

MEMÒRIA 2023

PATRONAT DE TURISME COSTA
BRAVA PIRINEU DE GIRONA

Girona Patronat de Turisme
Costa Brava Girona



ÍNDEX DE CONTINGUTS

1— INTRODUCCIÓ DEL PRESIDENT	4	5.2 Fires de turisme	24
1.1 Visitants i estades a la demarcació de girona	7	5.3 Accions a prescriptors	26
2— ESTRUCTURA ORGANITZATIVA	8	6— CLUBS DE MÀRQUETING I PRODUCTE	27
2.1 Òrgans de govern	9	6.1 Cultura i identitat	29
2.2 Consell d’administració	9	6.2 Enogastronomia	32
2.3 Comissió Assessora	10	6.3 Golf	35
2.4 Organismes en els quals el Patronat té representació	10	6.4 Natura i Turisme Actiu	38
2.5 Consell Assessor General	11	6.5 Ruta del Vi DO Emporda	41
2.6 Organigrama	12	6.6 Salut i benestar	44
3— PRESSUPOST	13	6.7 Turisme Esportiu	47
3.1 Pressupost d’ingressos	14	6.8 Unique Premium	50
3.2 Pressupost de despeses	15	6.9 Convention Bureau	53
3.3 Ajuts, convenis de col·laboració i patrocinis	16	6.10 Costa Brava Cruise Ports	56
4— SOSTENIBILITAT	17	6.11 Costa Brava Yatch Ports	58
4.1 Sostenibilitat	18	6.12 Turisme Familiar	60
5— ACCIONS PROMOCIONALS	20	6.13 Turisme Inclusiu i Sènior	62
5.1 Accions promocionals principals	21	6.14 Marca Pirineus	64

7— MÀRQUETING DIGITAL, PUBLICITAT I COMUNICACIÓ CORPORATIVA	67
7.1 Màrqueting digital	68
7.2 Campanyes de publicitat i comunicació	74
7.3 Comàrqueting	80
7.4 Comunicació corporativa i premsa	81
7.5 Premis G!	83
7.6 Atenció al visitant	84
7.7 Banc d’imatges	85
8— FORMACIÓ	86
8.1 Programa de formació professional Turisme 360°	87
9— INTEL·LIGÈNCIA DE MERCAT	88
9.1 Intel·ligència de mercat	89





1-INTRODUCCIÓ DEL PRESIDENT



El desenvolupament de l'activitat turística a la demarcació de Girona el 2023 ha sigut satisfactori, amb increments en el nombre de pernoctacions, estades mitjanes i despesa, així com un molt bon funcionament de la pretemporada i posttemporada. El dinamisme del sector turístic de la demarcació, que segueix impulsant nous projectes i equips de gran qualitat que regeneren la destinació i esdevenen un reclam turístic, impulsa l'obtenció d'aquests bons resultats.

La inestabilitat geopolítica, econòmica i social global relacionada amb els conflictes entre Israel i Gaza i Ucraïna i Rússia, l'encariment de les matèries primeres i dels carburants, la pujada generalitzada del cost de vida i el sorgiment de conflictes socials fa més que mai necessari el posicionament de la Costa Brava i el Pirineu de Girona com una destinació segura i competitiva a Europa i la Mediterrània. Tot i aquest increment dels preus i la situació d'incertesa, els viatges continuen sent una prioritat per a la població dels principals mercats emissors.

Aquest exercici, el Patronat de Turisme Costa Brava Girona de la Diputació de Girona ha acomplert notablement el Pla d'accions i objectius del 2023 (PAO). El PAO ha combinat accions de promoció, comercialització, comunicació i formació, focalitzades a consolidar els mercats de proximitat, a restablir els mercats centreeuropeus i del Regne Unit, i a fer créixer el mercat nord-americà. Destaquen 329 accions distribuïdes en una dotzena de mercats. Les accions han consistit en actuacions concretes com ara l'organització i la participació en 86 accions promocionals, l'assistència a 27 fires de turisme, la participació en 21 workshops, la programació de 118 viatges a la destinació per a 480 agents de viatges, periodistes i creadors de contingut, l'organització de 20 sessions formatives dirigides a 429 professionals, la programació d'agendes comercials i la producció de campanyes de promoció pròpies. Alhora, s'ha donat continuïtat per tercer any consecutiu a la campanya publicitària «Viu el doble», que també s'ha ampliat.

Cal remarcar la renovació integral del portal oficial de la Costa Brava i el Pirineu de Girona a la primavera i la reestructuració dels perfils socials d'Instagram, X (abans Twitter), TikTok, Facebook i LinkedIn de la destinació per harmonitzar l'estil, millorar la qualitat dels continguts i captar més audiència internacional.

En aquest mateix exercici, el Patronat de Turisme Costa Brava Girona de la Diputació de Girona ha renovat l'equip de presidència per als pròxims quatre anys en el marc de l'aprovació del cartipàs de la Diputació de Girona. Amb tot, l'entitat ha seguit impulsant valors com la inclusivitat, la transformació digital i la sostenibilitat amb actuacions concretes dutes a terme per la Secretaria Tècnica de Sostenibilitat, de manera que fa un pas més per aconseguir l'Agenda 2030 i desplegar el Compromís Nacional per un Turisme Responsable, impulsat per la Generalitat de Catalunya.

La Memòria d'activitat del Patronat de Turisme Costa Brava Girona de la Diputació de Girona que segueix descriu de manera resumida aspectes relatius a l'estructura organitzativa de l'entitat, al màrqueting operatiu i digital, a la difusió de marca, a la comunicació, a la sostenibilitat i a la competitivitat.

MIQUEL NOGUER I PLANAS

President de la Diputació de Girona i del Patronat
de Turisme Costa Brava Girona

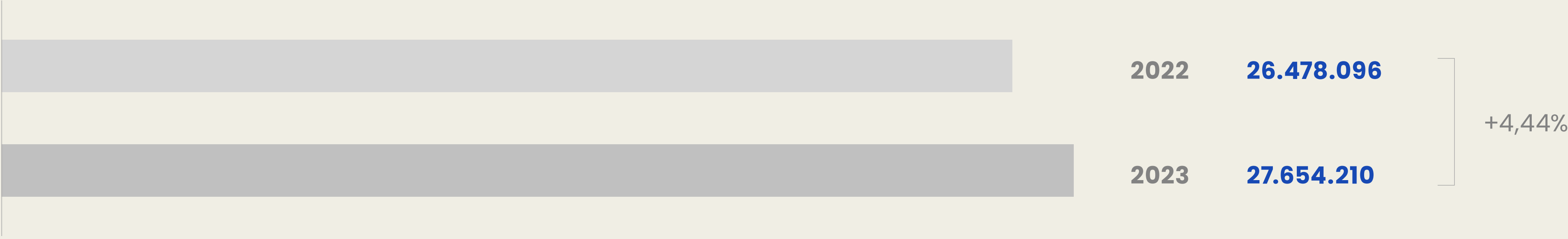
VISITANTS I ESTADES A LA DEMARCACIÓ DE GIRONA

Font: Eurecat, Centre Tecnològic de Catalunya, a partir de la plataforma TDS.

Arribades



Pernoctacions





2-ESTRUCTURA ORGANITZATIVA

ÒRGANS DE GOVERN

Junta General

L'òrgan suprem del Patronat, integrat per accionistes des del 1976.

Consell d'Administració

Format per quinze membres, vuit del sector públic i set del sector privat.

Per tal de donar compliment a la disposició addicional dotzena de la Llei 7/1985, de 2 d'abril, reguladora de les bases del règim local (LRBRL), en la redacció modificada per la Llei 27/2013, de 27 de desembre, de racionalització i sostenibilitat de l'Administració local (LRSAL), el Ple de la Diputació celebrat el 23 de setembre del 2014 va aprovar classificar el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, dins del grup I, amb la qual cosa els membres del Consell d'Administració van passar a quinze.

CONSELL D'ADMINISTRACIÓ

(En data 31 de desembre del 2023, la composició era la següent)

Sector Públic

Diputació de Girona

Miquel Noguer i Planas, president
Jordi Masquef i Creus, vicepresident primer
Joan Plana i Sagué, vicepresident segon
Jordi Camps i Vicente
Adrià Lamelas i Martínez

Consells comarcals

Va ser escollit per majoria, com a representant de tots els consells comarcals de les comarques gironines, Santiago Reixach i Garriga, president del Consell Comarcal de la Garrotxa.

Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat

Joan Martí i Bonmatí

Facultat de Turisme de la Universitat de Girona

Joaquim Majó i Fernández

Sector Privat

Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Girona

Enric Dotras i Rusalleda, vicepresident tercer

Gremis i associacions

Federació d'Hostaleria

Antoni Escudero i Martínez

Associació de Càmpings de Girona

Miquel Gotanegra i Portell

Associació Turística d'Apartaments

Esther Torrent i Vila

Agències de viatges

Jordi Martí i Utset

Associació de Turisme Rural de Girona

Ramon Corominas i Estany

Persona idònia

Lluís Torrent i Suñé

COMISSIÓ ASSESSORA

La Comissió Assessora del president està formada pels membres del Consell d'Administració que ell designa. En data 31 de desembre del 2023, la composició era la següent:

- Miquel Noguer i Planas, President
- Jordi Masquef i Creus, Vicepresident primer
- Joan Plana i Sagué, Vicepresident segon
- Enric Dotras i Rusalleda, Vicepresident tercer
- Carles Mota i López
- Joan Martí i Bonmatí
- Antoni Escudero i Martínez
- Miquel Gotanegra i Portell
- Lluís Torrent i Suñé
- Josep Maria Pla i Calsina
- Gemma Geis i Carreras
- Josep Comaposada i Seuba
- Jordi Martí i Utset
- Dolors Vidal i Casellas
- Xavier Trias i Arraut
- Jordi Mias i Morell
- Jaume Dulsat i Rodríguez
- Norbert Bes i Ginesta, Director del Patronat

ORGANISMES EN ELS QUALS EL PATRONAT TÉ REPRESENTACIÓ

Agència Catalana de Turisme (ACT)

Representants del Patronat a l'ACT:

Consell de Direcció

Norbert Bes i Ginesta, director del Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Consell General de Participació

Miquel Noguer i Planas, president del Patronat de Turisme Costa Brava Girona

CONSELL ASSESSOR GENERAL

(En data 31 de desembre del 2023, la composició era la següent)

Miquel Noguer i Planas Diputació de Girona
Jordi Masquef i Creus Diputació de Girona
Joan Plana i Sagué Diputació de Girona
Jordi Camps i Vicente Diputació de Girona
Adrià Lamelas i Martínez Diputació de Girona
Carles Motas i López Diputació de Girona
Santiago Reixach i Garriga Representació dels consells comarcals gironins
Carles Ramonet i Costa Diputació de Girona. Àrea d’Esports
Josep Cortijo i Guitart Diputació de Girona. Àrea de Promoció i Desenvolupament Econòmic Local
Jordi Llach i Expósito Diputació de Girona. Fons Europeus
Francesc Armengol i Morales Consell Comarcal de la Cerdanya
Albert Sanz i González Consell Comarcal de la Selva
Xavier Guitart i Cano Consell Comarcal del Ripollès
Enric Marquès i Serra Consell Comarcal del Baix Empordà

Pere Casellas i Borrell Consell Comarcal de l’Alt Empordà
Robert Mundet i Anglada Consell Comarcal del Gironès
Gemma Canalias i Rafel Consell Comarcal de la Garrotxa
Francesc Castañer i Campolier Consell Comarcal del Pla de l’Estany
Joan Martí i Bonmatí Director dels Serveis Territorials d’Empresa i Treball
Joaquim Majó i Fernández Universitat de Girona. Facultat de Turisme
Gemma Geis i Vilar Ajuntament de Girona
Fèlix Llorenç i Palou Ajuntament de Roses
Joan Felip i Furés Ajuntament de Blanes
Ana Abellán i Gómez Ajuntament de Tossa de Mar
Lluís Bosch i Rebarter Ajuntament de Colera
Josep Antoni Ramon Guasch Ajuntament de Serinyà
Ramon Moliner i Serra Estacions d’esquí del Pirineu de Girona
Artur Altabàs i Molina Turisme accessible de Girona, MIFAS
Francesc Xavier Puig i Oliveras Representant dels parcs naturals de Girona

Romina Ribera i Marigó Club de la Ruta del Vi i Enogastronomia
David Plana i Viladomat Club de Producte de Golf
Marc Casadellà i Amer Club de Natura i Turisme Actiu
Teresa Cervera i Figueras Club de Salut i Benestar
Salvador Sunyer i Bover Club de Cultura i Identitat
Jordi Mias i Morell Club del CB Girona Convention Bureau
Federico Alvargonzález Club Unique Premium
Marc Gonkel Club d’Enogastronomia
Jordi Congost i Genís Club de Turisme Esportiu
Enric Dotras i Ruscalleda Cambra de Comerç de Girona
Joan Masó i Sala Cambra de Comerç de Girona
Antoni Escudero i Martínez Federació d’Hostaleria
Jesús Maria Pont i Colldecarrera Federació d’Hostaleria
Miquel Gotanegra i Portell Associació de Càmpings de Girona
Ramon Corominas i Estany Associació de Turisme Rural de Girona

Esther Torrent i Vila Associació Turística d’Apartaments
Xavier Garcia Senés Associació d’Hostaleria, Turisme i Restauració de Girona
Maite Aliu i Rotger Associació de Camps de Golf
Míriam Prat i González Associació de Centres Subaquàtics
Jordi Martí i Utset Associació Catalana d’Agències de Viatges
Josep Carreras i Bech Gremi de Promotors i Constructors
Josep Maria Cama i Massana Parcs Aquàtics de la Costa Brava
Raimon Roca i Puig Ports Esportius de la Costa Brava
Josep Ros i Pijoan Creuers Turístics de la Costa Brava
Enric Gimeno i Aragonés Transports i Mobilitat
Josep Maria Pla i Calsina Persona idònia
Lluís Torrent i Suñé Persona idònia
Àlex Trias i Arraut Persona idònia
Oriol Aguilà i Vilà Persona idònia
David Bellver i Vives Persona idònia

Josep Comaposada i Seuba Persona idònia
Dolors Vidal i Casellas Persona idònia
Genís Matabosch i Giménez Persona idònia
Xavier Pascual i Bellosta Persona idònia
Miquel Juncà i Riuró Persona idònia
Jaume Busquets i Arnau Persona idònia
Albert Gómez i Casas Persona idònia
Jaume Dulsat i Rodríguez Persona idònia

ORGANIGRAMA

Consell d’administració

Consell Assessor General

Presidència

Comissió Assessora

Direcció

Secretari general

Administració

Administració

Recepció, informació turística, comptabilitat, logística, tresoreria, contractació, control econòmic, administració, seu electrònica, contractació pública, auditories, gestio laboral

Aeroport de Girona

Informació turística

Comunicació i premsa

Màrqueting, promoció i comunicació

Clubs de màrqueting i de producte

Natura i Turisme Actiu, Salut i Benestar, Cultura i Identitat, Ruta del Vi DO Empordà, Golf, Costa Brava Girona Convention Bureau, Costa Brava Cruise Ports, Sènior, Inclusiu, Familiar, Unique Premium, Enogastronomia, Turisme Esportiu

