

MEMÒRIA 2025

PATRONAT DE TURISME COSTA
BRAVA PIRINEU DE GIRONA

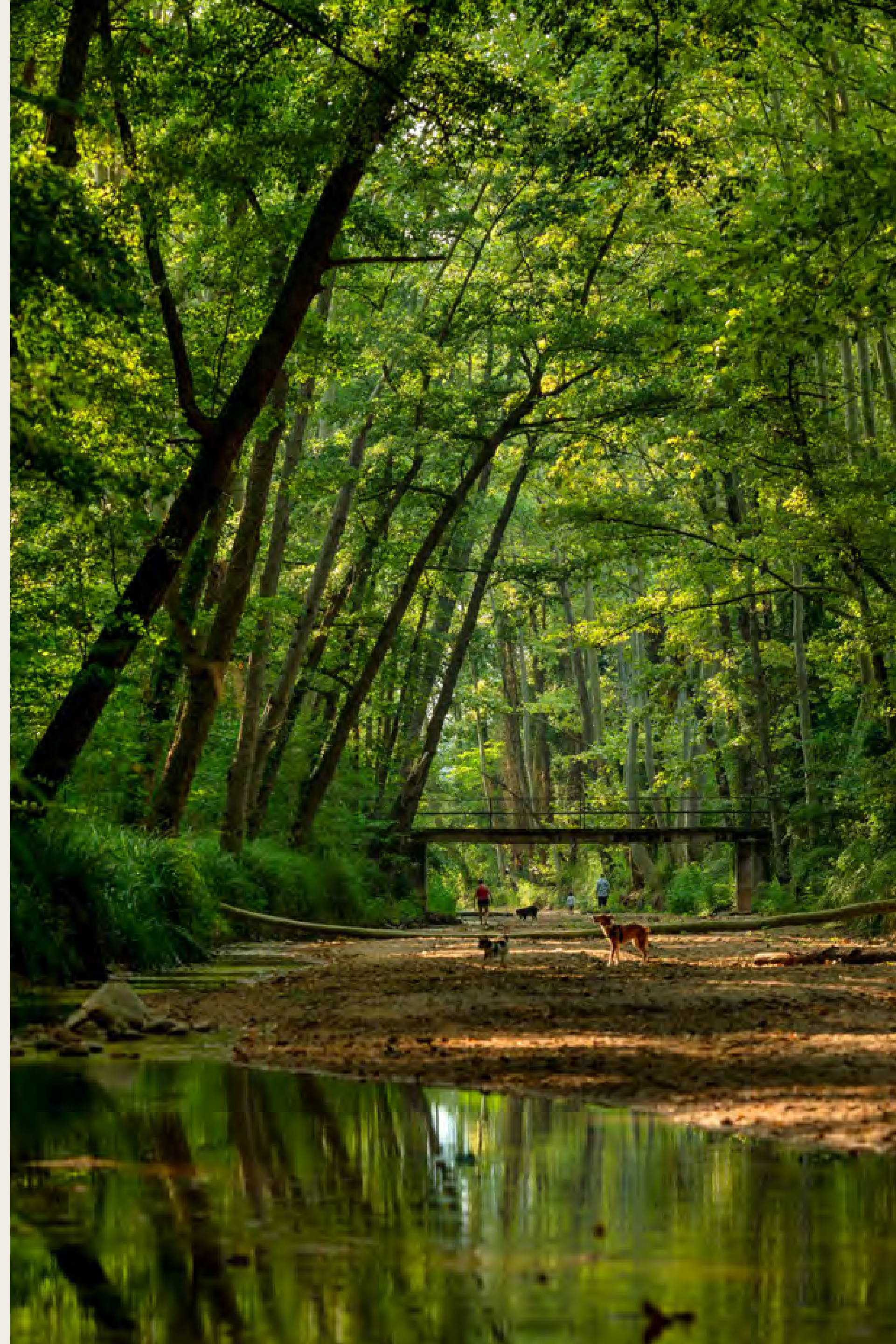
Girona Patronat de Turisme
Costa Brava Girona



ÍNDEX DE CONTINGUTS

1— INTRODUCCIÓ DEL PRESIDENT	4	5— ACCIONS PROMOCIONALS	21
1.1 Les principals dades de turisme, any 2025	7	5.1 Accions promocionals principals	22
2— ESTRUCTURA ORGANITZATIVA	8	5.2 Accions per a prescriptors	25
2.1 Òrgans de govern	9	5.3 Fires de turisme	26
2.2 Consell d'administració	9	6— CLUBS DE MÀRQUETING I PRODUCTE	28
2.3 Comissió Assessora	10	6.1 Cultura i identitat	30
2.4 Organismes en els quals el Patronat té representació		6.2 Enogastronomia	33
Agència Catalana de Turisme (ACT)	10	6.3 Golf	36
2.5 Consell Assessor General	11	6.4 Natura i Turisme Actiu	39
2.6 Organigrama	12	6.5 Ruta del Vi DO Emporda	42
3— PRESSUPOST	13	6.6 Salut i benestar	45
3.1 Pressupost d'ingressos	14	6.7 Turisme Esportiu	48
3.2 Pressupost de despeses	15	6.8 Premium	51
3.3 Ajuts, convenis de col·laboració i patrocinis	16	6.9 Convention Bureau	54
4— SOSTENIBILITAT	17	6.10 Costa Brava Cruise Ports	57
		6.11 Costa Brava Yatch Ports	60
		6.12 Turisme Familiar	62
		6.13 Turisme Inclusiu i Sènior	64
		6.14 Marca Pirineus	66

7— MÀRQUETING DIGITAL, PUBLICITAT I COMUNICACIÓ CORPORATIVA	70
7.1 Màrqueting digital	91
7.2 Campanyes de publicitat i comunicació	77
7.3 Comàrqueting	82
7.4 Comàrqueting per a productes	82
7.5 Comunicació i premsa corporativa	83
7.6 Premis G!	85
7.7 Atenció al visitant	86
7.8 Banc d'imatges	87
7.9 Sessions fotogràfiques	88
7.10 Cessions de tercers	88
8— FORMACIÓ	89
8.1 Programa de formació professional Turisme 360°	90
9— INTEL·LIGÈNCIA DE MERCAT	91





1-INTRODUCCIÓ DEL PRESIDENT



El 2025 l'activitat turística a la demarcació de Girona es consolida i repeteix les bones dades de l'any anterior, una temporada definida com a «rècord». La Costa Brava i el Pirineu de Girona han rebut 8,2 milions de visitants, que han generat 28,4 milions de pernoctacions durant la temporada 2025. Cal destacar un allargament de les estades dels visitants i una major desestacionalització de les pernoctacions, amb increments durant les temporades baixa i mitjana. Així mateix, la despesa global del turisme estranger a Catalunya també ha augmentat un 4,5 %, xifra que confirma la bona dinàmica del sector.

L'exercici és fruit d'un any de treball intens i compartit per continuar posicionant la Costa Brava i el Pirineu de Girona com a destinació turística competitiva, diversa i de qualitat als principals mercats emissors. Al llarg de l'any, el Patronat de Turisme Costa Brava Girona de la Diputació de Girona ha dut a terme 319 accions promocionals amb un pes rellevant als mercats català i espanyol, així com en una dotzena de mercats emissors internacionals, entre els quals destaquen dos mercats tan estratègics com els Estats Units i el Canadà, fet que indica una aposta clara per la diversificació i la projecció internacional de la destinació. Concretament, s'han organitzat 36 presentacions de destinació i producte dirigides a professionals; s'han organitzat i programat 29 trobades empresarials (workshop) adreçades a agents de viatges i canals d'intermediació; s'ha participat en 30 fires de turisme; s'han organitzat 137 viatges de familiarització, premsa i bloguers, que han portat a la destinació 717 prescriptors; s'han programat 26 sessions i tallers formatius dirigits a 741 professionals del sector; s'ha mantingut activa la campanya publicitària «Viu el doble» en l'àmbit català, estatal i internacional; s'ha publicat el nou web professional B2B, i s'han renovat els web que aglutinen l'oferta Unique Premium i del Costa Brava Girona Convention Bureau. Finalment, s'ha actuat en l'àmbit de la sostenibilitat turística a través del foment de la mobilitat verda, la publicació de materials pràctics i l'organització d'accions de promoció i comunicació, entre d'altres.

L'activitat duta a terme per l'entitat ha estat possible gràcies a la implicació, la col·laboració i la confiança del sector turístic de la demarcació de Girona amb la finalitat de construir una destinació més forta, competitiva i sostenible. A més, està alineada amb l'estratègia «(+)
Catalunya, millor turisme», impulsada per la Direcció General de Turisme, i els ODS (Objectius de Desenvolupament Sostenible), que defensa la pròpia Diputació de Girona.

