.

Quins objectius té el segell DTE?

Promocionar i comercialitzar l'oferta turística catalana relacionada amb els esports entre un segment de la demanda molt concret però d'alta qualitat: esportistes d'alta competició, turistes que centren les vacances en l'esport, turistes que practiquen l'activitat esportiva durant el temps d'esbarjo, o bé el públic visitant amant dels grans esdeveniments esportius.

El segell DTE, a més, és una eina perfecta per diversificar l'oferta turística catalana i propiciar-ne la desestacionalització

A quin segment s'adapta l'Ametlla de Mar?

Esports nàutics (vela lleugera i submarinisme)

Qui està implicat dins la DTE?

Per una banda l'Administració, en aquest cas l'Agència Catalana de Turisme de Catalunya que és qui certifica la destinació i que coordina la posterior promoció i l'Ajuntament de la destinació encarregada de coordinar les empreses locals. I per altra banda les empreses del sector turístic de la destinació, ja siguin d'activitats o d'allotjament.



ORGANITZACIÓ D'ESDEVENIMENTS. DESESTACIONALITZAR LA TEMPORADA TURÍSTICA

A part de les diferents diades gastronòmiques ja esmentades a l'apartat de promoció gastronòmica, des de l'Àrea Municipal de Turisme s'organitzen altres esdeveniments per tal de desestacionalitzar la temporada turística i incentivar el comerç local.



CATIFES DE CORPUS:

Són un dels actes fora de temporada turística que aporta més visitants a la nostra població per tal de veure el treball dels veïns i veïnes confeccionant les ja tradicional catifes de Corpus.

Des de l'Àrea de Turisme es coordinen les tasques de suport de la brigada de l'Ajuntament, es col·labora econòmicament amb les agrupacions de veïns per fer front a la despesa de materials i es gestiona el conveni anual amb l'IES Verge Candelera per la col·laboració dels alumnes.



CONCURS DE FOTOGRAFIA DE LES TERRES DE L'EBRE:

Un total de 55 participants van presentar 166 fotografies la 17è concurs de fotografia paisatgística de les Terres de l'Ebre, organitzat per Turisme de l'Ametlla de Mar i de Deltebre.

El jurat va remarcar un any més l'alta qualitat de les fotografies presentades, consolidant aquest concurs com un dels més prestigiosos dels que se celebren a les nostres comarques.

Els premis es van entregar el dissabte 28 de gener a les 7 de la tarda al Centre d'Interpretació de la pesca (porxos de la confraria vella de pescadors), acte emmarcat dins les Festes Majors de la Candelera, on també es van exposar durant tot el mes de febrer les fotografies guanyadores i les finalistes.



CONCURS D'APARADORS I FAÇANES DE NADAL:

Per tal d'incentivar la decoració dels aparadors dels comerços locals l'Àrea de Turisme organitza el concurs d'aparadors i Façanes de Nadal.

ALTRES ACTES AMB LA COL·LABORACIÓ DE L'ÀREA DE TURISME:

Festa de la Mar conjuntament amb l'Estació Nàutica de la Costa Daurada.
Diada de la Vela llatina.

Rècord Guinness més gent fent snorkel organitzat per Plàncton Diving.

La marató de TV3 (desplegament de paraigües a través de la càmera del temps).