Fires i operadors

Màrqueting *online*

Portal turístic, xarxes socials i campanyes digitals

Documentació i arxiu d’imatges

Publicitat i comàrqueting

Sostenibilitat

Formació

3-PRESSUPOST

PRESSUPOST D'INGRESSOS

Descripció	Drets nets (€)	%
Transferències corrents	5.560.954,12	93,26
Diputació de Girona	5.456.000,00	91,50
Direcció General de Turisme, pel cofinançament de les despeses de funcionament de l'Oficina de Turisme de l'Aeroport	71.327,12	1,20
Membres del Costa Brava Cruise Ports	15.000,00	0,25
Membres del Costa Brava Yacht Ports	8.000,00	0,13
Subvenció del Departament de Cultura: projecte immersiu «Inside Costa Brava Pirineu de Girona Quiz»	10.627,00	0,18
Prestació de serveis i altres ingressos	401.891,59	6,74
Total d'ingressos	5.962.845,71	

PRESSUPOST DE DESPESES

Descripció	Despesa real (€)	%
Programa 0. Estructura i funcionament	1.963.641,66	33,60
Despeses de personal	1.614.892,25	27,63
Despeses d'administració	315.335,55	5,40
Inversió en immobilitzat	33.177,33	0,57
Despeses financeres	236,53	0,004
Programa 1. Màrqueting i promoció	3.313.701,55	56,71
Màrqueting de productes	912.741,31	15,62
Publicacions, documentació i arxiu d'imatges	93.908,81	1,61
Publicitat i creativitat en publicitat	1.120.709,92	19,18
Despeses en accions promocionals	926.990,43	15,86
Patrocinis i altres esponsoritzacions	259.351,08	4,44
Programa 2. Desenvolupament en línia	227.960,81	3,90

Descripció	Despesa real (€)	%
Programa 3. Jornades de formació	10.039,51	0,17
Programa 5. Posicionament i gestió de la marca	81.090,78	1,39
Programa 7. Comunicació i relacions públiques	62.558,86	1,07
Programa 9. Lideratge turístic	184.694,29	3,16
Despeses de lideratge turístic	55.510,84	0,95
Despeses de l'Oficina de Turisme de l'Aeroport	129.183,45	2,21
Total de despeses	5.843.687,46	

AJUTS, CONVENIS DE COL·LABORACIÓ I PATROCINIS

1

Conveni de col·laboració

203.456,00 €

amb l'Agència Catalana de Turisme.

47

Contractes de patrocini

255.803,48 €

atorgats a agrupacions, clubs, associacions, fundacions i empreses privades.





4-SOSTENIBILITAT

SOSTENIBILITAT

La Secretaria Tècnica de Sostenibilitat treballa en l'estratègia de posicionament de la Costa Brava i el Pirineu de Girona com a destinació turística responsable i sostenible.

Els tres àmbits d'actuació són els següents:

Intern

Constitució de la Taula Territorial de Sostenibilitat Turística.

Integrants: Diputació de Girona, Direcció General de Turisme / Agència Catalana de Turisme, un representant dels consells comarcals gironins, un representant dels municipis (Green Destinations), ACA, un representant dels parcs naturals de la demarcació de Girona, Ports de la Costa Brava, Consorci de les Vies Verdes, Cambra de Comerç de Girona, Universitat de Girona i representants de col·lectius d'allotjament turístic, agències de viatges, empreses d'activitats i serveis, transports, enogastronomia, una entitat vinculada a l'accessibilitat i de la ciutadania.
Definició del Pla d'accions i objectius.

Elaboració del *Manual d'accions sostenibles*. Adhesió al Global Tourism Plastics Initiative.

Programa de les Nacions Unides per al Medi Ambient i l'Organització Mundial del Turisme, en col·laboració amb la Fundació Ellen MacArthur.

Formació a l'equip del Patronat sobre sostenibilitat i millores internes (mobilitat, energia, residus, compres).

Sector

Diagnosi del grau de sostenibilitat de les empreses turístiques de la Costa Brava i el Pirineu de Girona (associades als clubs del Patronat).

Elaboració del quadre «Comparativa de segells de sostenibilitat turística».

25 segells principals.

Formacions específiques.

Al Grup Costa Brava Centre.

«Com podem estalviar aigua als establiments d'allotjament i quins ajuts hi ha per fer inversions», amb el Clúster de l'Aigua de Catalunya i la DGT dins el projecte «Wat'savereuse» a Llançà, Portbou, Roses, Blanes i Lloret de Mar. 80 participants.

Visites i assessorament a set empreses privades i entitats públiques del territori.

Destinació

Decàleg de valors sostenibles i experiències de compromís amb la sostenibilitat.

Sensibilització i difusió a través de les xarxes socials

Estalvi d'aigua.

Setmana Europea de la Mobilitat.

Sostenibilitat social a TikTok.

Articles al blog

«Totes les etapes del viatge compten».

«El nostre compromís per a la sostenibilitat... i el teu?».

«Moguem-nos de forma verda!».

«Descansar, una part essencial del viatge».

«Un salt decidit cap a un turisme més sostenible i amb menys plàstics».

Suport en accions de promoció de la sostenibilitat

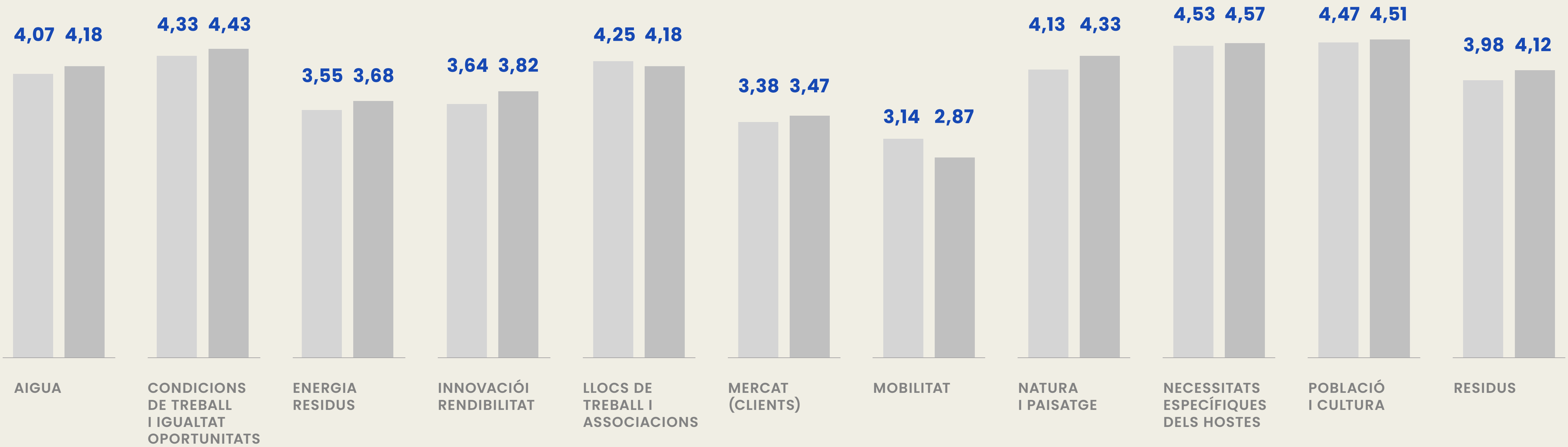
Viatge de familiarització de Braztoa de l'ACT.

Diagnosi del grau de sostenibilitat de les empreses turístiques de la Costa Brava i el Pirineu de Girona

L'entitat va distribuir una enquesta d'autodiagnosi als seus membres amb l'objectiu d'obtenir una radiografia del nivell de sostenibilitat en diferents àmbits. Els resultats de l'enquesta, amb una mostra del 34 % dels membres, presenten la comparativa amb la mitjana de Catalunya i propostes de millora.

*Nota: Valoracions són de 0 a 5, de menor a major grau de sostenibilitat.

Llegenda:
MITJANA DE CATALUNYA
RESULTAT PER TEMÀTICA





5-ACCIONS PROMOCIONALS

ACCIONS PROMOCIONALS PRINCIPALS



«Sports & Events Workshop» a Girona.



Presentacions «Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona» a Brussel·les.

Presentacions «Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona»

- 3

Ciutats: Amsterdam, Dublín, Brussel·les
- Agents i prescriptors de viatges
- 110

Periodistes i creadors de continguts
- 55

Empreses i entitats gironines
- Cuina del Vent, Cuina de l'Empordanet, Girona Excel·lent

Roadshow «Afterwork Costa Brava & Girona Pyrenees» als Estats Units

- 3

Ciutats: New Haven, Chicago, Miami
- 120

Agents especialitzats i programadors d'esdeveniments
- 8

Entitats i empreses gironines

Workshop invers«The unexpected Costa Brava & Girona Pyrenees»

- 1

Workshop
- 3

Viatges de familiarització temàtics
- 42

Agents i prescriptors de viatges del Regne Unit, Bèlgica i els Països Baixos
- 46

Empreses i entitats gironines

Acció «Sports & Events Workshop» a Lloret de Mar – Costa Brava

- 1

Workshop
- 3

Networkings
- Programa d'activitats esportives
- 75

Agents i operadors esportius, programadors de reunions i organitzadors d'esdeveniments esportius i corporatius internacionals
- 75

Proveïdors de serveis turístics



Acció «Connections Luxury Europe» a la Costa Brava

- «Mercat d'experiències»
- 1

100

2
- Networking

Professionals membres de l'associació Connections Luxury

Viatges de premsa. 24 participants



Viatge de creadors de continguts amb l'agència GO Talent

- 1

12
- Programa d'experiències

Creadors de continguts a Instagram i TikTok (moda, estil de vida i bellesa).

Impacte (en 10 dies): 7,5 milions d'usuaris, 9.000 impactes de mitjana per story, més de 73.000 likes, vídeos compartits més de 3.300 vegades.



FIRES DE TURISME

Nom	Lloc	Tipus	Participació
Vakantiebeurs	Utrecht, Països Baixos	Genèrica Mixta	Estand propi
CMT	Stuttgart, Alemanya	Genèrica Públic final	Catalunya
Fitur	Madrid, Espanya	Genèrica Mixta	Catalunya
Holiday World	Dublín, Irlanda	Genèrica Públic final	Catalunya
Navartur	Pamplona, Espanya	Genèrica Públic final	Estand propi
FINE	Valladolid, Espanya	Ruta del Vi DO Empordà Professional	Catalunya
Salon de la Plongée	París, França	Natura i Turisme Actiu Professional	Entitat Associació
Copenhagen Bike Show	Copenhaguen, Dinamarca	Turisme Esportiu Mixta	Catalunya
ITB	Berlín, Alemanya	Genèrica Professional	Catalunya
B travel	Barcelona, Espanya	Genèrica Públic final	Catalunya
Mercat del Ram	Vic, Espanya	Genèrica Públic final	Estand propi
Salon Les Nautiques de Port Camargue	Le Grau du Roi, França	Natura i Turisme Actiu Mixta	Entitat Associació
MYBA Yacht Show	Barcelona, Espanya	Yacht Ports Professional	Entitat Associació
Seatrade Cruise Global	Fort Lauderdale, Estats Units	Cruise Ports Professional	Catalunya
Expovacaciones	Bilbao, Espanya	Genèrica Ruta del Vi DO Empordà Públic final	Estand propi
Andorra la Vella	Andorra, Principat d'Andorra	Ruta del Vi DO Empordà Públic final	Estand propi
British Swimming Summer Championships	Sheffield, Regne Unit	Turisme Esportiu Professional	Catalunya
Rouleur Live	Londres, Regne Unit	Turisme Esportiu Mixta	Estand propi
IAGTO European Convention	Marbella, Espanya	Golf Costa Brava Professional	Estand propi



Nom	Lloc	Tipus	Participació
London Cycle Show	Londres, Regne Unit	Turisme Esportiu Professional	Estand propi
IMEX	Frankfurt, Alemanya	CBGCB Professional	Catalunya
Synergy – The Retreat Show	Cancún, Mèxic	Salut i Benestar Unique Premium Professional	Catalunya
Seatrade Cruise Med	Hamburg, Alemanya	Cruise Ports Professional	Catalunya
World Football Summit	Sevilla, Espanya	Turisme Esportiu Professional	Estand propi
WTM	Londres, Regne Unit	Genèrica Professional	Catalunya
IBTM World	Barcelona, Espanya	CBGCB Professional	Entitat Associació
Fira Gran	Barcelona, Espanya	Turisme Inclusiu i Sènior Públic final	Catalunya
IGTM	Lisboa, Portugal	Golf Costa Brava Professional	Catalunya