La Memòria d'activitat del *Patronat de Turisme Costa Brava Girona* de la Diputació de Girona presenta de manera visual aspectes relatius a l'estructura organitzativa de l'entitat, el màrqueting operatiu i digital, la difusió de la marca, la comunicació, la sostenibilitat, la competitivitat i la cultura de la dada.

LES PRINCIPALS DADES DE TURISME, ANY 2025

Visitants i estades a la demarcació de girona

Font: Tourism Data System d'Eurecat.

Arribades: **8.178.901** turistes (-3,5 % respecte al 2024).

Estades: **28.382.316** pernотacions (+0,3 % respecte al 2024).

Aeroport girona-costa brava

2.185.561 usuaris (+9,4 % respecte al 2024).

Ports de creuers a la Costa Brava

(Palamós i Roses)

80 escales (+27 % respecte al 2024).

69.000 passatgers (+23 % respecte al 2024).

Despesa turisme internacional a catalunya

Increment del 4,5 % respecte al 2024.

Despesa mitjana per viatge i persona: 1.230 euros (39 euros més que al 2024).

Despesa mitjana diària per persona: 224 euros (13 euros més que al 2024).





2-ESTRUCTURA ORGANITZATIVA

ÒRGANS DE GOVERN

Junta General

l'òrgan suprem del Patronat, fundat pels accionistes el 28 de desembre de 1976.

CONSELL D'ADMINISTRACIÓ

En data 31 de desembre de 2025, 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

Santiago Reixach i Garriga, president del Consell Comarcal de la Garrotxa (fins al 21 de novembre), i posteriorment pendent de nomenament.

Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat

Pau Rich i Sanglas

Facultat de Turisme de la Universitat de Girona

Lluís Coromina i Soler

Sector Privat

Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Girona

Enric Dotras i Rusalleda, vicepresident tercer

Gremis i associacions

Federació d'Hostaleria i Turisme

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

Ane Movilla i Garcia

Persona idònia

Jaume Dulsat i Rodríguez

COMISSIÓ ASSESSORA

La Comissió Assessora del president està formada pels membres del Consell d'Administració que ell designa. En data 31 de desembre de 2025, 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

Norbert Bes i Ginesta, Director

Carles Mota i López

Pau Rich i Sanglas

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

ORGANISMES EN ELS QUALS EL PATRONAT TÉ REPRESENTACIÓ AGÈNCIA CATALANA DE TURISME (ACT)

Consell de Direcció

Norbert Bes i Ginesta, director

Consell General de Participació

Miquel Noguer i Planas, president

CONSELL ASSESSOR GENERAL

En data 31 de desembre de 2025, la composició era la següent:

La Comissió Assessora del president està formada pels membres del Consell d'Administració que ell designa.

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

Pendent nomenament
Representació dels consells comarcals gironins

Carles Ramonet i Costa
Diputació de Girona. Àrea d'Esports

Helga Nuell i Turon
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 Capdevila i Perea
Consell Comarcal del Ripollès

Gloria Marull i Coll
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

Àlex Terés i Cordón
Consell Comarcal del Pla de l'Estany

Pau Rich i Sanglas
Director dels Serveis Territorials d'Empresa i Treball

Lluís Coromina i Soler
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

Pilar Roura i Corbelle
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

Joan Pijoan i Coromina
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

Marta Montalban i Gallego
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 i Turisme

Jesús Maria Pont i Colldecarrera
Federació d'Hostaleria i Turisme

Miquel Gotanegra i Portell
Associació de Càmpings de Girona

Ane Movilla i Garcia
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

Genís Dalmau i Burgués
Associació de Centres Subaquàtics

Jordi Martí i Utset
Associació Catalana d'Agències de Viatges

Christian Balló i Caroen
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

Albert Gómez i Casas
Persona idònia

Jaume Dulsat i Rodríguez
Persona idònia

Ramon Corominas i Estany
Persona idònia

Joaquim Majó i Fernández
Persona idònia

ORGANIGRAMA

Consell d'administració

Consell Assessor General

Presidència

Comissió Assessora

Direcció

Secretari general

Administració

Recepció I Informació turística I Logística

Administració I Gestió del Personal I
Seu Electrònica i Transparència

Comptabilitat i Tresoreria I Contractació Pública

Convocatòries i Actes dels Òrgans de Govern
del Patronat

Pressupost I Control Financer i Econòmic

Gestió Fiscal i Laboral I Auditories Financeres
i de Control Intern

Aeroport de Girona

Informació turística

Comunicació corporativa i premsa

Relació i gestió de mitjans de comunicació

Control i anàlisi de reputació

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, Costa Brava Yacht 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

An aerial photograph of a vast, dense forest of evergreen trees, all heavily laden with snow. The trees are packed closely together, creating a textured, white landscape. A narrow, snow-covered path winds through the center of the forest. In the lower-middle part of the path, two small figures of people are visible, one in a blue jacket and another in darker clothing, providing a sense of scale to the massive forest. The overall scene is serene and wintry.

PRESSUPOST D'INGRESSOS

Descripció	Drets nets (€)	%
Transferències corrents	5.889.823,78	93,36
Diputació de Girona	5.729.000,00	90,81
Direcció General de Turisme, pel cofinançament de les despeses de funcionament de l'Oficina de Turisme de l'Aeroport	93.504,65	1,48
Diputació de Girona pel Projecte RIUNATUR FMRRRC14I01	42.187,72	0,67
Agència Competitivitat per l'Empresa (ACCIÓ) pel Projecte TRIA	4.131,41	0,07
Membres del Costa Brava Cruise Ports	14.000,00	0,22
Membres del Costa Brava Yacht Ports	7.000,00	0,11
Prestació de serveis i altres ingressos	418.653,37	6,64
Total d'ingressos	6.308.477,15	

PRESSUPOST DE DESPESES

Descripció	Despesa real (€)	%
Programa 0. Estructura i funcionament	2.113.651,82	33,85
Despeses de personal	1.797.133,45	28,78
Despeses d'administració	309.324,74	4,95
Inversió en immobilitzat	6.884,55	0,11
Despeses financeres	309,08	0,005
Programa 1. Màrqueting i promoció	3.439.029,31	55,08
Màrqueting de productes	904.993,98	14,49
Publicacions, documentació i arxiu d'imatges	117.695,76	1,89
Publicitat i creativitat en publicitat	1.144.355,26	18,33
Despeses en accions promocionals	1.015.218,58	16,26
Patrocinis i altres esponsoritzacions	256.765,73	4,11
Programa 2. Desenvolupament en línia	158.001,06	2,53

Descripció	Despesa real (€)	%
Programa 3. Jornades de formació	10.112,70	0,16
Programa 5. Posicionament i gestió de la marca	198.853,25	3,18
Programa 7. Comunicació i relacions públiques	88.064,86	1,41
Programa 9. Lideratge turístic	235.864,79	3,78
Despeses de lideratge turístic	53.617,85	0,86
Despeses de l'Oficina de Turisme de l'Aeroport	182.246,94	2,92
Total de despeses	6.243.577,79	

AJUTS, CONVENIS DE COL·LABORACIÓ I PATROCINIS

1 Conveni de col·laboració

194.456,00 €

amb l'Agència Catalana de Turisme.

43 Contractes de patrocini

256.765,73 €

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



An aerial photograph showing a dirt road winding through a field. On the left side of the road, there is a large, dense patch of green, spiky plants. On the right side, the field is filled with rows of green plants, many of which have small yellow flowers. A person wearing a red jacket is riding a motorcycle down the center of the dirt road. The overall scene is rural and natural.

4-SOSTENIBILITAT

SOSTENIBILITAT

La Secretaria Tècnica de Sostenibilitat defineix, juntament amb la Taula Territorial de Sostenibilitat i l'equip del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, l'estratègia per posicionar la Costa Brava i el Pirineu de Girona com a destinació turística responsable.

Es treballa en tres àmbits:

Intern

- Reunions bianuals de la Taula Territorial de Sostenibilitat Turística. Definició del Pla d'accions i objectius.
- Alineació de les accions amb el Compromís Nacional per un Turisme Responsable.
- Càlcul de la petjada de carboni del Patronat com a part del Pla de Descarbonització de la Diputació de Girona.
- Implementació del «Manual d'accions sostenibles» per a la millora del grau de sostenibilitat de les actuacions pròpies del Patronat.
- Elaboració del document de presentació comercial que detalla la tasca duta a terme des de l'entitat en termes de sostenibilitat, així com els bons exemples i les bones pràctiques existents a la destinació.
- Desplegament de la Global Tourism Plastic 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 interna «Disseny, comunicació i promoció d'experiències turístiques sostenibles», amb l'expert Xavier Font, de la Universitat de Surrey (Regne Unit).