ACCIONS A PRESCRIPTORS

Viatges de premsa

- 42

Viatges
- 116

Periodistes

Viatges de familiarització

- 59

Viatges
- 406

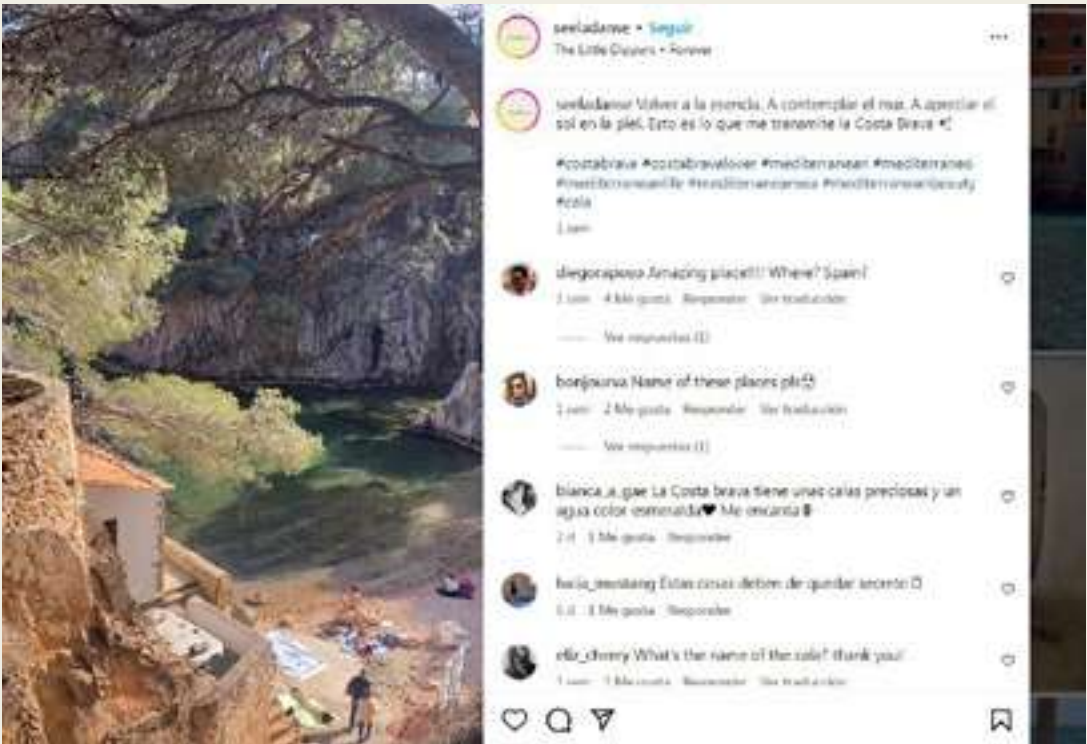
Agents de viatges

Viatges amb creadors de contingut

- 21

Viatges
- 55

Prescriptors i creadors de contingut digital





6-CLUBS DE MÀRQUETING I PRODUCTE



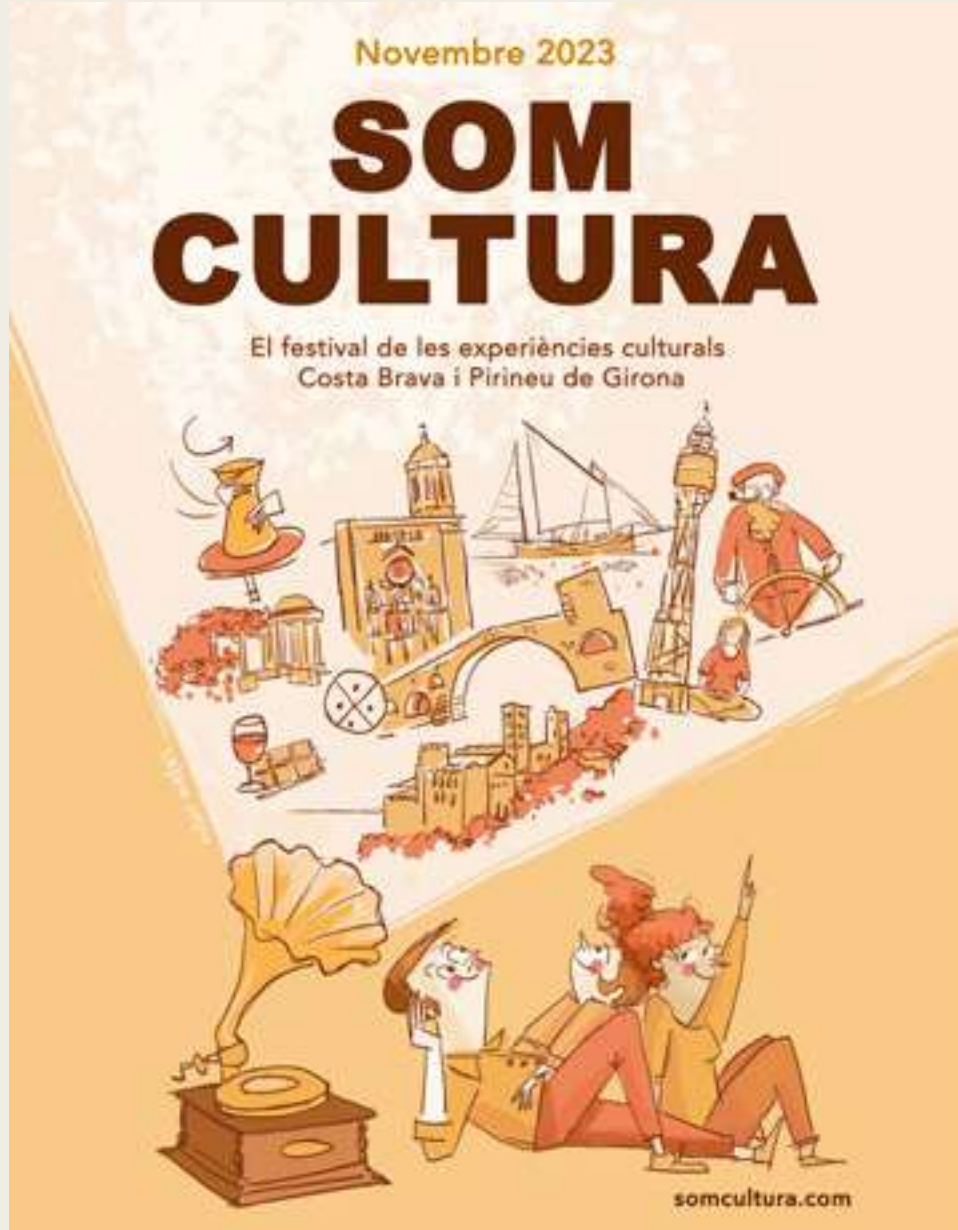
El Patronat de Turisme Costa Brava Girona té nou clubs de màrqueting de producte, amb més de vuit-centes cinquanta entitats i empreses associades, i treballa altres productes com el turisme familiar, el turisme inclusiu i el turisme de creuers i iots. La filosofia principal dels clubs de producte es basa en la cooperació i la col·laboració entre els seus membres públics i privats sota una marca comuna, amb l'objectiu, d'una banda, d'incrementar la qualitat i la competitivitat del producte i la destinació turística, i, de l'altra, de millorar-ne la comercialització. Així mateix, el Patronat de Turisme fomenta la creació de sinergies entre els diferents clubs, incentiva la transformació digital i impulsa l'estratègia de sostenibilitat per posicionar la Costa Brava i el Pirineu de Girona com a destinació turística responsable.

CULTURA I IDENTITAT



Cultura i identitat
Costa Brava
Pirineu de Girona

85 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

8a edició de «Som cultura».

28 activitats, 5043 visites al web, 1423 participants, 79% d'ocupació.

2a edició de «Beu-te el museu».

12 activitats en museus i cellers Ruta del Vi DO Empordà, 190 participants, 72% d'ocupació.

«Experiències Costa Brava i Pirineu de Girona» al portal web oficial.

Costa Brava Girona Festivals al portal web oficial.
Ja tardes, programa de ràdio de RAC105 en directe. CBG!festivals, Barcelona.

2.698.358 impactes, 472 participants al *village*.

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

ACCIONS PROMOCIONALS

«Un viaje en alturas al Pirineu de Girona» a València amb els clubs d'Enogastronomia i Natura i Turisme Actiu.

31 prescriptors i periodistes.

WORKSHOPS

Clubs Premium i de Cultura, mercat català. 29 participants.

Agències especialitzades en turisme escolar, mercat català. 6 participants.

Associació de Càmpings, Cultura i Ruta del Vi DO Empordà, mercat català. 24 participants.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge i *workshop* amb agències escolars, mercat català. 6 participants.

Viatge amb Run by Singers, mercat britànic. 1 participant.

Viatge amb *workshop* invers, mercat benelux i britànic. 15 participants.

Viatge amb Imagine Travel, mercat belga. 2 participants.

Viatge amb Visit Empordanet, mercat estatal. 5 participants.

Viatge amb Jumbo Tours, mercat estatal. 2 participants.

Viatge amb CBVH, mercat nord-americà. 4 participants.



ACCIONS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

Campanya publicitària «Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona».

Campanyes publicitàries al mercat català.

CBG!festivals, Som Cultura i «Beu-te el museu».

Publicacions al blog Be Inspired del portal web oficial.

VIATGES DE PREMSA

Col·laboració en un viatge amb Aquí la tierra (RTVE), mercat estatal. *1 participant.*

Viatge amb el diari Ara. Sèrie del patrimoni marítim, mercat català. *1 participant.*

Viatge «La ruta de les flors i festival Som Benestar», mercat estatal. *9 participants.*

Revista Mía, La Vanguardia, Revista Yoga Spirit, Gastronomistas, Altum, El País, Periodista Digital, Onda Cero, Barcelona Secreta i RNE4.

Viatge amb *L'Indépendant*, mercat francès. *1 participant.*

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

Viatge amb *Travenders*, mercat del Benelux. *2 participants.*

Viatge CBG!festivals amb La Florinata, Marta Martí i Cristina Brondo, mercat català. *3 participants.*

Distribució de *newsletters* a agents de viatge i periodistes mitjançant les agències de comunicació externes dels mercats estatal, francès, britànic i del Benelux.

MATERIAL

Ampliació de l'arxiu fotogràfic de l'oferta cultural.

Marxandatge de CBG!festivals.

PATROCINIS I SUPORT

Patrocinis de festivals de la marca CBG!festivals.

ENO GASTRONOMIA



Enogastronomia
Costa Brava
Pirineu de Girona

174 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

«Taste of London» amb Girona Excel·lent.

Fòrum Gastronòmic de Girona amb Girona Excel·lent.

Fòrum Gastronòmic de Barcelona amb Girona Excel·lent.

«Experiències Costa Brava i Pirineu de Girona» al portal web oficial.

2 viatges de l’acció «Connections Luxury Europe», multimercat. 24 participants.

Viatge amb Altaï, mercat francès. 1 participant.

Viatge amb Jornades Turespaña, mercat nord-americanà. 6 participants.

Viatge amb Abercrombie & Kent, mercat britànic. 1 participant.

Viatge amb Signature Travel, mercat suís. 1 participant.

Viatge amb El Corte Inglés, mercat estatal. 5 participants.

ACCIONS PER A CANALS D’INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

ACCIÓ PROMOCIONAL

«Un viaje en alturas al Pirineu de Girona» a València amb els clubs de Cultura i Identitat i Natura i Turisme Actiu.

31 prescriptors i periodistes.

Roadshow «Afterwork Costa Brava & Girona Pyrenees» als Estats Units amb un tast enogastronòmic.

New Haven, Chicago, Miami, 120 agents especialitzats i programadors d’esdeveniments i 8 empreses gironines.

AGENDES COMERCIALS

Agenda amb el Club Unique Premium, mercat suís. 10 agències.

Agenda online al mercat britànic. 4 participants.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge amb workshop invers, mercat benelux i britànic. 15 participants.



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

- Campanya «Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona».**
- Campanya específica** als mercats català, estatal i britànic.

Espot de 20 segons a TV3 i al 3/24 en *prime time*, YouTube, *Time Out* i *Condé Nast Traveler*.

Comàrqueting al portal Inspire my Holiday, mercat britànic.

VIATGES DE PREMSA

Viatge «Garoinada», mercat estatal. *5 participants.*

Top Viajes, La Razón, Viajar, Con Mucha Gula, Time Out, El Periódico, Intereconomía.

Viatge «Novetats Setmana Santa», mercat estatal. *4 participants.*

Descobrir, RACC, Onda Cero.

Viatge «Enogastronomia d'autor», mercat estatal. *6 participants.*

Descobrir, VNG, Gastronomistas, Cosmopolitan Digital, Etheria Magazine, Hule & Mantel, Crónica Global, Elle Magazine.

Viatge amb *Haaretz*, mercat hebreu. *2 participants.*

Viatge amb *Lonely Planet*, mercat italià. *1 participant.*

Viatge amb *Le Figaró*, mercat francès. *2 participants.*

Viatge amb la revista *Le Marianne*, mercat francès. *1 participant.*

Viatge amb Arte TV, mercat francès. *1 participant.*

Viatge amb la revista *Forbes*, mercat nord-americà. *1 participant.*

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

Viatge amb l'agència GO Talent. *12 participants.*

ALTRES

Distribució de *newsletters* a agents de viatge i periodistes mitjançant les agències de comunicació externes dels mercats estatal, francès, britànic i del Benelux.

FORMACIÓ

***Benchmark* d'oleoturisme.** *22 participants.*

«Creació i comercialització de producte oleoturístic». *16 participants.*

MATERIAL

Producció audiovisual de 40 càpsules de 20 segons.
Ampliació de l'arxiu fotogràfic.

GOLF



Golf
Costa Brava
Pirineu de Girona

31 membres



LA COSTA BRAVA EST CONNUE POUR SES PLACES DE REVE, SA GASTRONOMIE ET SA RICHESSE HISTORIQUE ET CULTURELLE. Cependant, tout le monde ne sait pas qu'il s'agit aussi d'une destination de golf de premier plan. Avec ses terrains de golf de classe mondiale et le climat méditerranéen parfait pour jouer en plein air, la Costa Brava est un choix idéal pour ceux qui recherchent une expérience de golf unique.

L'un des principaux atouts de la Costa Brava en tant que destination de golf est son impressionnante variété de parcours. Du **Cominal Golf & Wellness** à l'ancien **PGA Catalunya Golf & Wellness**, jusqu'à l'**Emporers Golf Club**, la région peut se vanter de posséder certains des parcours les plus beaux et les plus difficiles d'Europe. Les terrains de golf de la Costa Brava sont conçus pour offrir les défis, mais aussi les experts et offrent des vues impressionnantes sur la Méditerranée et les paysages naturels de la région, vous offrant des terrains de golf les plus remarquables de la Costa Brava.

Club de Golf Costa Brava : ce terrain de 37 trous se trouve dans la ville de **Santa Cristina d'Aro**, en plein cœur de la **Costa Brava**. Conçu par l'architecte Scott, le parcours offre une expérience de golf stimulante avec des vues panoramiques à couper le souffle sur la Méditerranée.

Club de Golf Peretola : situé dans la ville de **Peretola**, ce parcours de 18 trous est l'un des plus impressionnants de la région. Conçu par Jordi Sureda, le parcours offre une combinaison unique de nature, de culture et de golf.

Club Golf d'Aro - Mas Nou : ce parcours de 18 trous est situé dans une zone de montagne et offre des vues panoramiques sur la Costa Brava. Conçu par l'architecte japonais, le parcours offre un jeu passionnant et stimulant pour les joueurs de tous niveaux.



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

Village del **KLM Open**, Bernardus Golf (Països Baixos).

Torneig **Golfystador Week Catalogne** (França), a la Costa Brava. *390 participants.*

«**Experiències Costa Brava i Pirineu de Girona**» al portal web oficial.

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

FIRES

Fira **IAGTO European Convention**, Marbella.

39 reunions.

Fira **IGTM**, Lisboa.

42 reunions.

ACCIONS PROMOCIONALS

Acció al Burhill Golf (Regne Unit).

10 agències de viatges especialitzades i 3 empreses gironines.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge amb PropGolf Club, mercat britànic. *2 participants.*

Viatge amb l'OET de Múnic, mercat alemany. *5 participants.*

Viatge i jornada de networking amb IAGTO, mercat europeu. *10 participants.*

Viatge i jornada de networking amb ACT i Touristik Aktuell, mercats alemany i suís. *12 participants.*

Viatge amb Marvellous Golf, multimercat. *3 participants.*



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

Campanya «Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona».

Campanya específica de posicionament de marca als mercats estatal, britànic, neerlandès i francès.

Publicacions *Followed*, *Fairways* i *Golf Magazine* i campanyes digitals a X (abans Twitter) i Facebook.

Publicacions al blog Be Inspired del portal web oficial.

VIATGES DE PREMSA

Viatge amb *Followed*, *Fairways* i *Golf Magazine*, mercat francès. *4 participants.*

Viatge amb EGMA, multimercat. *8 participants.*

PATROCINIS I SUPORT

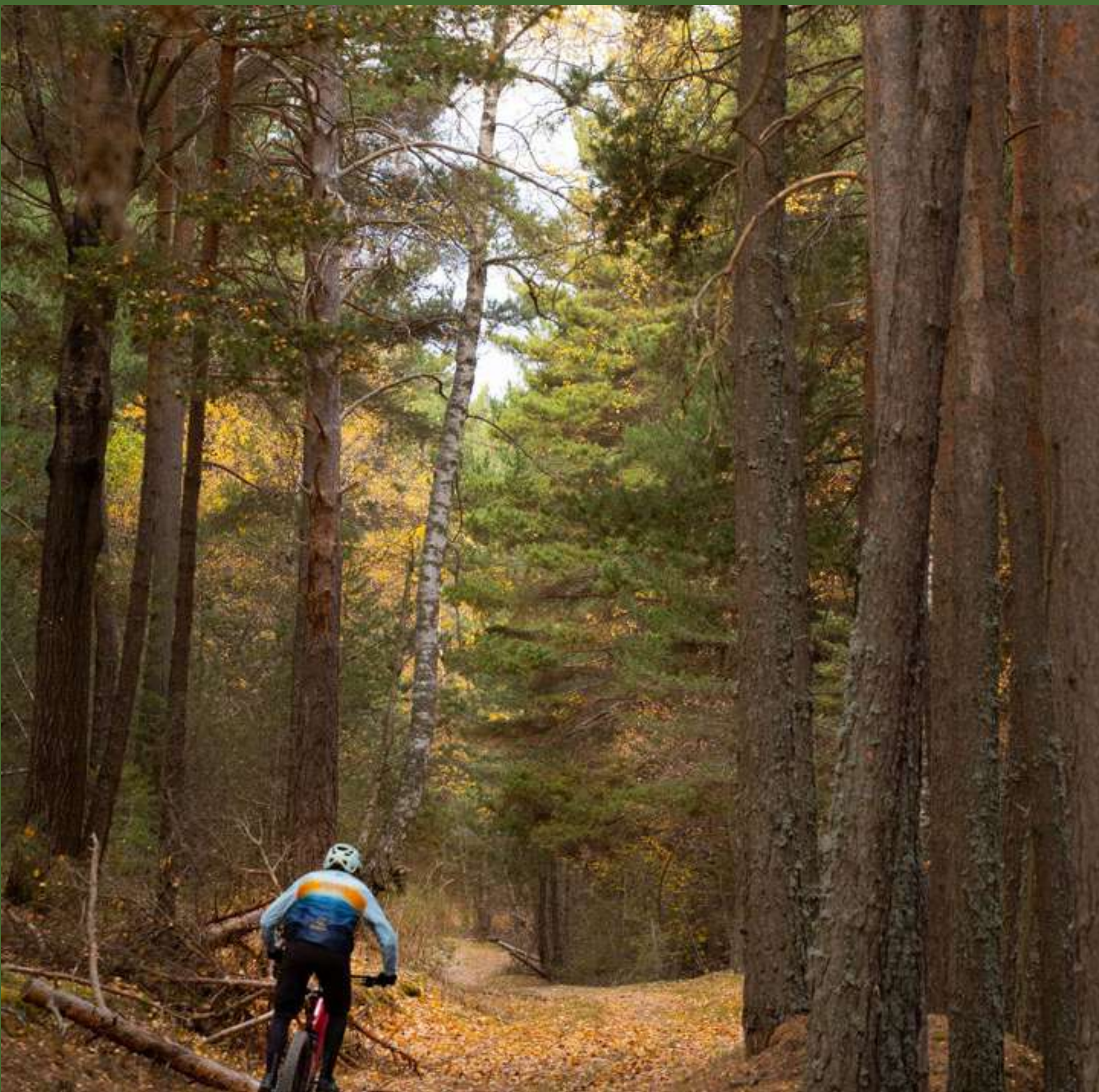
Patrocini del torneig LETAS Santander Golf, al Golf Club Peralada. *96 jugadores.*

Patrocini del torneig Coupe des Présidents. *69 participants.*

En col·laboració amb la Federació Francesa de Golf i Golfy al Golf Haut Poitou, França.

Patrocini de 12 tornejos de la Fairways Cup, França. *830 participants.*

NATURA I TURISME ACTIU



Natura i Turisme Actiu
Costa Brava
Pirineu de Girona

184 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

FIRES

Fira Salon de la Plongée, París.

Fira Salon Les Nautiques, Port Camargue.

ALTRES

«Ennatura’t entre vinyes».

Juntament amb la Ruta del Vi DO Empordà.
6 activitats.

«Experiències Costa Brava i Pirineu de Girona»
al portal web oficial.

ACCIONS PER A CANALS D’INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

ACCIONS PROMOCIONALS

Acció «Un viaje en alturas al Pirineu de Girona»
a València.

Amb els clubs de Cultura i identitat i
d’Enogastronomia. 31 prescriptors i periodistes.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge i workshop amb agències especialitzades
en turisme escolar, mercat català. 6 participants.

Viatge de familiarització de submarinisme SSI,
mercat holandès. 12 participants.

Viatge amb Transactief, mercat belga.
2 participants.

Viatge de cicloturisme amb Kolotrip, mercat
estatal. 1 participant.

Viatge amb Imagine Travel, mercat belga.
2 participants.

Viatge d’activitats i senderisme «Live twice»,
mercat dels països nòrdics. 8 participants.

Viatge amb Pirinexus, mercat alemany.
5 participants.

Viatge amb Ecoturisme Garrotxa, mercat noruec
i irlandès. 2 participants.

ALTRES

Agenda comercial online als mercats britànic
i francès. 13 participants.

Presentació de la Guia de cales i ports de la
Costa Brava dins el marc de la fira BOOT de
Düsseldorf i del Cannes Yacht Festival.



ACCIONS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

Campanya «Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona».

Producció audiovisual «Girona en família. Viatge dels Pirineus a la Costa Brava».

Al programa Temps d’aventura, del canal Esport3, i a les plataformes Teledeporte i Movistar TV.

Campanya anual en mitjans digitals: «Ennatura’t».

Campanyes específiques de neu per a les estacions d’esquí.

Publicacions al blog Be Inspired del portal web oficial.

VIATGES DE PREMSA

Viatge de neu i esquí, mercat estatal. *6 participants.*

Viatge amb Cyclist Magazine, mercat britànic. *2 participants.*

Viatge de senderisme amb E-trekking, mercat francès. *1 participant.*

Viatge outdoor i natura, mercat del Benelux. *1 participant.*

Viatge de submarinisme amb Duiken. *2 participants.*

Col·laboració en viatges de premsa.

Costa Brava Hotsport, Grand Tour Catalunya, Temps d’aventura / Teledeporte, Kris Ubach i Núria Picas.

ALTRES

Ampliació de contingut de rutes a la plataforma Wikiloc.

Distribució de newsletters a agents de viatge i periodistes mitjançant les agències de comunicació externes dels mercats estatal, francès, britànic i del Benelux.

FORMACIÓ

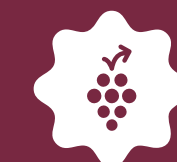
Formació i sostenibilitat en el sector i sessions personalitzades.

MATERIAL

Col·lecció de quatre e-books de la sèrie Dels Pirineus al mar, per estació de l’any, en 4 idiomes.

Sessió fotogràfica dels festivals de senderisme del Pirineu de Girona.

RUTA DEL VI DO EMPORDA



Ruta del Vi DO Empordà
Costa Brava
Pirineu de Girona

97 membres





VIVID
Venda anticipada
Activitats 2023

El pròxim dilluns anunciarem la venda d'entrades de totes les activitats del VIVID, però... tu a partir d'avui ja les pots aconseguir abans que ningú!



Tastos singulars
Fes una copa de vi dalt d'un globus aerostàtic; busca naves amistats amb l'activitat speed dating, speed tast o gaudeix d'una degustació guiada pel periodista Xavier Grasel.



Àpats que fan festa
Els dinars o sopars del VIVID són una festa. No et perdis els tres sopars o deu mans que et proposen els xefs de La Cuina de l'Empordanet i els cellerers de l'Empordà.



Passeja amb calma
Passeja amb calma per la plana de l'Empordà, l'Albera, les



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

FIRES

Fira **Vakantiebeurs**, Utrecht.

Fira **Expovacaciones**, Bilbao.

Fira d’**Andorra la Vella**, Andorra.

ALTRES

Mapping «Vívid insòlit» a la Festa del Vi Nou, Calonge. *120 participants.*

10a edició del festival **Vívid**.

58 activitats, 1.866 participants,
90 % d’ocupació.

«Ennatura’t entre vinyes».

6 activitats.

2 masterclasses **Barre & Wine**. *40 participants.*

2a edició de **«Beu-te el museu».**

12 activitats en museus i cellers de la Ruta del Vi DO Empordà. 190 participants. 72 % d’ocupació.

«Experiències Costa Brava i Pirineu de Girona» al portal web oficial.

ACCIONS PER A CANALS D’INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

WORKSHOPS

Fira **FINE**, Valladolid.

31 reunions.

Fira **IWINETC**, Tarragona.

15 reunions.

ACT, mercat francès, Barcelona.

7 reunions.

Amb l’Associació de Càmpings, Cultura i Ruta del Vi DO Empordà, mercat català. *24 participants.*

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge amb Explore Sideways, multimercat. *1 participant.*

Viatge de la fira FINE, multimercat. *8 participants.*

Viatge de la fira IWINTEC, multimercat. *5 participants.*

Viatge amb Kikico, mercat canadenc. *1 participant.*



ACCIONS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

- Campanya «Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona».**
- Campanya al festival Vívid 2023,** mercat català.
- Campanya «Beu-te el museu»,** mercat català.
- Campanya de veremes amb l'emissora Flaixbac,** mercat català.
- Elaboració i distribució de 7 newsletters B2C,** mercat català.
- 1.600 subscriptors. 66 % de ràtio d'obertura.

PRESENTACIONS

- Roda de premsa al festival Vívid,** Barcelona.
- 9 mitjans.
- Presentació a mitjans,** Amsterdam.
- 22 mitjans.

VIATGES DE PREMSA

- Viatge pel Camí del Suro,** mercat català.
- 1 participant.
- Viatge amb Elisabeth Warkentin,** mercat canadenc.
- 1 participant.
- Viatge amb HLN,** mercat belga.
- 2 participants.

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

- 2 viatges de creadors de continguts amb Vi & Companyia,** mercat català.
- 2 participants.

FORMACIÓ

- «Centrals de reserves enoturístiques: millora la rendibilitat i atreu visitants»,** Girona.
- 15 participants.
- «Storytelling enoturístic en anglès sobre el teu negoci i producte enoturístic»,** Vilartolí.
- 10 participants.

MATERIAL

- Adquisició de nou material fotogràfic i audiovisual** del celler Clos d'Agon i Laura Masramon Empordà Personal Sommelier.
- Marxandatge:** copes de Tritan®, copes de vidre, glaçoneres i escopidores.

SALUT I BENESTAR



 Salut i benestar
Costa Brava
Pirineu de Girona

29 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

- Festival Som Benestar. 100 assistents.
- Dia Mundial del Ioga. Programació de 7 activitats. 80 participants.
- World Wellness Weekend. Programació de 7 activitats. 90 participants.
- 2 masterclasses Barre & Wine. 40 participants.
- «Experiències Costa Brava i Pirineu de Girona» al portal web oficial.

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

- Fira amb workshop Synergy — The Retreat Show, Mèxic.
 - 28 entrevistes amb agents de viatge i operadors de retirs internacionals.
- Webinar «Desconectar para reconectar» amb Bookingfax, mercat estatal.
 - 247 inscrits, 150 agències de viatges estatals connectades.
- Col·laboració amb l'acció «Connections Luxury Europe» a la Costa Brava.
 - 100 agents internacionals.

- Agenda comercial online al mercat britànic.
- Publicacions al blog Be Inspired.
- VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ
 - Viatge amb Jornades Turespaña, mercat nord-americà. 6 participants.
 - Viatge amb Jumbo Tours, mercat estatal. 2 participants.
 - Viatge amb El Corte Inglés, mercat estatal. 5 participants.
 - 2 viatges de l'acció «Connections Luxury Europe», multimercat. 24 participants.

ALTRES

- Distribució de newsletters a agents de viatge i periodistes mitjançant les agències de comunicació externes dels mercats estatal, francès, britànic i del Benelux.



ACCIONS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

Campanya «**Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona**».

Campanya específica.

Time Out, Cosmopolitan, Women’s Health, «Què fem?» i CuerpoMente. Xarxes socials: Instagram, Facebook i Twitter.

Comàrqueting amb Inspire my Holiday, mercat britànic.

VIATGES DE PREMSA

Viatge «**La ruta de les flors i Festival Som Benestar**», mercat estatal. *9 participants.*

Revista Mía, La Vanguardia, Revista Yoga Spirit, Gastronomistas, Altum, El País, Periodista Digital, Onda Cero, Barcelona Secreta i RNE4.

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

Viatge amb Albafityoga al Pirineu de Girona, mercat estatal. *2 participants.*

Viatge amb l’agència GO, mercat estatal. *12 participants.*

MATERIAL

Ampliació d’imatges audiovisuals de l’oferta de benestar.

Fulletó específic de retirs per a la fira Synergy.

Nou vídeo promocional del club.

Publicació de l’e-*book* Diaris de viatge d’Anna Alfaro (4 idiomes), amb el Club Unique Premium.

Marxandatge: estoreta i bossa de ioga, necesser i fulletó promocional amb *soundscapes*.

TURISME ESPORTIU



 **Turisme Esportiu**
Costa Brava
Pirineu de Girona

52 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

FIRES

Fira **Copenhagen Bike Show**, Dinamarca.

International Sports Convention, Londres.

Fira **London Cycle Show**, Londres.

Fira **Expo Sports**, Barcelona.

British Swimming Summer Championships, Sheffield.

Fira **Rouleur Live**, Londres.

ACCIONS PER A CANALS D’INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

ACCIONS PROMOCIONALS

Acció «**Sports & Events Workshop**» a Lloret de Mar – Costa Brava.

1 workshop, 3 networkings, Programa d’activitats esportives, 75 agents i operadors esportius, programadors de reunions i organitzadors d’esdeveniments esportius i corporatius internacionals i 75 proveïdors de serveis turístics.

Acció amb el Girona FC a Manchester, Regne Unit. *30 assistents.*

Acció amb Ashleigh Moolman als Mundials de Ciclisme de Glasgow i a Londres, Regne Unit. *80 assistents.*

PRESENTACIONS

Presentació a la Federació Holandesa de Ciclisme, Girona. *40 assistents.*

Presentació a la Copa del Món d’Optimist de La Ballena Alegre. *30 assistents.*

Presentació i workshop de l’oferta de triatló a la Federació Francesa d’Occitània, Carcassona, França. *60 participants.*

WORKSHOPS

«Sports & Events Workshop», València.

35 entrevistes.

Workshop i viatge de familiarització de pàdel, mercat dels països nòrdics. 6 participants.

ALTRES

Congrés **World Football Summit**, Sevilla.

20 entrevistes.

Viatge de familiarització amb la Federació Holandesa de Ciclisme. *2 participants.*



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

Campanya «Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona».

Campanyes específiques.