Sector

- Qüestionari d'autoavaluació sobre el grau de sostenibilitat adreçat als nous membres de l'entitat.
- Enquesta i informe per conèixer la situació dels membres del Club Cultura i Identitat pel que fa a poder atendre els visitants que hi arriben en bicicleta.
- Estructuració del projecte d'Impacte Positiu: reunions i trobades amb associacions i entitats ambientals i socials de la demarcació per buscar col·laboracions.
- Organització la jornada «Cicloturisme i mobilitat» en el marc de la Sea Otter Europe Connect, amb 66 participants.
- Formacions adreçades al sector:
 - «CAES. Certificats d'estalvi energètic al sector turístic», amb 15 participants.
 - «La sostenibilitat en el turisme cultura: comparativa segells, bones pràctiques i casos d'èxit», amb 14 participants.
- 5 visites o assessorament a les empreses privades i entitats públiques del territori.
- Creació de material de suport per al sector:
 - «Càterings que et cuiden. Bones pràctiques per a serveis de càtering. Deu idees per fer serveis de càtering més sostenibles, més responsables i més saludables».
 - «Manual pràctic per a la comunicació de la sostenibilitat en les experiències», adreçat especialment als membres del Club Salut i Benestar.
- Redacció d'articles B2B:
 - *Productes de proximitat de la Costa Brava i el Pirineu de Girona: una eina clau per reduir la petjada de carboni*
 - *Cicloturisme a la Costa Brava i el Pirineu de Girona: un impulsor del turisme sostenible i desestacionalitzador*
 - *Eficiència energètica i sostenibilitat: una aposta estratègica per al sector turístic de la Costa Brava i el Pirineu de Girona*
 - *La natura, el nostre gran company de viatge*
 - *Bones pràctiques per gaudir la natura a la Costa Brava i al Pirineu de Girona*
 - *Tot el que és possible! El compromís sostenible de l'Hotel Bell Repòs a Platja d'Aro*



Presentacio Sostenibilitat



WS Durable

Destinació

- Estructuració dels continguts en l'apartat de sostenibilitat del nou web corporatiu B2B (<https://b2b.costabrava.org/>).
- Redacció d'articles adreçats al públic final per incrementar la mobilitat verda:
 - *CINC escapades sense cotxe des de Barcelona a la Costa Brava i el Pirineu de Girona*
 - *SIS escapades sense cotxe des de Girona per descobrir el territori*
 - *SET propostes sense cotxe des de Roses per descobrir la Costa Brava i el Pirineu de Girona*
 - *DEU escapades sense cotxe des de Lloret de Mar per descobrir la Costa Brava i el Pirineu de Girona*
 - *CINC idees per descobrir la Costa Brava sense cotxe des de Platja d'Aro aquest estiu*
 - *VUIT maneres de descobrir la Costa Brava i el Pirineu de Girona amb els trenets turístics*
 - *CINC descobertes sense cotxe des de Puigcerdà*
- Disseny de material promocional i de sensibilització: «Llista de propòsits, somnis i desitjos per fer en família a la Gironès».
- Participació en projectes europeus com el RIUNATUR (PSTD Diputació de Girona) i el Regenera4MED (ACT) amb L'Escala com a destinació pilot.
- Suport en accions de promoció de la sostenibilitat:
 - Viatge de premsa amb periodistes irlandesos.
 - Presentació a premsa especialitzada a Barcelona.
 - Participació al workshop Destí'durable (AV mercat francès).

An aerial photograph of a medieval village. The central focus is a tall, square stone tower with a crenellated top, flying a red and white striped flag. The tower is surrounded by multi-story stone buildings with terracotta tiled roofs. The ground floor of these buildings features a series of arches, some of which are occupied by outdoor seating areas. The village is situated in a lush, green valley with dense forests in the background. The overall scene is bathed in bright, natural light, suggesting a clear day.

5 ACCIONS PROMOCIONALS

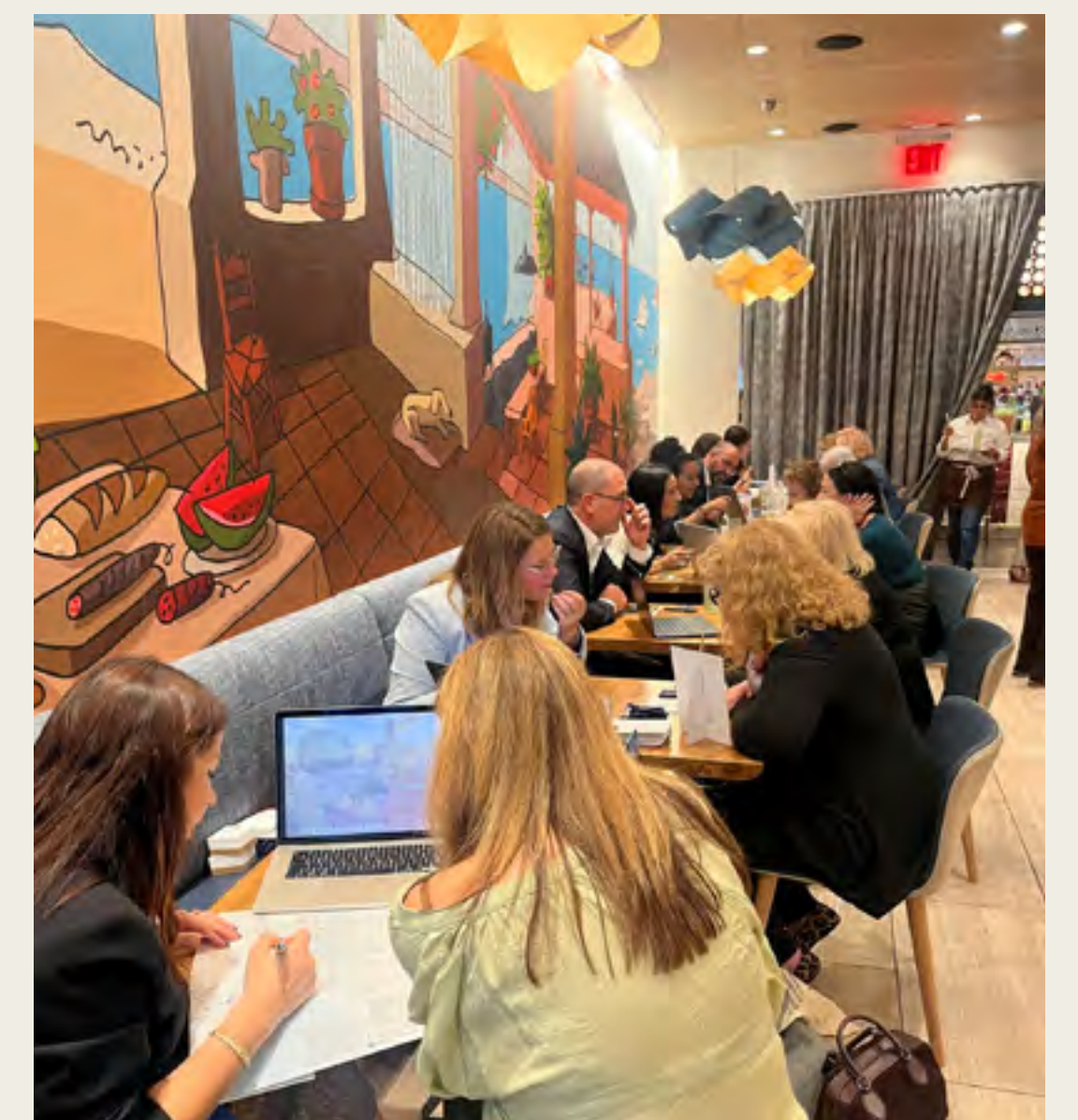
ACCIONS PROMOCIONALS PRINCIPALS



Viatge de familiarització Connections Luxury Europe



Viatge de familiarització Intravel



Workshop Nova York

Promoció de la Ruta del Vi DO Empordà a Nord-Amèrica: Washington (EUA) i Toronto (Canadà)

Acció conjunta de l'Agència Catalana de Turisme, el Patronat de Turisme de la Costa Daurada i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona

- 2** presentacions amb tast de vins i *networking*
- 45** agents de viatges
- 30** prescriptors de mitjans de comunicació



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

- 3** ciutats: Anvers (Bèlgica), Glasgow (Regne Unit) i Estocolm (Suècia)
- 3** presentacions amb *networking* i àpats gastronòmics
- 88** agents de viatges i prescriptors de mitjans de comunicació
- 23** empreses i entitats gironines



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

- 3** ciutats: Miami, Dallas i Nova York
- 3** presentacions amb *networking*
- 114** agents especialitzats i programadors de viatges d'alta gamma
- 11** entitats i empreses gironines