- De triatló amb *Trimax*, mercat francès.
- De ciclisme amb *Velomore*, mercat danès.
- De nàutica amb *Nautical Channel*, internacional.
- De futbol amb *FC Business*, mercats britànic i nord-americà.
- De ciclisme amb *Rouleur*, mercat britànic.

Difusió de *newsletters* específics amb *Tradeinn* (senderisme/running, natació i cicloturisme).

Girona FC i la Federació Francesa de Triatló d'Occitània.

Presentació a la premsa estatal en el **MIC Football**.
18 participants.

VIATGES DE PREMSA

- Viatge amb *Trimax Magazine*, mercat francès.
2 participants.
- Viatge amb *Territorio Trail*, mercat estatal.
2 participants.
- Viatge amb *Ziklo*, mercat estatal. *2 participants.*
- Viatge amb *Cyclist Magazine*, mercat britànic.
4 participants.

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

Viatge amb *Erika van Tielen*, mercat del Benelux.
2 participants.

FORMACIÓ

Formació específica de Turisme Esportiu a Garrotxa Turisme.

«Oportunitats que presenta la Copa Amèrica».
48 participants.

Benchmark intern a Palafrugell. *6 membres.*

MATERIAL

- Produccions audiovisuals (testimonials):
- De ciclisme amb *Alejandro Valverde*.
- De triatló amb la Federació Francesa de Triatló d'Occitània.
- De vela amb el Club Nàutic de l'Escala.
- Edició de mapa per a gravel.

UNIQUE PREMIUM



Premium
Costa Brava
Pirineu de Girona

30 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

«Experiències Costa Brava i Pirineu de Girona»
al portal web oficial.

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

ACCIONS PROMOCIONALS

Roadshow «Afterwork Costa Brava & Girona Pyrenees» als Estats Units.

New Haven, Chicago, Miami. 120 agents
especialitzats i programadors d'esdeveniments
i 8 empreses gironines.

Acció «Connections Luxury Europe» a la Costa
Brava, multimercat.

100 professionals internacionals membres
de l'associació.

WORSKHOPS

Fira amb el workshop Synergy – The Retreat Show,
Mèxic, amb el Club de Salut i Benestar.

28 entrevistes amb agents de viatge
i operadors de retirs internacionals.

Invers amb Costa Brava Girona Convention Bureau,
mercat alemany.

14 agències de viatges i 15 entitats
i empreses gironines.

Buy Catalunya Mèxic, Barcelona.

21 agències de viatges.

Amb Luxury Spain, Londres.

22 agències de viatges.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge de Catalunya Premium, mercat
llatinoamericà. 7 participants.

Viatge amb workshop invers, mercat alemany.
15 participants.

Viatge amb Abercrombie & Kent, mercat estatal.
2 participants.

Viatge amb Just Explore, mercat estatal.
2 participants.

Viatge amb Luxury Spain, mercat estatal.
5 participants.

Viatge amb Jornades Turespaña, mercat nord-
americà. 6 participants.

Viatge amb Adventuresque Travel, mercat nord-
americà. 1 participant.

Viatge amb Signature Travel, mercat suís.
1 participant.

2 viatges de l'acció «Connections Luxury Europe»,
multimercat. 24 participants.

Viatge amb Caràctere, mercat belga. 2 participants.

Viatge amb El Corte Inglés, mercat estatal.
5 participants.

Viatge amb workshop de Buy Catalunya, mercat
mexicà. 8 participants.

Viatge postfira ILTM Cannes, multimercat.
10 participants.

ALTRES

Webinar Juliá Tours México, mercat mexicà.
40 participants de l'equip de vendes.

Agenda comercial amb el Club d'Enogastronomia,
Suïssa.

10 agències.

Agenda comercial online als mercats britànic
i francès. 13 participants.



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

Campanya «Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona».

Campanyes específica de producte.

Forbes Espanya i Condé Nast Regne Unit.

VIATGES DE PREMSA

Viatge amb Viajar, mercat estatal. 1 participant.

Viatge amb Country & Town House, Decanter, County Wedding Magazines, Weddings & Honeymoons i Scottish Field, mercat britànic. 5 participants.

Viatge amb City AM, mercat britànic. 1 participant.

Viatge amb L'Indépendant, mercat francès. 1 participant.

Viatge amb Forbes USA, mercat nord-americà. 1 participant.

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

Viatge amb @crismengual.

Viatge amb @elsacyril.

Viatge amb l'agència GO Talent. 12 participants.

ALTRES

Distribució de newsletters a agents de viatge i periodistes mitjançant les agències de comunicació

externes dels mercats estatal, francès, britànic i del Benelux.

FORMACIÓ

«Oportunitats que presenta la Copa Amèrica». 48 participants.

MATERIAL

Publicació de l'e-book Diaris de viatge d'Anna Alfaro (4 idiomes), amb el Club de Salut i Benestar.

PATROCINI I COL-LABORACIÓ

Patrocini de la **Guia UT Essencial Empordà** amb els clubs de Salut i Benestar i d'Enogastronomia.

Membre de Luxury Spain.

Membre de Catalunya Premium.

CONVENTION BUREAU



 **Costa Brava Girona**
Convention Bureau

145 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

FIRES

Fira **IMEX Frankfurt**, Frankfurt.

Fira **IBTM World**, Barcelona.

ACCIONS PER A CANALS D’INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

Generació de 1.110 contactes d’organitzadors d’esdeveniments de 16 mercats, dels quals 240 han visitat el territori.

Roadshow «Afterwork Costa Brava & Girona Pyrenees» als Estats Units

New Haven, Chicago, Miami. 120 agents especialitzats i programadors d’esdeveniments i 8 empreses gironines.

WORKSHOPS

Invers amb Unique Premium, mercat alemany.

14 agències de viatges i 15 entitats i empreses gironines.

Presentació **OGL** a Barcelona, mercat estatal.

25 agències especialitzades.

3 workshops de tercers a destinació:

Workshop «Break The Ice Forum», mercat europeu. *80 participants.*

«Sports & Events Workshop», mercat europeu. *150 participants.*

Workshop d’incentiu amb efecte WOW, mercat alemany. *22 participants.*

Participació en **12 workshops**.

MICE & Forum Inside Association Meetings Workshop, Global MICE Forum Asociativo Estatal, WS Associatiu Estatal (CCB), So Événements, MIS Eventoplus, InVoyage, Pure Meetings & Events, Sports & Events Workshop, BBT Online Benelux, Pure Meetings & Events Spain, WS MICE Place, Iberian MICE Forum Edición Nacional.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge «Break The Ice Forum», mercat europeu. *16 participants.*

Viatge d’incentiu amb efecte WOW, mercat alemany. *8 participants.*

Viatge amb *workshop* invers, mercat alemany. *15 participants.*

Viatge amb URH Hotels, mercat estatal. *8 participants.*

Viatge amb La Costa Golf & Beach Resort, mercat estatal. *9 participants.*

2 viatges amb Park Hotel San Jorge, mercat estatal. *24 participants.*

Viatge amb Pola Giverola, mercat estatal. *5 participants.*

ALTRES

Agendes comercials a França.

Tolosa, París i Marsella. 42 reunions.



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

Publicació al web oficial costabravagironacb.com de 31 articles.

Distribució de 9 butlletins informatius professionals.

4 idiomes. Difusió a més de 5.700 contactes.

Campanya de publicitat específica als mercats estatal i francès i campanya digital a X (abans Twitter) i LinkedIn.

Grupo Eventoplus i Meet In.

Membre de l'associació **IMA Spain**.

Viatge de premsa amb Convention International, mercat alemany. *1 participant*.

FORMACIÓ

Presentació amb la formació «Com cal posicionar Girona Costa Brava per captar esdeveniments d'automoció». *30 assistents*.

PETICIONS DE NEGOCI

Gestió de 179 peticions de negoci.

COSTA BRAVA CRUISE PORTS



Costa Brava
Cruise Ports

6 entitats



ENTITATS

Ports de la Generalitat de Catalunya, Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Girona, Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Palamós, Ajuntament de Roses, Ajuntament de Palamós, Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

ACCIONS PER A CANALS D’INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

Fira **Seatrade Cruise Global** a Fort Lauderdale, Estats Units.

8 entrevistes.

Fira **Seatrade Med**, Hamburg.

8 entrevistes.

62a Assemblea General de MedCruise, Corfú.

10 entrevistes.

Workshop amb CLIA dins el marc de la Seatrade Med a Hamburg.

10 entrevistes.

Congrés Internacional Cruise Summit (ICS), Madrid.

ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

Inauguració de la temporada de creuers a Palamós amb el *Marella Discovery 2*.

Inauguració de la temporada de creuers a Roses amb *La Belle des Océans*.

Cloenda de la temporada de creuers a Palamós amb el *Seven Seas Splendor*.

Campanya de publicitat específica.

Seatrade Cruise Global, Dossier de Cruceros, Cruises News, El Canal, Seatrade Cruise Med, Hamburg.

COSTA BRAVA YATCH PORTS



Costa Brava
Yacht Ports

5 entitats



ENTITATS

Ports de la Generalitat de Catalunya,
Ajuntament de Palamós, Ajuntament de
Roses, Ajuntament de Sant Feliu de Guíxols,
Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

Campanya de publicitat en mitjans especialitzats
en megaiots.

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ
I PRESCRIPTORS

MYBA Yacht Show, Barcelona.

Presentació de marca i destinació a Marina
Port Vell, Barcelona.

Presentació al Palma Yacht Show als capitans.

TURISME FAMILIAR



AL MAR!

Videos

De què va?



Vela RS a Blanes

01/06/2023

La Carlota Bruna visita Blanes, a la Costa Brava, on provarà la vela llogera amb una embarcació RSCQuart amb la Tessa, una nena de 13 anys que navega des que en té 6.



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

«Experiències Costa Brava i Pirineu de Girona» al portal web oficial.

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge amb Dutch Nomad Family, mercat neerlandès. 3 participants.

Viatge amb Explore the world with kids, mercat neerlandès. 4 participants.

ACCIONS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ

Participació en l'acte «20 anys de turisme familiar i turisme esportiu» de l'ACT a Port Aventura.

Bàner i campanya de màrqueting per correu electrònic al portal d'activitats educatives de Catalunya Activitum.

Bàner al portal Kid's Cluster.

Al mar i Lara i Kali: programes infantils del canal SX3 amb l'ACT.

Producció audiovisual «Girona en família. Viatge dels Pirineus a la Costa Brava» al programa *Temps*

d'aventura, del canal Esport3, i a les plataformes Teledeporte i Movistar TV.

COL·LABORACIÓ

Membre de Kid's Cluster.

Kid's Innovation Fest.

FORMACIÓ

«Disseny d'experiències turístiques per a infants i famílies» amb Kid's Cluster. 18 participants.

MATERIAL

Sessió fotogràfica de producte familiar.

TURISME INCLUSIU I SÈNIOR





ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

Saló de la Gent Gran de Catalunya, Barcelona.

«Experiències Costa Brava i Pirineu de Girona» al portal web oficial (amb criteris d'accessibilitat: usuaris amb cadira de rodes, discapacitat auditiva, ceguera, discapacitat cognitiva, mobilitat reduïda / sènior).

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

Col·laboració amb l'agència **Vive 4 All** en el programa d'activitats per grup de Wheel The World, mercat nord-americà. *12 participants (5 usuaris amb cadira de rodes).*

ACCIONS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ

Presentació de l'e-book Els sentits de la descoberta, a Fira Gran.

Difusió d'imatges audiovisuals del creador de contingut Cory Lee.

Publicacions a «Turisme inclusiu» al portal web oficial.

Creació de 2 continguts redaccionals temàtics.

COL-LABORACIÓ

Membre d'Esport Adaptat de la Diputació de Girona.

Comissions d'equipaments i de sensibilització i difusió.

MATERIAL

Creació de materials audiovisuals accessibles del creador de contingut Cory Lee.

MARCA PIRINEUS



7 entitats



ENTITATS

Agència Catalana de Turisme, Conselh Generau d’Aran, Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida, Institut per al Desenvolupament i la Promoció de l’Alt Pirineu i Aran (IDAPA), Diputació de Barcelona, Ferrocarrils de la Generalitat i Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

Fitur, Madrid.

ACCIONS PER A CANALS D’INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

Jornada **InterPirineus**. Formació, networking i *workshop*. 60 participants.

Workshop del Fòrum Anders Reisen, mercat alemany.

Presentació online d’operadors turístics, mercat hebreu.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge amb NKBV — Cavalls del Vent, mercat del Benelux.

Viatge amb Terranova Touristik, mercat alemany.

Viatge amb Travel, mercat britànic. 1 participant.

VIATGES CREADORS DE CONTINGUT

Viatge amb QB Pixels, mercat francès.

Viatge amb Igna Ferriol, mercat estatal.

Viatge amb Withaxie, mercat francès.

Viatge amb Xavier & Caroline, mercat francès.

Viatge amb Yannick Merckx, mercat del Benelux.

Viatge de creadors de continguts familiars amb Simpelweg, mercat del Benelux.

ALTRES

Presentació i *workshop* d’operadors turístics, mercat britànic.

Viatge de premsa amb Active Traveller, mercat britànic. 1 participant.



Descubre los **Pirineos de Cataluña**, un paraíso interior de **sorprendente naturaleza** que eleva el espíritu y que permite al viajero conocer la esencia de una vida todavía **auténtica**. Bienvenido a una tierra de carácter resguardada por altas montañas con **picos de hasta tres mil metros de altura**, agrazada con una increíble **diversidad de paisajes** salpicados de centenares de **lagos**, **bosques de ensueño** y frondosos prados; poseedora de una **cultura milenaria** y una **gastronomía** deliciosa, llena de aromas y sabores. Déjate seducir por su naturaleza intacta mientras visitas sus increíbles parques naturales, así como el único parque nacional de Cataluña, el **Parque Nacional de Aiguestortes i Estany de Sant Maurici**, y disfruta de deportes que puedes practicar al aire libre como el senderismo, el cicloturismo, el montañismo, el rafting...

Explora el Pirineo catalán los **365 días del año** y déjate cautivar por su incomparable belleza natural. En **primavera**, los valles se llenan de color con flores silvestres y cascadas cristalinas, creando un entorno idílico para realizar excursiones y disfrutar de la tranquilidad. En



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

Campanya de publicitat nacional i internacional:

Mercat estatal:

- Campanyes digitals amb Logitravel i Travelzoo.
- Publireportatges temàtics a TAPP.
- Programàtica multicanal d'àmbit digital.

Mercat francès:

- Publireportatges a GEO.fr.
- Programàtica multicanal d'àmbit digital.

Mercat britànic:

- Publireportatges temàtics a Condé Nast Traveler i difusió a les xarxes socials.
- Publicitat programàtica multicanal d'àmbit digital.

Mercat del Benelux:

- Publireportatges a *De Morgen* i *Het Laatste Nieuws*.
- Publireportatges a *National Geographic* Països Baixos i difusió a les xarxes socials.
- Publicitat programàtica multicanal d'àmbit digital.

Mercat alemany:

- Publireportatges temàtics a FAZ i a *National Geographic* Alemanya i difusió a les xarxes socials.
- Publicitat programàtica multicanal d'àmbit digital.