Setmana de la Costa Brava i el Pirineu de Girona a Màlaga

- 3** esdeveniments promocionals i comercials de producte i genèrics
- 3** sessions de workshop/networking i àpats gastronòmics
- 60** professionals d'agències emissores, receptores i organitzadors d'esdeveniments
- 25** entitats i empreses gironines



«Workshop Pirineu de Girona» a Mallorca

Presentació amb *workshop* i àpat gastronòmic

- 17** professionals de les agències de viatge especialitzades en producte de neu
- 6** entitats i empreses gironines



Esdeveniment MICE «All About People» a la Costa Brava

Acció conjunta del Costa Brava Girona Convention Bureau i del Catalunya Convention Bureau

- 3** jornades de *networking* amb activitats de dinamització
- 40** professionals organitzadors d'esdeveniments d'empresa i viatges d'incentiu britànics
- 25** proveïdors del sector catalans
- 2** viatges de familiarització



ACCIONS PER A PRESCRIPTORS

Viatges de premsa

- 43** Viatges
- 112** Periodistes

Viatges de familiarització

- 54** Viatges
- 443** Agents de viatges

Viatges amb creadors de contingut

- 40** *Blog trips*
- 162** Prescriptors i creadors de contingut digital



FIRES DE TURISME

Nom	Lloc	Tipus	Participació
Vakantiebeurs	Utrecht, Països Baixos	Genèrica Mixta	Catalunya
CMT	Stuttgart, Alemanya	Genèrica Públic final	Catalunya
United Soccer Coaches Convention	Chicago, Estats Units	Turisme Esportiu Professional	Catalunya
Fitur	Madrid, Espanya	Genèrica Mixta	Catalunya
Navartur	Pamplona, Espanya	Genèrica Mixta	Estand propi
F.RE.E Múnic	Múnic, Alemanya	Genèrica Públic final	Estand propi
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 Mixta	Catalunya
B travel	Barcelona, Espanya	Genèrica Mixta	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
Seatrade Cruise Global	Miami, Estats Units	Cruise Ports Professional	Catalunya
Matka	Hèlsinki, Finlàndia	Golf Costa Brava Professional	Turespanya
Expovacaciones	Bilbao, Espanya	Genèrica Ruta del Vi DO Empordà Públic final	Estand propi
Rouleur Live	Londres, Regne Unit	Turisme Esportiu Mixta	Estand propi
IMEX	Frankfurt, Alemanya	CBGCB Professional	Catalunya
World Football Summit	Madrid, Espanya	Turisme Esportiu Professional	Estand propi
Monaco Yacht Show	Mònaco, Mònaco	CBYPorts Professional Públic final	Entitat / Associació



Nom	Lloc	Tipus	Participació
WTM	Londres, Regne Unit	Genèrica Professional	Catalunya
Touristik & Caravaning Leipzig	Leipzig, Alemanya	Genèrica Públic final	Catalunya
IBTM World	Barcelona, Espanya	CBGCB Professional	Catalunya
Palma Yacht Show	Palma de Mallorca, Espanya	CBYPorts Professional	Entitat / Associació
Salon Senior	París, França	Turisme Inclusiu i Sènior Públic final	Catalunya
Salon Occ'ygene	Tolosa de Llenguadoc, França	Natura i Turisme Actiu Públic final	Catalunya
Wein Gourmet Festival	Baden-Baden, Alemanya	Ruta del Vi DO Empordà Mixta	Turespanya
World Rowing Masters Regatta	Banyoles, Espanya	Turisme Esportiu Públic final	Catalunya
Ciclosfera	València, Espanya	Natura i Turisme Actiu Mixta	Entitat / Associació
Paris Golf Show	París, França	Golf Costa Brava Públic final	Entitat / Associació
Imex America	Las Vegas, Estats Units	CBGCB Professional	Turespanya



6-CLUBS DE MÀRQUETING I PRODUCTE





El Patronat de Turisme Costa Brava Girona té nou clubs de màrqueting de 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 producte, amb més de vuit-centes cinquanta entitats i empreses associades, i treballa altres productes com el turisme familiar, el turisme sènior i inclusiu, i el turisme de creuers i iots.

CULTURA I IDENTITAT



Cultura i identitat
Costa Brava
Pirineu de Girona

81 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

2a edició de «Benestar cultural».

13 activitats de benestar en equipaments culturals.

205 participants.

4a edició de «Beu-te el museu».

15 activitats en museus i cellers de la Ruta del Vi DO Empordà.

318 participants, 80 % d'ocupació.

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

Costa Brava Girona Festivals al portal web oficial.

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

ACCIONS PROMOCIONALS

Presentació de novetats a agències receptores de Girona, amb els clubs d'Enogastronomia, Unique i Premium, Salut i Benestar, Natura i Turisme Actiu, Ruta del Vi i Esportiu.

7 participants.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge de familiarització amb agències de Shanghai, Beijing i Hong Kong, mercat xinès. *9 participants.*

Viatge de familiarització amb agències prèmium, mercat català. *7 participants.*

Viatge de familiarització amb ACAVE, mercat català. *7 participants.*

Viatge de familiarització amb agències genèriques, mercat alemany. *9 participants.*

Viatge de familiarització amb *workshop* amb agències escolars, mercat català. *5 participants.*

Viatge de familiarització amb l'operador turístic Sunvil, mercat britànic. *5 participants.*

Viatge de familiarització amb l'agència de viatges Avanti Destinations, mercat americà. *9 participants.*





ACCIONS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ

VIATGES DE PREMSA

Viatge de premsa amb *Catalunya Ràdio*, *Diari Ara* i *Descobrir*, mercat català. *3 participants.*

Viatge de premsa amb *Sudnly* i *Marie Claire*, mercat francès. *1 participant.*

Viatge de premsa amb *Wanderer* i *El País*, mercat estatal. *2 participants.*

Viatge de premsa «La Costa Brava más sensorial», mercat estatal. *7 participants.*

Viatges de premsa amb el *Diari Ara*, sèrie «Patrimoni i aigua dolça a Catalunya», mercat català. *2 participants.*

Viatge de premsa per a la productora *Fish Eye*, documental «Salvador Dalí Italian Connection», mercat italià. *5 participants.*

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

Viatge de creadors de contingut *CBG!festivals* amb *Nadine Romero*, *Gerard Querol*, *Laura Grau*, *Alba Riera*, *Arnau París* i *Maria Vallespi*, mercat català. *6 participants.*

Viatge de creadora de contingut amb *Ni Mona Ni Lisa*, mercat català. *2 participants.*

Viatge de creadora de contingut amb *Femme Sapiens*, mercat català i estatal. *2 participants.*

Viatge de creadora de contingut amb *Freibeuter Reisen*, mercat alemany. *1 participant.*

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

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

Campanyes publicitàries al mercat català, estatal i francès: «**CBG!festivals**», «**Els museus surten al carrer**» i «**Beu-te el museu**».

ALTRES

Campanya *comàrqueting* amb l'operador britànic *Inspire My Holiday*, amb els clubs de màrqueting d'*Enogastronomia* i *Salut i Benestar*, mercat britànic.

Publicacions al blog *Be Inspired* del portal web oficial.

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

Distribució de *newsletters* a públic final amb *Mammaproof Barcelona*, mercat català.

Distribució de *newsletters* a públic final, mercat català i estatal.

FORMACIÓ

Jornada de creació de producte sobre el Turisme de la Memòria com a recurs turístic, amb cellers del club de la Ruta del Vi DO Empordà. *17 participants.*

Jornada «Cocreació de nous productes per al sector cultural». *10 participants.*

Jornada «La sostenibilitat en el turisme cultura: comparativa de segells, bones pràctiques i casos d'èxit». *14 participants.*

Benchmark intern als museus de Figueres: Casa Natal Dalí, Museu del Joguet i Fundació Dalí. *10 participants.*

Benchmark sobre la gestió de l'oferta de turisme cultural al nord del País Basc. *17 participants.*

MATERIAL

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

Reedició i reimpressió Mapa desplegable *CBG!festivals 2025*.

PATROCINIS I SUPORT

Patrocini de festivals de la marca *CBG!festivals*.

ENO GASTRONOMIA



Enogastronomia
Costa Brava
Pirineu de Girona

162 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL I PROFESSIONAL

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

Presentació de la destinació dins del **Fòrum Gastronòmic de Puebla** com a regió culinària convidada, mercat mexicà.

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

ACCIONS PROMOCIONALS

Presentació i workshop a Zúric, amb el Club Premium. *34 participants i 12 empreses gironines.*

Roadshow «Afterwork Costa Brava & Girona Pyrenees» als Estats Units (Miami, Dallas i Nova York). *114 agents especialitzats i programadors d'esdeveniments i 11 empreses gironines.*

Presentació i workshop amb agències receptores de mercats llunyans a Màlaga, amb els clubs Premium i Salut i Benestar, mercat internacional. *18 participants i 13 empreses gironines.*

Presentació de novetats a agències receptores de Girona, amb els clubs Premium, Cultura i Identitat, Salut i Benestar, Natura i Turisme Actiu, Ruta del Vi i Esportiu. *7 participants.*

Assistència al **workshop «Tasty Catalonia» en el marc de CRMG25**, Tarragona, mercat internacional. *24 reunions.*

Assistència al **workshop «Meet Navartur»**, Pamplona, mercat internacional. *12 reunions.*

Agenda comercial amb els clubs Premium i Salut i Benestar, Londres, mercat anglès. *10 agències.*

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge de familiarització posterior a l'acció Madrid 2024 per a agències receptores de luxe, mercat internacional. *9 participants.*

Viatge de familiarització amb agències receptores de mercats llunyans de Barcelona, mercat internacional. *7 participants.*

Viatge de familiarització per a ASTA San Diego, mercat nord-americà. *10 participants.*

Viatge de familiarització per a The Catalan Table, mercat nord-americà. *1 participant.*

Viatge de familiarització Tasty Catalonia en el marc de CRMG25, mercat internacional. *16 participants.*

Viatge de familiarització posterior a Connections Luxury Europe, mercat internacional. *10 participants.*

Viatge de familiarització amb agències especialitzades en cultura i enogastronomia, mercat alemany. *11 participants.*

Viatge de familiarització per a Local Hideaways, mercat holandès. *1 participant.*



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

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

Campanya publicitària estatal de posicionament de marca amb VIAJAR Espanya i campanya d'exterioris audiovisuals a mercats municipals de Madrid, València, Bilbao, Màlaga i València.

Campanyes publicitàries de desestacionalització a diversos mitjans, com ara Le Parisien, TFI, La Gourmeteria, mercats català, estatal, britànic, francès i suís.

VIATGES DE PREMSA

Viatge de premsa amb PRIOR Magazine, The Luxury Editor, EATER, Late Check Out Time i AFAR, mercat internacional. 4 participants.

Viatge de premsa Gault&Millau, mercat francès. 2 participants.

Viatge de premsa Sale & Pepe, mercat italià. 2 participants.

Viatge de premsa amb Condé Nast UK, mercat britànic. 1 participant.

Viatge de premsa amb The Independent UK, mercat britànic. 1 participant.

Viatge de premsa amb Revista Vagabond, mercat suec. 1 participant.

Viatge de premsa amb Elle Gourmet, mercat estatal. 1 participant.

Viatge de premsa amb Nat Geo Food, Food&Wine i El País, mercat estatal. 3 participants.

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

Viatge de creadors de contingut Meet the Influencers, en el marc de CRMG 25, mercat internacional. 11 participants.

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

Elaboració i distribució de 2 newsletters B2C, mercat català.

Elaboració i actualització de 2 articles al [blog Be Inspired](#).

ALTRES

Jornades de presentació de projectes de la destinació a Juno House Barcelona, amb els clubs Premium i Salut i Benestar, mercat estatal. 22 participants.

Comàrqueting al portal Inspire my Holiday, mercat britànic.

COL-LABORACIÓ

Membres del comitè de la marca Enogastronomia de l'Agència Catalana de Turisme.

PATROCINI

Masterchef Celebrity Elbulli1846, mercat estatal, 15,7 % de quota de pantalla i 856.000 espectadors.

GOLF



 Golf
Costa Brava
Pirineu de Girona

32 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

FIRES

Fira **Matka**, Hèlsinki (Finlàndia).

Paris Golf Show, París (França).

ACCIONS PROMOCIONALS

Village del **KLM Open**, Amsterdam (Països Baixos).

Village del **Danish Open**, Copenhagen (Dinamarca).

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

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

FIRES

Fira **IAGTO European Convention**, Gran Canaria. 39 reunions.

Fira **North America Golf Convention**, Alabama (Estats Units). 20 reunions.

ACCIONS PROMOCIONALS

Presentació i *workshop* a Dublín (Irlanda). 12 participants.

Afterwork «MICE, Golf & Sports» a Màlaga, mercat espanyol. 17 participants.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge de familiarització i jornada de networking amb Turespaña per al mercat suís. 6 participants.

Viatge de familiarització i jornada de networking amb Turespaña per al mercat dels Països Nòrdics (Dinamarca, Finlàndia i Noruega). 7 participants.

Viatge de familiarització i jornada de networking amb ACT per al mercat de Nord-Amèrica (Estats Units i Canadà). 11 participants.

Viatge de familiarització en col·laboració amb Camiral, mercat coreà. 9 participants.

Viatge de familiarització en col·laboració amb ACT per a Golf & Beyond, mercat suec. 2 participants.

ALTRES

Comàrquetings amb Leading Courses (mercat Benelux) i Caddie Golfrejser (Dinamarca).

Jornada de treball sobre enoturisme i golf. 21 participants.



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

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

Campanya publicitària específica de posicionament de marca als mercats de França, Regne Unit i Països Nòrdics: publicitat en pantalles exteriors de camps de golf de França, i campanyes digitals a X.

Publicacions al blog [Be Inspired](#) del portal web oficial.

Continguts al web [Training Camps](#).

Publicació de *newsletter* amb Nineteen Golf, mercat suís.

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

Viatge de creació de continguts amb Golf & Travel, mercat alemany. *2 participants*.

PATROCINIS I SUPORT

Col·laboració amb **Torneo Ruta 21**, mercat nacional.

Patrocini **Santander Golf Tour**. Empordà Golf Club.

Torneig **Golfy Week Catalogne** a la Costa Brava, mercat francès. *300 participants*.

FORMACIÓ

«Golf i l'oferta turística de la Costa Brava». *13 participants*.

MATERIAL

Ampliació de l'arxiu fotogràfic dels diferents camps de golf, sessió amb David Crespo.

Material i marxandatge promocional del Club.

NATURA I TURISME ACTIU



Natura i Turisme Actiu
Costa Brava
Pirineu de Girona

182 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

FIRES

Fira Salon de la Plongée, París.

Fira Salon Les Nautiques, Port Camargue.

Salon Occ'ygene, Toulouse.

Ciclosfera, València.

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

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

ACCIÓ PROMOCIONAL

«Presentació i *workshop* Pirineu de Girona»
a Palma de Mallorca amb 17 agències i
6 empreses gironines.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge de familiarització Acave,
mercat espanyol. 7 participants.

Viatge de familiarització Pirineu de Girona,
mercat anglès. 6 participants.

Viatge de familiarització Headwater,
mercat anglès. 4 participants.

Viatge de familiarització ecoturisme,
mercat alemany i francès. 7 participants.

Viatge de familiarització Sawadee i Intrepid
Travel. Mercat anglès. 2 participants.

Viatge de familiarització Intravel, mercat
anglès. 5 participants.

Viatge de familiarització turisme escolar,
actiu i cultura, mercat català. 5 participants.

Viatge de familiarització actiu Live Twice,
mercat alemany. 7 participants.

ALTRES

Presentació amb agències receptores:
senderisme i cicloturisme. 6 participants.

Agenda comercial Regne Unit. 5 participants.



ACCIONS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

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

Campanya específica en mitjans com ara Minube, Descobrir, Meteopirineus, Desnivel i Columbus.

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

Campanya de ràdio i campanyes publicitàries específiques de neu per a les estacions d'esquí.

Campanya i contingut audiovisual amb influenciadors especialitzats en natura i turisme actiu: Gigi Salomon, Axel Blanch i Guillenbri.

Publicacions al blog [Be Inspired](#) del portal web oficial.

Ampliació de contingut de rutes a la plataforma [Wikiloc](#), i creació d'un nou perfil a Komoot.

VIATGES DE PREMSA

Viatge de premsa Radio Nacional i RTVE, mercat espanyol. *1 participant.*

Viatge de premsa WielerVerhaal, mercat Benelux, *2 participants.*

Viatge de premsa Cyclist Magazine, mercat anglès. *2 participants.*

Viatge de premsa Pirinexus-Lonely Planet. Multimercat. *1 participant.*

Viatge de premsa Pirinexus-Diari Ara, mercat català. *3 participants.*

Viatge de premsa Campings i activitats, mercat alemany. *2 participants.*

Viatge de premsa Camperisti italians, mercat italià. *2 participants.*

Viatge de premsa actiu i sostenibilitat, mercat irlandès. *6 participants.*

Viatge de premsa ecoturisme Garrotxa, mercat suec. *1 participant.*

Viatge de premsa FietsActief. Mercat holandès. *2 participants.*

Viatge de premsa càmpings, mercat Benelux. *1 participant.*

Viatge de premsa Komoot, multimercat. *1 participant.*

Viatge de premsa Campionat del Món Imatge Submarina, multimercat. *6 participants.*

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

Viatge creadors de contingut amb Rural i Outdoor, mercat català. *2 participants.*

Viatge creadors de contingut amb Eurovélo, mercat italià. *1 participant.*

Viatge creadors de contingut amb Neurones Fregides, mercat català. *7 participants.*

ALTRES

Presentació temporada d'hivern 2025/2026 al Pirineu de Girona a Vallter (Ripollès), 12 mitjans catalans i 50 assistents.