Resultats: 94,3 milions d'impactes.

Màrqueting digital en canals propis.

- Instagram (56.000 seguidors), Facebook (12.000 seguidors) i YouTube (104.000 reproduccions).

Campanyes paid media a les xarxes socials als mercats estatal, francès, britànic, alemany i del Benelux.

Difusió dels Festivals de Senderisme dels Pirineus.

ESTUDIS

Estudi sobre patrons de mobilitat: «Flux Vision Tourisme Orange del Pirineu de Girona».

CREACIÓ DE CONTINGUT

Campanya de producció «Pirineus 365» amb continguts gràfics i audiovisuals per dotar de recursos les campanyes publicitàries.

Creació de 4 vídeos estacionals sota el *claim* «Pirineus de Catalunya, obert 365».

- Versió genèrica guardonada amb el Premi d'Or en la categoria d'ecoturisme i viatges sostenibles del Festival Deauville Green Awards ([youtube.com/watch?v=fq_dF8YutFk](https://www.youtube.com/watch?v=fq_dF8YutFk)).

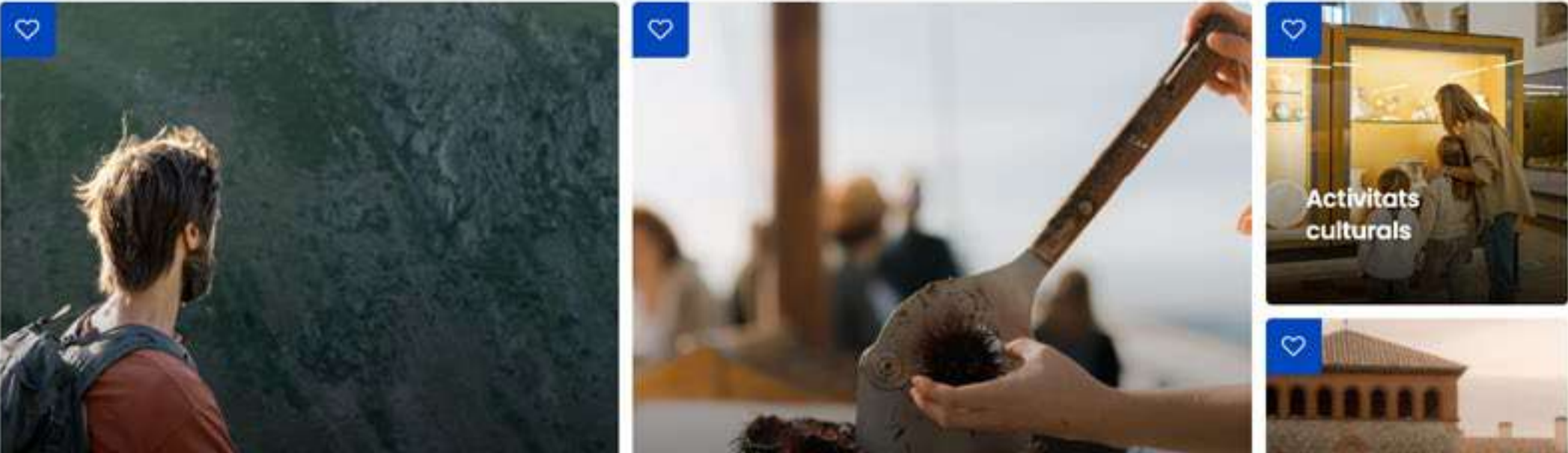


7-MÀRQUETING DIGITAL, PUBLICITAT I COMUNICACIO CORPORATIVA

MÀRQUETING DIGITAL



Experiències



Portal oficial

costabrava.org | pirineugirona.org

Nou web per al públic final. Activació: 24 d’abril del 2023.

Sis seccions temàtiques: «Travel info», «On anar?», «Què fer?», «Experiències», «Blog Be Inspired» i «Professionals».

Set idiomes (català, castellà, anglès, francès, alemany, neerlandès i rus).

Optimització per al posicionament web orgànic (SEO) i criteris de conformitat doble A d’accessibilitat.

«Experiències». Incorporació d’experiències dels membres al web de destinació.

Nombre d’experiències: 249.

Visites al cercador d’experiències: 4.578.

Clics a reserva (via web, telèfon o correu): 11.570.

Elaboració d’un manual de creació d’experiència i una càpsula per fomentar la introducció d’experiències noves.

Top 3 de categories més populars: «Experiències enoturístiques», «Escapades de cap de setmana» i «Experiències gastronòmiques».

«Blog Be Inspired».

Articles nous: 667.

Català, castellà, anglès i francès.

636.725

1.062.160

62 %

1.682.495

7

Sessions

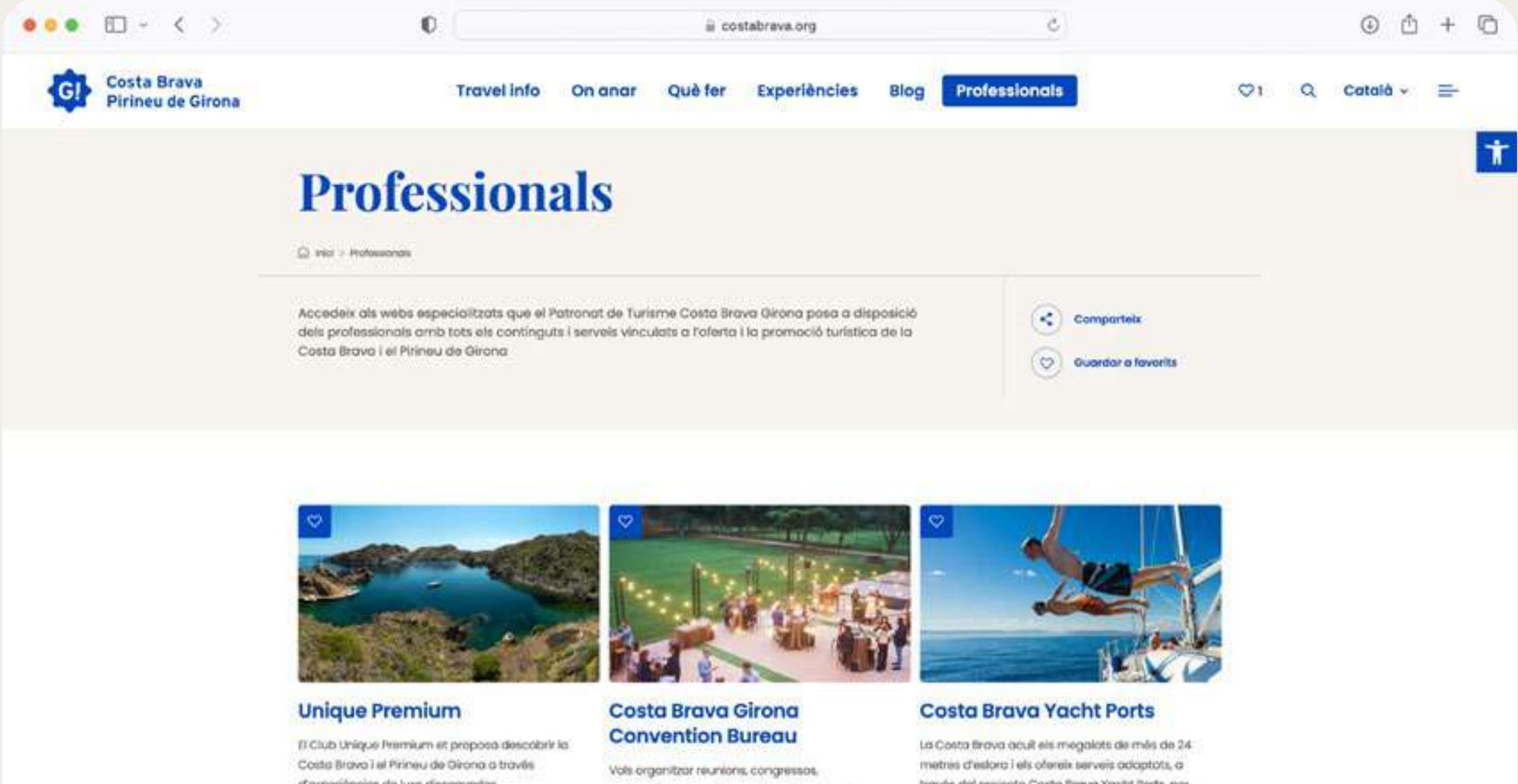
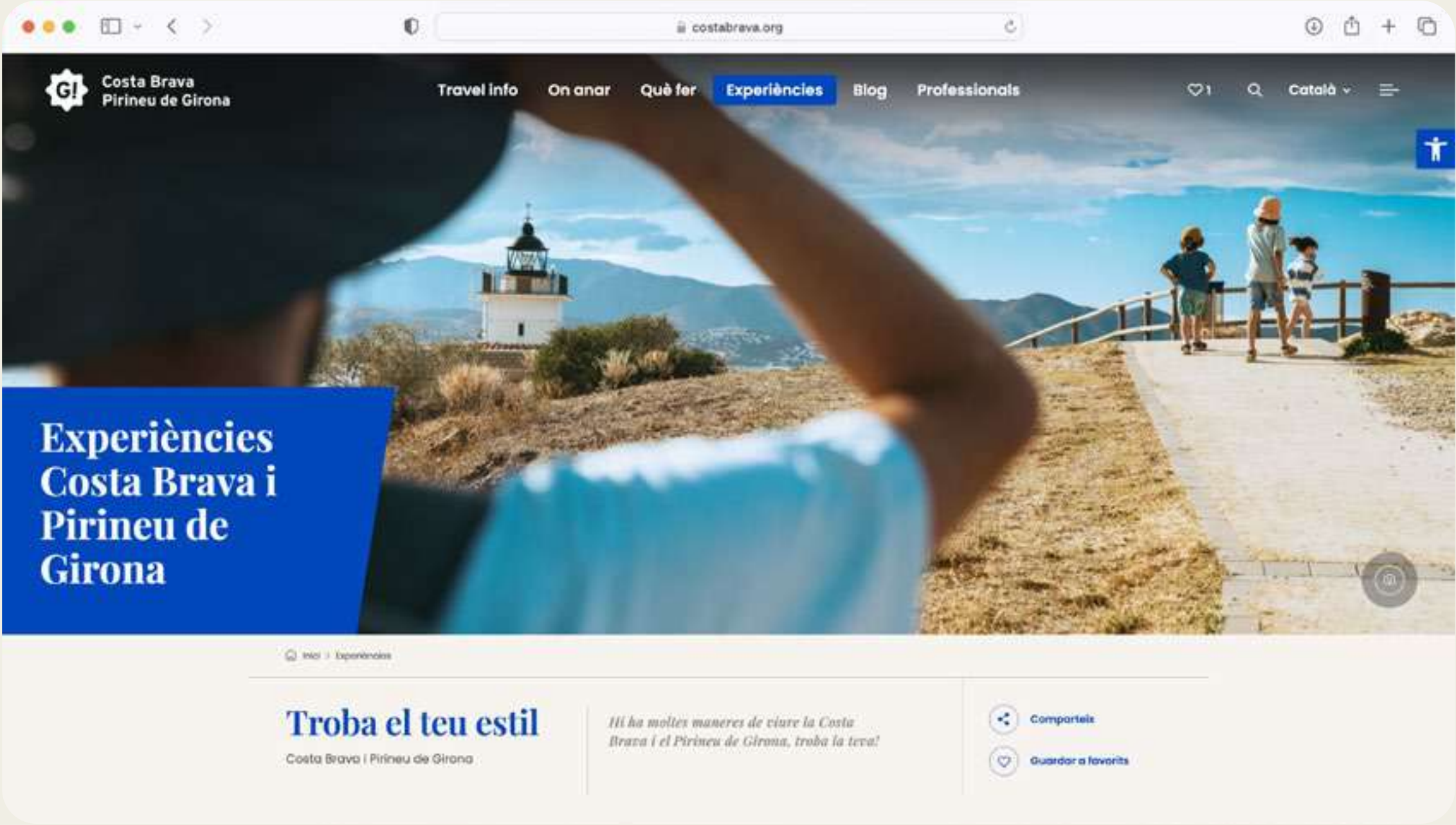
Pàgines vistes

Interacció d’usuaris

Interaccions

Top mercats principals

Estatat, França, el Regne Unit, els Països Baixos, Bèlgica, els Estats Units i Alemanya.

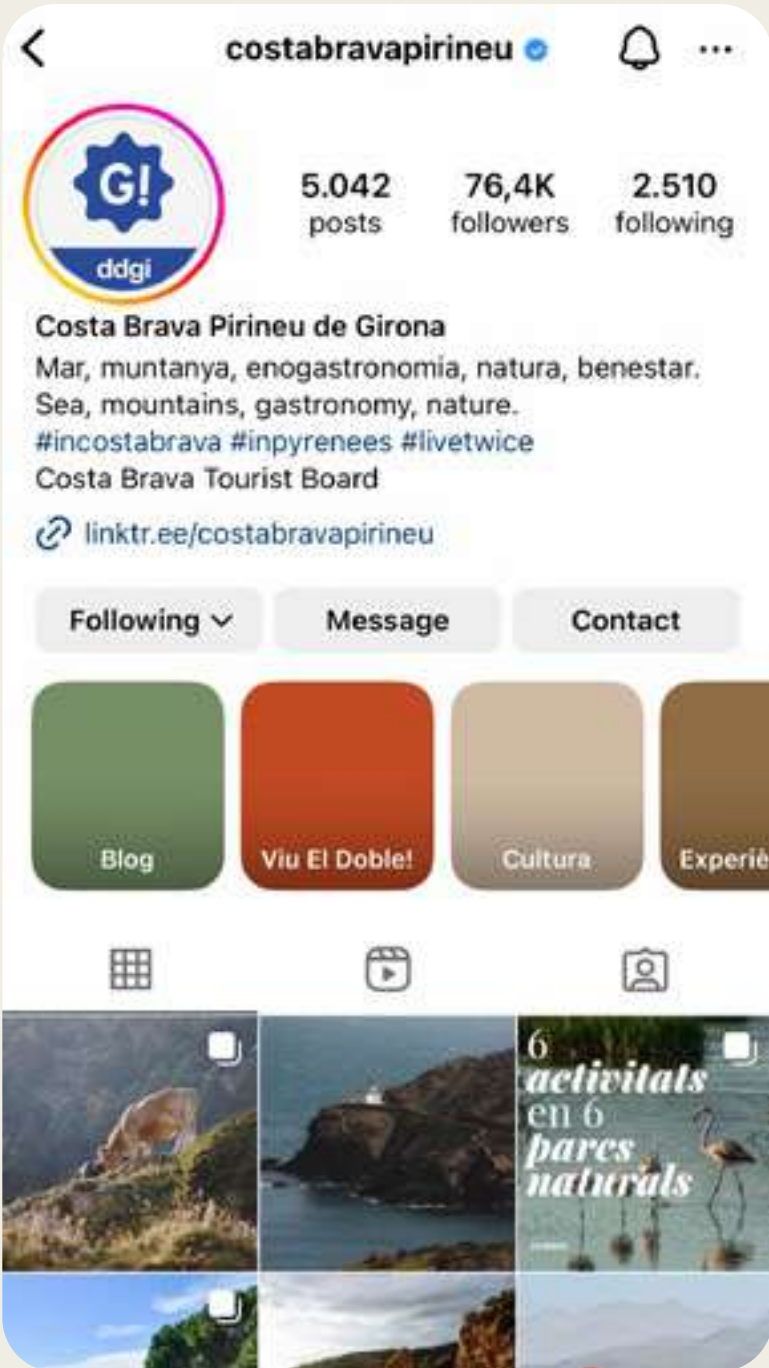


Xarxes socials

Unificació dels perfils.

Simplificació de la presència dels perfils a les xarxes socials per millorar el posicionament digital de les marques Costa Brava i Pirineu de Girona, tant en notorietat i impactes com en interacció de l'usuari.

Perfils actuals i nombre de seguidors (variació en percentatge respecte al 2022): pàgina següent.





INSTAGRAM
@COSTABRAVAPIRINEU

74.683 SEGUIDORS

+ 5,2 %



INSTAGRAM
@FOODCOSTABRAVA

11.802 SEGUIDORS

+ 5,04 %



LINKEDIN
COSTA BRAVA GIRONA TOURIST BOARD

2.953 SEGUIDORS

+ 17 %



LINKEDIN
COSTA BRAVA CONVENTION BUREAU

2.067 SEGUIDORS

+ 8,7 %



FACEBOOK
@COSTABRAVAPIRINEUGIRONA

81.275 SEGUIDORS

+ 1 %



X
@COSTABRAVA

38.690 SEGUIDORS



YOUTUBE
@COSTABRAVAPIRINEU

2.780 SEGUIDORS

+ 4,12 %



TIKTOK
@COSTABRAVAPIRINEU

721 SEGUIDORS

OBERTURA DEL PERFIL A L'ABRIL

*Variació % 2023 vs 2022.

E-mail marketing

Campanya de publicitat digital en tres períodes que ha captat 4.861 leads.

4.424	Noves incorporacions a la base de dades
27	Nombre total d'enviaments
40 %	Ràtio d'obertures
20 %	Ràtio de clics
2.849	Leads del mercat català
3.250	Leads del mercat espanyol
111	Leads del mercat internacional



Tastem el mediterrani o explorem
fortaleses medievals?

E-books

ebooks.costabrava.org

Col·lecció de quaranta-dos llibres digitals temàtics gratuïts, dirigits als visitants interessats en els atractius turístics de la destinació.

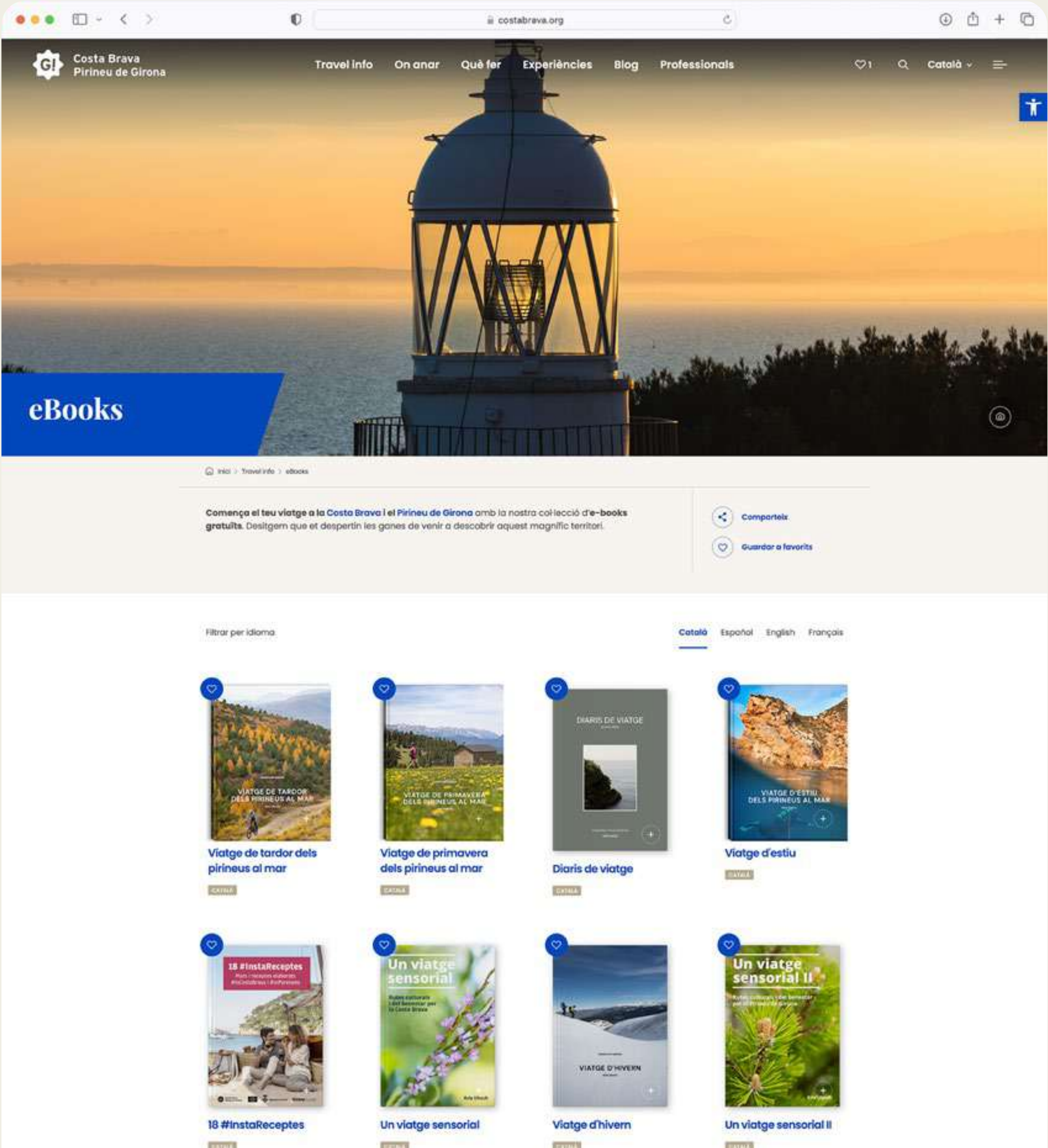
Tres publicacions noves en quatre idiomes.

Viatge de primavera dels Pirineus al mar, Kris Ubach.

Viatge de tardor dels Pirineus al mar, Kris Ubach.

Diaris de viatge, Anna Alfaro.

- 42
- 818
- 3
- Llibres digitals gratuïts
- Descàrregues d'e-books
- Publicacions noves



CAMPANYES DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ



Campanya «Viu el doble», Brussel·les.

Continuïtat de la campanya

«Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona» (3a temporada)

Nous continguts fotogràfics de la campanya.

- 575 fotografies i 71 clips audiovisuals d'estiu al Pirineu de Girona.
- 172 fotografies i 229 clips audiovisuals de primavera.



Campanya de proximitat, Catalunya i Espanya

Període: de febrer a desembre del 2023.

Estratègia de mitjans de caràcter mixt i amb diversitat de formats. Mitjans generalistes i especialitzats *offline* i *online* i suports exteriors d'àmbit estatal.

Campanya principal de les marques Costa Brava i Pirineu de Girona d'estiu al mercat estatal i de productes al mercat català per a la resta de l'any.

Mitjans

Ràdio Flaixbac, RAC1, RAC105, Catalunya Ràdio, TV3, Betevé, TV 360; circuits d'exteriors a l'estació Joaquin Sorolla de València i a l'Intermodal de Bilbao; *Viajar, Escápate Cerca, La Vanguardia, Time Out, Ara, Forbes, Meet In, Eventoplus*, «Què fem?», *Lugares de Aventura, El Mundo de los Pirineos, Viajes National Geographic, CuerpoMente, Cosmopolitan, Women's Health, Hearst «On Barcelona», Catalonia Today, El nacional.cat, Top Girona, Revista CRAE, Petit Sàpiens, Activitum, Criar.cat, Enoturista, Cupatges* i Esports d'Hivern.

OTAs

Logitravel i Destinia.

Digital

Programàtica, SEM i *native ads*.

Xarxes socials

Facebook, Instagram, X (abans Twitter), LinkedIn, TikTok i YouTube.

Publicacions i impactes

127.531.989	Impactes
17.185.275	Visualitzacions
845.972	Clics
1.682.495	Interaccions

CRIAR.cat

4 plans en família a la Costa Brava i al Pirineu de Girona

Propostes de senderisme i bicicleta, art i patrimoni cultural, esquí, platja i moltes altres activitats per fer amb criatures

5 d'octubre de 2023 a les 07:00h

Estany de Planiu / Álvaro Soto

Busques plans en família? La destinació de Costa Brava i Pirineu de Girona és ideal perquè ofereix un gran ventall d'activitats per a tots els gustos i edats. Propostes de turisme actiu i familiar que us permetran gaudir de la platja, la muntanya, els esports, el senderisme, les vistes culturals o la natura.

NOTÍCIES

Descobriu la Costa Brava i el Pirineu de Girona!

Una destinació ideal per viure experiències úniques i inoblidables en família

El Pirineu de Girona té una entorn natural magnífic, com l'estany de Malin / Álvaro Soto

Digueu que cada família és un món. I és ben cert. Només cal que observeu les diferents famílies fent vacances. Uns gaudeixen anant d'hotel de cinc estrelles i uns altres viatjant amb l'autocaravana. Uns marxen sempre a la muntanya, mentre que d'altres no conceben un viatge sense tocar mar. Uns volen esport i d'altres viatjar sense despesades. Encara n'hi ha alguns que ho volen tot. Per a tots ells, **la Costa Brava i el Pirineu de Girona** és una destinació ideal. Perquè ho té tot, platja i muntanya... i no heu de triar. Així podreu gaudir el doble!

Què us ve més de gust? Activitats de platja o de muntanya? Esports nàutics o parcs aquàtics? Una volta en bici o muntar a cavall? Descobrir castells medievals, observar ocells, anar en calac o jugar a minigolf? Karting, bowling o parcs d'aventures? No cal que descarteu res, perquè a la Costa Brava i el Pirineu de Girona ho trobareu tot! ... En aquesta destinació, us hi trobareu tot: natura, ...

Viu l'experiència del Delta

Presentada a l'edició de l'any 2023 de l'obra La Pedra

PETIT

Subscriu-t'hi ara!

Per poc més de 3€

de 7 a 12 anys

Campanya a França

Període: de març a desembre del 2023.

Estratègia de mitjans de caràcter mixt i amb diversitat de formats.
Mitjans generalistes i especialitzats *offline* i *online*.

Mitjans

Le Figaro, Le Monde, National Geographic, Cap Catalogne, Petit Futé, ViaMichelin, La Météo de France 3 i TF1 (TV digital), Trimax Magazine, Followed, Golf Magazine, Fairways, Plongez i Pyrénées Magazine.

OTAs

Logitravel, eDreams i Lastminute.

Digital

Programàtica, SEM i *native ads*.

Xarxes socials

Facebook, Instagram, Snapchat, X (abans Twitter), YouTube, TikTok.
Campanya d'*influencers*.

Publicacions i impactes

115.992.842 Impactes

17.773.720 Visualitzacions

253.168 Clics

431.125 Interaccions



Campanya en mercats internacionals

Període: de març a desembre del 2023.

Estratègia de mitjans de caràcter mixt i amb diversitat de formats. Mitjans generalistes i especialitzats *offline* i *online* i suports exteriors als mercats britànic i del Benelux.

OTAs

Lastminute i eDreams.

Digital

Programàtica, SEM i *native ads*.

Xarxes socials

Facebook, Instagram, X (abans Twitter) i TikTok.

Campanya al mercat britànic

Magatzems Harrods i Leicester Square de Londres, *The Times Saturday*, *Sunday Times*, *Condé Nast Traveler*, Sojern, Ink Global, *Trail*, *Live for the Outdoors*, *Rouleur* Regne Unit, *Country Walking* i *FC Business Magazine: Elite Training Resort Guide*.

Campanya al mercat del Benelux

Circuit d'autobusos a Brussel·les i tramvia a Amsterdam, Sojern, Ink Global, *Columbus Magazine* i Velomore.

Publicacions i impactes

94.608.172	Impactes
6.824.048	Visualitzacions
300.912	Clics
269.505	Interaccions



Campanya «Experiències a la Costa Brava i el Pirineu de Girona»

Període: de juny a novembre del 2023.

Estratègia íntegrament digital basada en xarxes socials (Facebook i Instagram), Google Ads / Discovery.

Campanya de neu

Període: del 27 de gener al 17 de febrer del 2023.

Campanya en emissores radiofòniques amb programes en directe des de les diferents estacions: *Feedbac*, de Flaixbac, i *Matina*, *Codina!*, de RAC105.