Presentació sobre natura, actiu i sostenibilitat a la Costa Brava i el Pirineu de Girona a Barcelona, 10 mitjans catalans.

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 en el marc del projecte Riunatur de creació de producte.

MATERIAL

Ampliació de l'arxiu fotogràfic i videogràfic (neu i senderisme) de l'oferta d'activitats de turisme actiu i natura.

Marxandatge específic de natura i turisme actiu.

RUTA DEL VI DO EMPORDA



Ruta del Vi DO Empordà
Costa Brava
Pirineu de Girona

91 associats



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

FIRES

Fira **Expovacaciones**, Bilbao.

Fira **Wein Gourmet Festival**, Baden-Baden.

ACCIONS PROMOCIONALS

12a edició del festival **Vívid**.

59 activitats.

2.451 participants. 92% d'ocupació.

4a edició de «**Beu-te el museu**».

15 activitats en museus i cellers de la Ruta del Vi DO Empordà.

318 participants, 80% d'ocupació.

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

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

ACCIONS PROMOCIONALS

Presentació de novetats a agències receptores de Girona, amb els clubs d'Enogastronomia, Cultura i Identitat, Salut i Benestar, Natura i Turisme Actiu, Ruta del Vi i Esportiu. *7 participants.*

Presentació i tast de vins amb agents de viatges, Washington i Toronto, mercat americà i canadenc. *45 participants.*

Presentació i tast de vins Wine & Cycling Tourism, Londres, mercat britànic. *13 participants.*

WORKSHOPS

Workshop Wine Travel Week, Porto. 40 reunions.

Workshop Tasty Catalonia, Tarragona. 20 reunions.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge de familiarització **Tast Catalonia**, mercat internacional. *16 participants.*

Viatge de familiarització amb **Paladares**, mercat internacional. *2 participants.*

ALTRES

Agenda comercial en línia, mercat anglès. *5 reunions.*



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

ACCIONS DE PROMOCIÓ

Presentació i tast de vins amb mitjans de comunicació, Washington i Toronto, mercat americà i canadenc. *37 participants.*

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

Campanya publicitària al festival Vívid, mercat català.

Campanya publicitària «Beu-te el museu», mercat català.

Campanya publicitària de posicionament de marca a xarxes socials, mercat neerlandès, belga i alemany.

Campanya publicitària a la revista Roleur, mercat internacional.

VIATGES DE PREMSA

Viatge de premsa amb Foodies Travel NL, mercat neerlandès. *2 participants.*

Viatge de premsa amb Travel + Leisure, mercat internacional. *2 participants.*

Viatge de premsa amb El País, mercat estatal. *2 participants.*

Viatge de premsa amb Gault&Millaut, mercat francès. *2 participants.*

Viatge de premsa amb Mia, mercat estatal. *1 participant.*

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

Viatge de creadors de contingut Meet the Influencers, mercat internacional. *11 participants.*

Viatge de creadors de contingut amb @rougeauxlevres, mercat francès. *2 participants.*

ALTRES

Elaboració i distribució de 6 newsletters B2C, mercat català. 2.440 subscriptors. 53% de ràtio d'obertura.

Elaboració i actualització de 5 articles al blog de costabrava.org. 6.500 sessions obertes.

FORMACIÓ

«English for Wine Tourism and Tasting», Peralada. *14 participants.*

«Com crear impacte en un viatge de familiarització i un viatge de premsa?», Mollet de Peralada. *15 participants.*

Organització de 6 *enotrobades*, Alt i Baix Empordà. 85 participants.

Benchmark Bordeus i Saint Émilion, França. *24 participants.*

MATERIAL

Adquisició de nou material fotogràfic i audiovisual del Festival Vívid, del celler Vinyes d'Olivardots i del fotògraf David Rocabertí.

Reedició del mapa desplegable Ruta del Vi DO Empordà.

Creació de dossier de premsa específic.

Marxandatge: copes de vidre i glaçoneres per als associats.

SALUT I BENESTAR



Salut i benestar
Costa Brava
Pirineu de Girona

28 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

2a edició de «Benestar cultural».

13 activitats de benestar en equipaments culturals.
205 participants.

Col·laboració amb el Festival Emporiom.

2 activitats de ioga i alimentació saludable
amb membres del club.

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

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

Presentació i workshop amb agències receptors de mercats llunyans a Màlaga amb els clubs d'Enogastronomia i Unique Premium. Mercat internacional. *18 participants i 13 empreses gironines.*

Presentació de novetats a agències receptors de Girona, amb els clubs d'Enogastronomia, Cultura i Identitat, Unique Premium, Natura i Turisme Actiu, Ruta del Vi i Esportiu. *7 participants.*

Participació a Synergy –The Retreat Show, a Sardenya, mercat internacional. *27 contactes.*

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge de familiarització posterior a l'acció Madrid 2024 per a agències receptors de luxe, mercat internacional. *9 participants.*

Viatge de familiarització amb ACAVE, agències receptors estatals, multiproducte. *8 participants.*

Viatge de familiarització amb organitzadores de retirs internacionals. *12 participants.*

ALTRES

Agenda comercial amb els clubs Unique Premium i Enogastronomia, Londres, mercat anglès. *10 agències.*





ACCIONS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

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

Campanya de publicitat específica: Forbes Travel, Què fem, TimeOut. Xarxes socials: Instagram, Facebook i Twitter.

Campanya comàrqueting amb l'operador britànic Inspire My Holiday, amb els clubs de màrqueting d'Enogastronomia i Cultura i identitat, mercat britànic.

VIATGES DE PREMSA

Viatge de premsa amb la revista Travel & Leisure, amb el club Ruta del Vi.

Viatge de premsa amb PRIOR Magazine, The Luxury Editor, EATER, Late Check Out Time i AFAR, mercat internacional. 4 participants.

Viatge de premsa amb la Revista Mia, mercat estatal, amb el club Ruta del Vi.

Viatge de premsa platges actives, mercat Benelux. 2 periodistes.

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

Viatge de creació de contingut amb organitzadores de retirs internacionals. 12 participants.

Viatge de creació de contingut Retir amb Keepers, mercat estatal. 25 participants.

Viatge de creació de contingut amb @carreteraycanta, mercat estatal. 2 participants

Viatge de creació de contingut amb @anneliestoros, mercat Benelux.

Viatge de creació de contingut amb @louisedebast, mercat Benelux.

ALTRES

Jornades de presentació de projectes de la destinació a Juno House Barcelona, amb els clubs d'Enogastronomia i Unique Premium, mercat estatal. 22 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

Creació de nou material fotogràfic d'experiències de benestar.

Actualització del fulletó específic de retirs.

Nou mapa desplegable amb l'oferta de benestar.

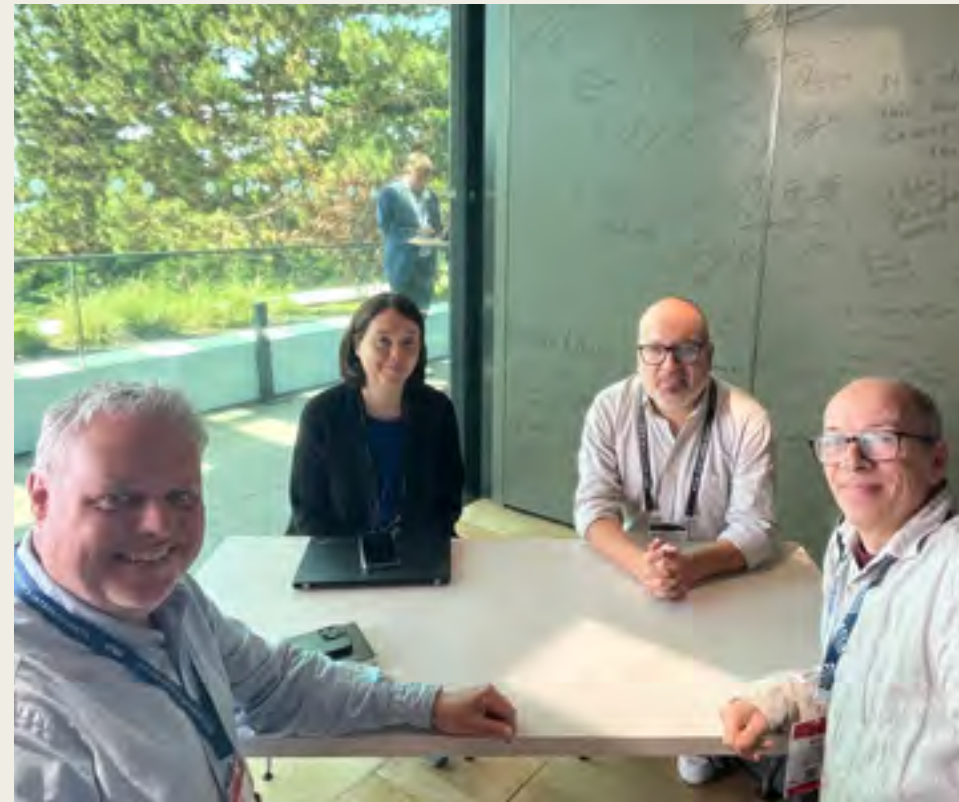
«Manual pràctic per a la comunicació de la sostenibilitat en les experiències», adreçat especialment als membres del Club.