Publicacions i impactes

6.620.573	Impactes
149.563	Clics

Publicacions i impactes

11.748.472	Impactes
47.136	Visualitzacions
3.008	Clics
50.128	Interaccions

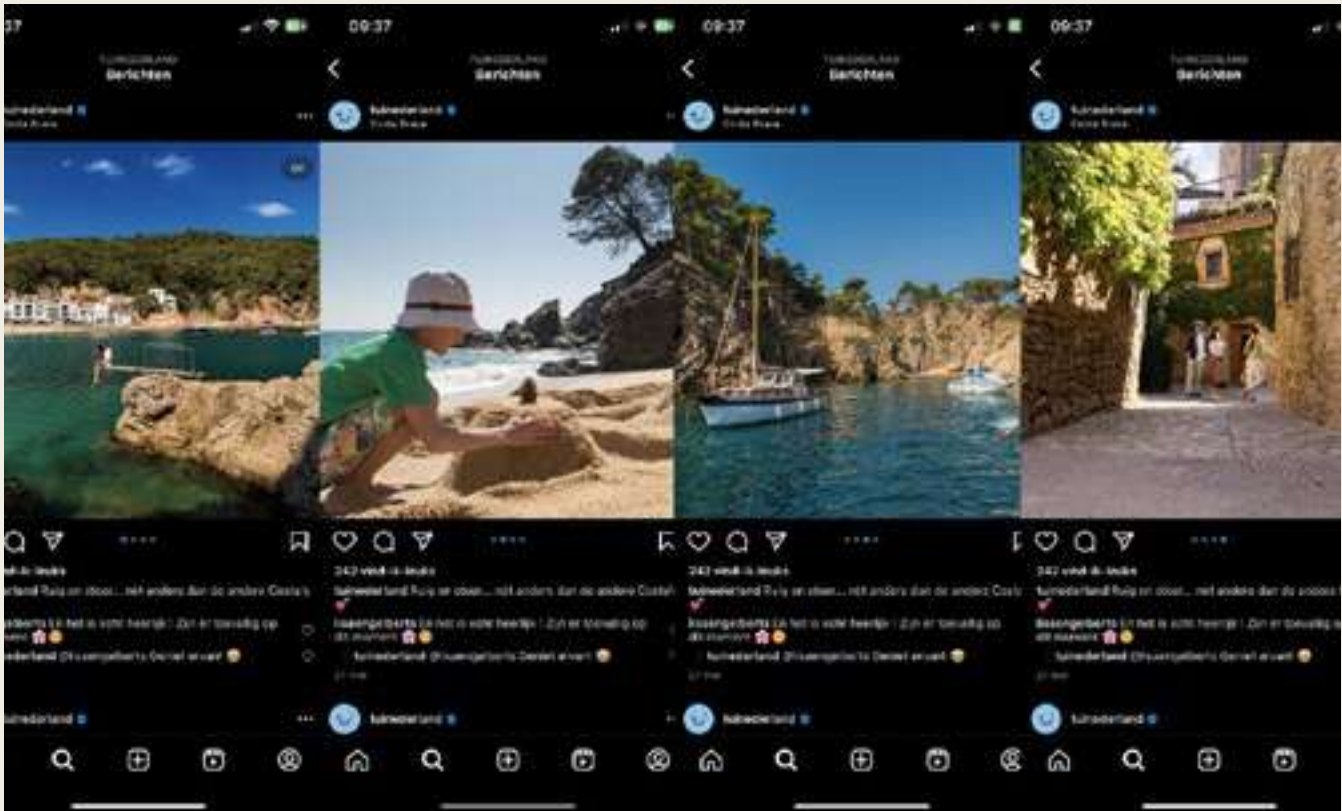
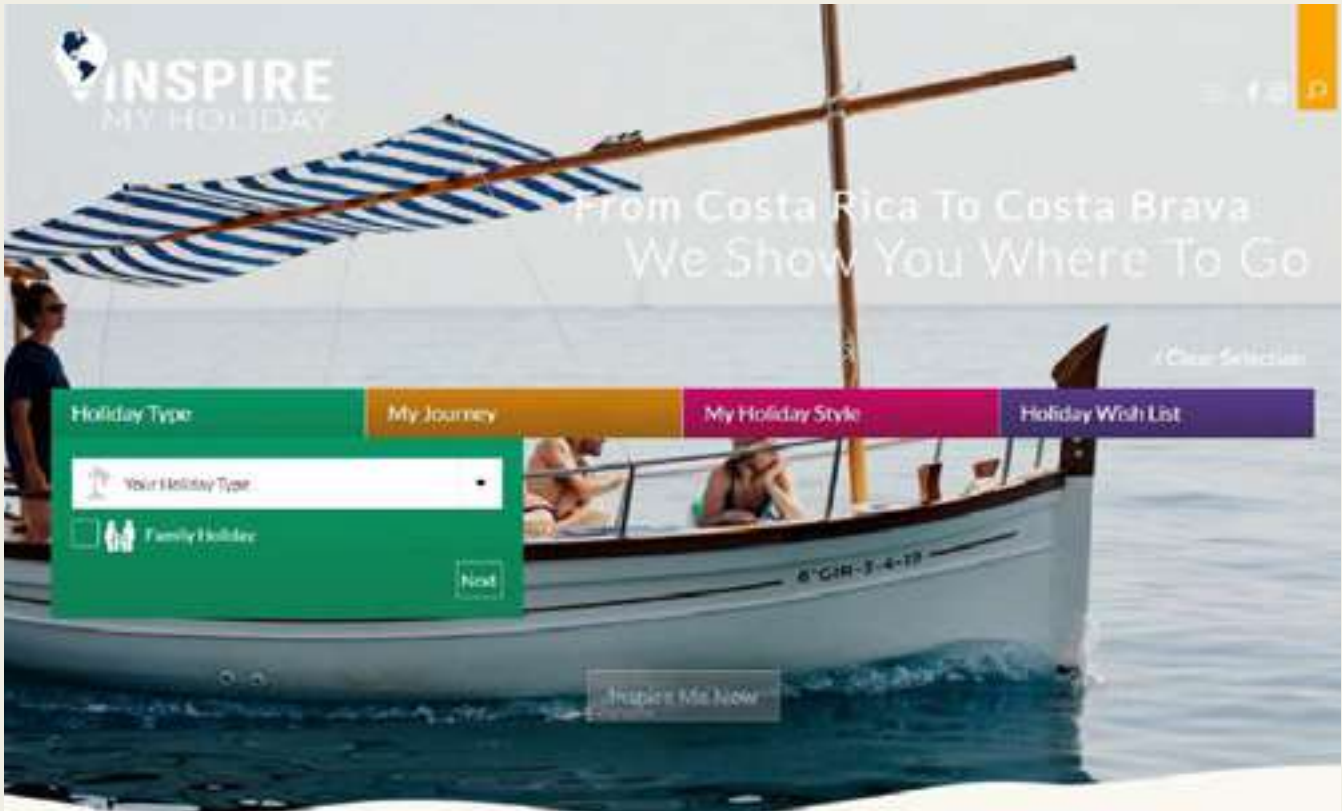


COMÀRQUETING

Campanyes de posicionament de marca i comercials amb Jet2holidays i TUI, del mercat britànic; TUI, del mercat neerlandès; FTI, del mercat alemany, i Avoris, del mercat estatal.

Publicacions i impactes

9.182.736	Impactes
446.816	Visualitzacions
42.087	Clics
460.374	Interaccions



COMUNICACIÓ CORPORATIVA I PREMSA



Premis G!23 Teatre Jardí, Figueres.



Atenció a mitjans de comunicació.

5	Rodes de premsa i presentacions a mitjans
42	Notes i comunicats de premsa
37	Gestió d’entrevistes a portaveus del Patronat
23	Participació en actes i esdeveniments organitzats per entitats i empreses amb participació de portaveus del Patronat

Butlletí professional de notícies (trilingüe):

11	Butlletins
88	Notícies
3.300	Subscriptors
30%	Ràtio d’obertures mitjana



PREMIS G!

18a edició

Cent seixanta assistents del sector turístic gironí

Premi G! Josep Pujol i Aulí en reconeixement a la tasca professional per a Josep Ros i Pijoan, de Creuers Mare Nostrum.

Premi G! Francesc Xiquet Sabater en reconeixement al projecte empresarial per a l’Hotel Park Puigcerdà.

Premi G! Especial Jordi Comas i Matamala per al col·lectiu de dones emprenedores de l’Associació de Centres Immersió de la Costa Brava.

Premi G! Especial Juli Soler i Lobo per a Joan Juncà i Monteis, del Restaurant Ca l’Enric.

Premi G! de Comunicació Turística de les Comarques Gironines Climent Guitart a la «Millor projecció dels valors i atractius turístics de la Costa Brava i/o Pirineu de Girona en clau inspiradora» a l’editorial francesa Le Petit Futé, per la publicació en diferents formats de l’àmplia oferta turística de la destinació i, especialment, per la guia *Petit Futé Costa Brava Pyrénées de Gérone 2023-2024*.

Premi G! de Comunicació Turística de les Comarques Gironines al «Contingut més original i innovador sobre l’oferta turística de la Costa Brava i/o Pirineu de Girona» per a Kris Ubach,

fotoperiodista especialitzada en viatges, pel reportatge «La otra Costa Brava» publicat a la revista Viajar.

Premi G! de Comunicació Turística de les Comarques Gironines a la «Millor experiència turística de la Costa Brava i/o el Pirineu de Girona» per a Holger Bernert, periodista alemany, per la publicació en diversos mitjans de comunicació d’Alemanya de l’article titulat «La costa salvatge de Catalunya».

Premi G! de Comunicació Turística de les Comarques Gironines a la «Millor proposta i/o experiència en turisme sostenible a la Costa Brava i/o Pirineu de Girona» per a la revista Descobrir, per la publicació del reportatge dedicat al Pirineu de Girona titulat «Muntanyes infinites».



ATENCIÓ AL VISITANT

Oficina de turisme de l'Aeroport Girona–Costa Brava

L'Oficina de Turisme de l'Aeroport continua sent gestionada conjuntament per la Generalitat de Catalunya i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona. L'Oficina se situa a la terminal d'arribades i disposa de dos mostradors per atendre els usuaris tant a la zona d'aire com a la zona de terra.

El 2023, l'Aeroport Girona–Costa Brava ha rebut 1.586.448 passatgers i l'Oficina ha atès 12.580 peticions d'informació durant els mesos que ha estat oberta (a partir del 27 de març). Aquesta temporada, l'Oficina s'ha mantingut operativa durant els mesos d'hivern i ha adaptat els horaris al dispositiu aeri (dilluns, divendres i dissabte).

A partir del nou gestor estadístic per al control i el seguiment de visitants de l'Oficina de Turisme, els usuaris han procedit principalment del Regne Unit, Alemanya, Bèlgica i els Països Baixos. Cal remarcar que els visitants de Polònia cada vegada són més importants i que sobretot han viatjat a la destinació per motius relacionats amb les vacances i les activitats d'oci.

En l'àmbit de la gestió de l'Oficina de Turisme destaquen la renovació de la certificació de la Q de qualitat turística per al compliment dels requisits de la norma UNE 14785, i les tasques comercials desenvolupades en relació amb la reserva de serveis turístics i la venda de publicacions.



BANC D'IMATGES

Plataforma: fotos.costabrava.org

4.789	Fotografies ingressades (d'un total de 35.841)
123	Usuaris nous (de 977 usuaris)
2.770	Descàrregues fetes
223	Peticions ateses d'empreses i entitats
5.303	Imatges cedides
4.789	Fotografies adquirides de professionals: Jordi Renart, Pawel Studzienny, Karl Hussey
7	Encàrrecs fotogràfics de temàtiques específiques
	Publicitat. Álvaro Sanz, Joan Diví.
	Premium. Laura Altesa, Sira Ayats, Lina ter Hennepe.
	Natura i Turisme Actiu. Kris Ubach, Marc Planagumà, Álvaro Sanz.
	Cultura. Plei Audiovisuals, Joan Diví, Josep Maria González / Feelmoo Visuals, Josep Algans, Pere Duran.
	Ruta del Vi DO Empordà. Joan Diví, Xènia Gasull, Josep Maria González / Feelmoo Visuals, Roger Lleixà.
	Família. Dutch Nomad Family.
	Turisme Inclusiu. David Aparicio.





8-FORMACIÓ

PROGRAMA DE FORMACIÓ PROFESSIONAL TURISME 360°

20 sessions, virtuals o presencials,
amb 429 participants



FORMACIONS

Creació de producte i comunicació. *13 assistents.*

La sostenibilitat en el turisme. Com ens hi posem? *17 assistents.*

Tendències de futur del turisme familiar. *16 assistents.*

Creació i comercialització de producte oleoturístic. *16 assistents.*

Formació en la creació de producte «Ennatura’t entre vinyes». *43 assistents.*

Jornades de l’Aigua amb l’ACA, el Clúster de l’Aigua i la DGT (Llançà i Portbou). *13 assistents.*

Google Analytics 4: un món sense cookies. *21 assistents.*

Jornades de l’Aigua amb l’ACA, el Clúster de l’Aigua i la DGT (Roses). *13 assistents.*

La intel·ligència artificial aplicada al nostre lloc de treball. *20 assistents.*

Jornades de l’Aigua amb l’ACA, el Clúster de l’Aigua i la DGT (Blanes). *8 assistents.*

Centrals de reserves enoturístiques: millora la rendibilitat i atreu visitants. *15 assistents.*

Com podem posicionar Girona Costa Brava per captar esdeveniments d’automoció. *30 assistents.*

Jornades de l’Aigua amb l’ACA, el Clúster de l’Aigua i la DGT (Lloret de Mar). *50 assistents.*

Empodera’t comunicant. *15 assistents.*

Oportunitats que presenta la Copa Amèrica. *48 assistents.*

Com podem destacar a TikTok? Crea contingut atractiu, informatiu i dinàmic. *20 assistents.*

Disseny d’experiències turístiques per a infants i famílies. *18 assistents.*

Storytelling en anglès sobre el teu negoci i producte enoturístic. *10 assistents.*

Introducció en la gestió de dades turístiques per a destinacions competitives i sostenibles. *18 assistents.*

Estalvia energia i diners a la teva empresa. *25 assistents.*



9-INTEL·LIGÈNCIA DE MERCAT

INTEL·LIGÈNCIA DE MERCAT

Tourism Data System (TDS). Observatori de Turisme d'Eurecat

girona.tourism-data-system.cat

Eina tecnològica per mesurar la conjuntura turística de Catalunya.

Analitza l'activitat de les empreses d'allotjament turístic per arribades i pernoctacions, per tipologies d'allotjament i per mercats d'origen, i permet fer comparacions amb els globals de la destinació i amb altres marques turístiques del territori català.

La plataforma TDS fa consultes i comparacions a mida. El sistema elabora informes quinzenals i a demanda (p. ex., ocupació per Setmana Santa o ocupació per temporada d'estiu). La informació facilita a l'entitat la planificació i presa de decisions estratègiques i comunicatives.

Accés exclusiu per a empreses turístiques col·laboradores, representants legals d'associacions i gremis empresarials, i institucions gestores de destinacions turístiques.

Estudi: «Els turistes a l'aeroport de Girona. Estiu 2022»

L'estudi analitza prop de dues mil enquestes de turistes estrangers procedents de nou països l'estiu del 2022 a l'Aeroport Girona-Costa Brava. Conté informació sobre el perfil del visitant, la contractació de serveis, la motivació i l'estada, la despesa per persona i el grau de satisfacció a la destinació, entre altres qüestions.

El treball ha estat elaborat pel Grup de Recerca en Economia, Indústria i Serveis de la Universitat de Girona (UdG).

Estudi publicat



Informe anual: «Estadístiques Ruta del Vi DO Empordà 2022»

Analitza l'activitat enoturística de la Costa Brava i, més concretament, dels associats a la Ruta del Vi DO Empordà de l'exercici 2022. L'informe mostra l'evolució de l'activitat i la procedència i perfil dels visitants, i també tracta dades relacionades amb la despesa.

[Informe publicat](#)

Estudi d'Eurecat sobre els fluxos de visitants a les destinacions turístiques de la Costa Brava l'estiu del 2022

L'objectiu de l'estudi és analitzar els fluxos de visitants a les destinacions turístiques seleccionades de la Costa Brava de manera agrupada en disset municipis durant els mesos de juliol i agost del 2022.

[Estudi publicat](#)



Fotògrafs: Sira Ayats, Alvaro Sanz, Harold Abellán, Anna Pla-Narbona, Jordi Renart, Marc Graupera, Laura Altesa, Josep Algans, Marc Planagumà, Karl Hussey, Sara Guerrero, Eduard Sánchez Ribot, Laurence Norah, Pierre-Yves Jortay, Pawel Studzienny, Pitu González, Diego Espada, Dutch Nomad Family, Javi Cabrera, David Aparicio, Miquel Millán, Xènia Gasull, Steve Carr, Joan Diví, Kris Ubach.

Fotos cedies per: Gran Fondo, Feelmoo Visuals, Remstudio, Arxiu Imatges PTCBG, Royal Verd Training Centre.

Disseny gràfic: Safareig.

MEMÒRIA 2023



Patronat de Turisme
Costa Brava Girona



Diputació de Girona



Costa Brava
Pirineu de Girona