TURISME ESPORTIU



Turisme Esportiu
Costa Brava
Pirineu de Girona

64 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

FIRES

Fira **Copenhagen Bike Show**, Dinamarca.

World Rowing Masters Regatta, Banyoles.

Fira **Rouleur Live**, Londres.

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

PRESENTACIONS

Open Belgium Swimming Championship, Ghent.

United Soccer Coaches Convention, Chicago.

Afterwork «MICE, Golf & Sports» a Màlaga, mercat espanyol. 20 agències especialitzades en l'organització d'esdeveniments i estades esportives.

Presentació i networking Cycling and Wine, Londres, mercat anglès. 12 participants.

Congrés «Host and Federations Summit», Lausanne. 15 entrevistes.

Participació a «Workshop Sports & Events», Màlaga. 35 entrevistes.

Participació a «Workshop Mice & Sports», Santa Susanna. 25 entrevistes.

Congrés World Football Summit, Madrid. 25 reunions.

VIATGE DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge de familiarització amb Rem de Mar. 8 participants.

Viatge de familiarització amb Johan Museeuw, ciclisme. 1 participant.



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

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

Campanyes publicitàries específiques:

- Campanya ciclisme (EUA)
- Campanya futbol (mercat americà)
- Campanya nàutic (mercat alemany)
- Campanya Roleur (Regne Unit)

VIATGES DE PREMSA

Viatge de premsa amb Territorio Trail, *2 participants*.

Viatge de premsa amb WielerVerhaal, ciclisme mercat Benelux. *2 participants*.

ALTRES

Difusió de newsletters amb el Girona FC i la Federació Francesa de Triatló d'Occitània.

Presentació a la premsa estatal durant el MIC Football. *17 participants*.

Activacions a xarxes socials amb el Girona FC.

MATERIAL

Produccions audiovisuals de testimonials:

- Futbol amb el Girona FC.
- Futbol d'elit a la Costa Brava i el Pirineu de Girona.
- Calendari esdeveniments nàutics.

PREMIUM



Premium
Costa Brava
Pirineu de Girona

34 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

Presentació i workshop a Zúric, amb el club d'Enogastronomia. *34 participants i 12 empreses gironines.*

Roadshow «Afterwork Costa Brava & Girona Pyrenees» als Estats Units (Miami, Dallas i Nova York). *114 agents especialitzats i programadors d'esdeveniments i 11 empreses gironines.*

Presentació i workshop amb agències receptores de mercats llunyans a Màlaga amb els clubs d'Enogastronomia i Salut i Benestar. Mercat internacional. *18 participants i 13 empreses gironines.*

Presentació de novetats a agències receptores de Girona, amb els clubs d'Enogastronomia, Cultura i Identitat, Salut i Benestar, Natura i Turisme Actiu, Ruta del Vi i Esportiu. *7 participants.*

Presentació d'experiències en el marc del Product Day de l'agència Oliver's Travels a Londres. *10 participants.*

Participació al «Connections Luxury Europe», a Barcelona, multimercat. *120 professionals internacionals membres de l'associació.*

Participació al Workshop Catalunya Premium amb agències de luxe de Londres. *23 participants.*

Participació a Synergy – The Retreat Show, a Sardenya, mercat internacional. *27 contactes.*

Participació a IBX Ibero – América Exchange amb el Costa Brava Girona Convention Bureau, mercat LATAM. *48 participants.*

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge de familiarització amb agències receptores de mercats llunyans de Barcelona, mercat internacional. *7 participants.*

Viatge de familiarització per a Valesa Cultural, mercat internacional. *9 participants.*

Viatge de familiarització per a Cloud and Sea, mercat nord-americà. *2 participants.*

Viatge de familiarització posterior a Connections Luxury Europe, mercat internacional. *10 participants.*

Viatge de familiarització per a Outdoor Adventour, mercat internacional. *1 participant.*

Viatge de familiarització per a QCruise Travel, mercat nord-americà. *2 participants.*

Viatge de familiarització per a Four Hundred by Design, mercat nord-americà. *3 participants.*

Viatge de familiarització per a Local Hideaways, mercat holandès. *1 participant.*

Viatge de familiarització posterior a l'acció Madrid 2024 per a agències receptores de luxe, mercat internacional. *9 participants.*

Viatge de familiarització per a Made For Spain, mercat internacional. *1 participant.*

Viatge de familiarització per a COSA Travel, mercat suís. *1 participant.*

Viatge de familiarització per a Oliver's Travel. Mercat anglès. *4 participants.*

Viatge de familiarització per a ASTA San Diego, mercat nord-americà. *10 participants.*

Viatge de familiarització per a ANDAVO Travel, mercat nord-americà. *2 participants.*

Viatge de familiarització per a Travel Experts, mercat nord-americà. *1 participant.*

Viatge de familiarització per a Ormina Travel, mercat nord-americà. *1 participant.*

ALTRES

Agenda comercial amb el Club Salut i Benestar, Londres, mercat anglès. *10 agències.*



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

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

Campanya publicitària específica

Forbes Espanya i VIAJAR Espanya.

Campanya de posicionament web a xarxes socials per a Espanya i Regne Unit amb X i LinkedIn.

VIATGES DE PREMSA

Viatge de premsa amb Sudnly i Marie Claire, mercat francès. *1 participant.*

Viatge de premsa amb Financial Times, mercat britànic. *2 participants.*

Viatge de premsa amb Condé Nast UK, mercat britànic. *1 participant.*

Viatge de premsa amb Expansión, La Vanguardia, Vogue Online, Mujer Hoy i La Razón, mercat estatal. *5 participants.*

Viatge de premsa amb TTG Luxury, The Sybarite, Glass Magazine i Waitrose, mercat britànic. *4 participants.*

Viatge de premsa amb PRIOR Magazine, The Luxury Editor, EATER, Late Check Out Time i AFAR, mercat internacional. *4 participants.*

Viatge de premsa per a RED Magazine, mercat britànic. *1 participant.*

Viatge de premsa per a Elle, Yo Dona, El Economista, La Vanguardia, mercat estatal. *4 participants.*

Viatge de premsa per a El País Semanal, mercat estatal. *1 participant.*

Viatge de premsa per a National Geographic, mercat estatal. *2 participants.*

Viatge de premsa per a Fuera de Serie, mercat estatal. *1 participant.*

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

Viatge de creadors de contingut amb @catminthe.

Viatge de creadors de contingut amb @travellingcloset.

Viatge d'organitzadores de retirs amb Coco Daudoh, mercat internacional. *10 participants.*

ALTRES

Jornades de presentació de projectes de la destinació a Juno House Barcelona, amb els clubs d'Enogastro-nomia i Salut i Benestar, mercat estatal. *22 participants.*

Distribució de newsletters pròpies del club a agents de viatge i periodistes, mercat estatal i internacional.

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

MATERIAL

Portal digital [Premium](#) en 4 idiomes dirigit a professionals de les agències de viatges especialitzades, empreses organitzadores d'esdeveniments, mitjans de comunicació i prescriptors.

Sessions: 7.869.

Pàgines vistes: 26.675.

COL-LABORACIÓ

Membre de Luxury Spain.

Membre de Catalunya Premium.

CONVENTION BUREAU



 **Costa Brava Girona**
Convention Bureau

154 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

FIRES SECTORIALS

Fira **IMEX Frankfurt**, Frankfurt.

Fira **IBTM World**, Barcelona.

Fira **IMEX America**, Las Vegas.

ACCIONS PER A PROFESSIONALS I PRESCRIPTORS

WORKSHOPS

3 workshops de tercers a destinació:

Workshop «All About People Special Catalunya – Costa Brava Girona», mercat britànic. *70 participants.*

Workshop «Event Days Catalunya – Costa Brava», mercat francès. *60 participants.*

Workshop «GMF Corporatiu Lloret – Costa Brava». Mercat estatal. *130 participants.*

Participació en **3 workshops associatius** de tercers: AMW Associativo Nacional, *Workshop* Associatiu Nacional CCB i Events Club Associations Forum Europeu.

Participació en **8 workshops corporatius** de tercers:

3 workshops per al mercat francès: Pure Meetings & Events, Heavent Meetings & Events i Pure Special Edition Spain. MIS Eventoplus, mercat estatal. Travel Match Oslo, mercat nòrdic. IBX Ibero America Exchange, mercat LATAM. *2 workshops* de multimercat europeu: MCE South Europe i MICE & Sports Showcase.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

8 viatges de familiarització per a 57 organitzadors d'esdeveniments europeus.

Viatge de familiarització amb agències del mercat alemany. *9 participants.*

2 viatges de familiarització posteriors a «All About People Catalunya – Costa Brava Girona», mercat britànic. *15 participants.*

Viatge de familiarització posteriors a «Event Days Catalunya – Costa Brava», mercat francès. *5 participants.*

2 viatges de familiarització amb Escampa Hotels per a organitzadors d'esdeveniments del mercat estatal. *14 participants.*

Viatge de familiarització amb Camiral Quinta Do Lago Resort per al mercat britànic. *8 participants.*

Viatge de familiarització amb Park Hotel San Jorge per al mercat francès. *6 participants.*

ALTRES

Webinar de presentació de l'oferta MICE Costa Brava Girona a 20 *event planners* europeus clients d'AIM Group.



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

Publicació del **nou portal web**
costabravagironacb.com

Publicació de 30 articles al web
costabravagironacb.com

Distribució de 12 butlletins professionals.

4 idiomes. Difusió a més de 5.900 contactes.

CAMPANYA PUBLICITÀRIA

Campanya de publicitat específica per al mercat estatal amb Grupo Eventoplus i campanya digital a X (abans Twitter) i LinkedIn. Campanya digital específica a X i LinkedIn per als mercats francès i britànic.

ALTRES

Generació de 687 contactes d'organitzadors d'esdeveniments de 16 mercats, **255** dels quals han visitat el territori.

Membre de l'associació **IMA Spain**.

Subscripció anual a la **plataforma Promocongress** per a la captació de congressos estatals.

FORMACIÓ

«Accessibilitat als esdeveniments MICE».
20 participants.

PETICIONS DE NEGOCI

Gestió de **176** peticions de negoci i **6** candidatures de congressos.

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, 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

CAMPANYA PUBLICITÀRIA

Fira Seatrade Cruise Global a Miami, Estats Units.
10 entrevistes. Del 7 al 10 d'abril 2025

66a Assemblea General MedCruise a Cartagena.
14 entrevistes. Del 10 al 13 de juny 2025

67a Assemblea General MedCruise a Sibenik.
10 entrevistes. Del 30 de setembre al 3 d'octubre 2025

CLIA Ports & Destinations Dialogue, Hamburg.
Del 8 al 9 de setembre 2025

Seatrade Europe – Hamburg. 5 entrevistes.
Del 10 al 12 de setembre 2025

Congrés Internacional Cruise Summit (ICS),
juntament amb esponsorització a Madrid

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge de familiarització naviliera Star Clippers.

Visita de familiarització amb reunió amb naviliera Crystal.

ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

Actes d'inauguració i de cloenda de la temporada de creuers al Port de Palamós.

Actes d'inauguració i de cloenda de la temporada de creuers al Port de Roses. Temporada rècord d'escalles des del 2012.

Campanya de publicitat específica.

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

MATERIAL

Catàleg Costa Brava Cruise Ports.

Sessió d'arxiu fotogràfic d'imatges de creuers amb David Rueda.

COL-LABORACIÓ

Membre de CLIA.

Membre de MedCruise.



Temporada de creuers 2025

80 escales i 69.100 passatgers (rècord històric). El 63 % dels creuers van arribar en temporada baixa.

9 mesos, d'abril a desembre

Impacte econòmic estimat de 6,6 milions d'euros, un 29 % més que al 2024 (Font: CLIA).

PORT PALAMÓS	65 ESCALES	15 més que al 2024
	65.000 PASSATGERS	13.500 més que al 2024
PORT ROSES	15 ESCALES	7 més que al 2024
	4.100 PASSATGERS	2.600 més que al 2024

COSTA BRAVA YACHT PORTS





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 PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

FIRES

Monaco Yacht Show: presència en acte RP amb
Marina Port Vell amb vins DO Empordà i CBYP

Palma Yacht Show: presència a la fira més
important de iots de gran eslora a nivell
internacional

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge de familiarització per a capitans de iots de
gran eslora, mercat internacional. 8 participants.

MATERIAL

Cessió de fotografies a Marina Port Vell per
promocionar la campanya d'estiu als seus
capitans de iots de gran eslora.

ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

Campanya de publicitat en mitjans especialitzats
en iots de gran eslora i mitjans locals: Hora Nova
Revista Baix Empordà.

TURISME FAMILIAR





ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

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

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

ACCIÓ PROMOCIONAL

Presentació amb workshop al parc animal Pairi
Daiza, a Brussel·les. 8 empresaris i 20 professionals.

Viatge de premsa amb The Sun, mercat britànic.
4 participants. The Spanish region undiscovered by
Brits despite seaside views and ancient Roman cities

Blogtrip amb Reishonger, mercat neerlandès.
5 participants. reishonger.nl

Blogtrip «Propera parada: Catalunya» amb
@anneeck. [instagram.com](https://www.instagram.com/anneeck)

Participació al grup de treball de «tendències»
del Kid's Cluster, participació al primer «Observatori
de famílies», Kid's innovation Fest.

Assessorament a agències receptores que busquen
oferta de turisme familiar.

Pòdcast «Vive el doble» per presentar al mercat
nacional l'oferta de producte familiar a Lloret de
Mar, juntament amb Mammaproof. T2 El - Turismo
Familiar en la Costa Brava y el Pirineo de Girona

COL·LABORACIÓ

Membre de Kid's Cluster.

Esdeveniment Kid's Innovation Fest.

TURISME INCLUSIU I SÈNIOR





ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

Fira Salon des Seniors, París (França).

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

Blogtrip amb La Gaviota Viajera, mercat espanyol. 2 participants.

youtu.be

instagram.com

Blogtrip amb Inés Rodríguez (260.000 seguidors) en el marc de la jornada formativa al sector amb Ecovies i Impulsa Igualdad.

instagram.com

COL-LABORACIÓ

Jornada «Accessibilitat Web a llyConf», visita guiada adaptada per a persones amb discapacitat visual.

«Clics inclusius: l'impacte de l'accessibilitat digital en el turisme», a càrrec de Nuria Azanza i Juanjo Montiel. 14 participants.

Membre d'Esport Adaptat de la Diputació de Girona (comissions d'equipaments i de sensibilització i difusió).

Membres de la Xarxa de Turisme per a Tothom XTPT de l'Agència Catalana de Turisme. Participació a la World Summit on Accessible Tourism, Torí (Itàlia).

MATERIAL

Infografia Platges Accessibles 2025.

ACCIONS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ

Publicació al **blog «Be Inspired»** del portal web oficial:

«Gaudir del Baix Empordà sense límits»

Creació de contingut per al segment sènior a l'especial 20 anys de la revista **Cap Catalogne**, mercat francès.

MARCA PIRINEUS



7 entitats



ENTITATS

7 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

FIRES

Fitur, Madrid.

Bergsportdag, Nieuwegein (Països Baixos).

Salon du Randonneur, Lyon (França).

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

ACCIONS PROMOCIONALS

Jornada **InterPirineus**. Formació, networking i workshop. *68 participants*.

Participació al *workshop* B2B SASTEX a Londres, organitzat per Mountain Trade Network, amb producte outdoor de muntanya d'estiu. Mercat britànic.

Participació al *workshop* LISTEX a Londres, organitzat per Mountain Trade Network, amb producte de neu. Mercat britànic. 27 reunions amb operadors, OTA i mitjans especialitzats.

Participació al *workshop* de neu i muntanya amb agències de les Illes Balears. Palma de Mallorca. 17 agències de viatges assistents.

Pla de treball amb operadors receptius locals. Execució de tots els trips i participació als *workshops*.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge de familiarització amb ACAVE. Mercat català i espanyol. *5 participants*.

Viatge de familiarització amb l'operador Altaï. Mercat francès. *1 participant*.

Viatge de familiarització amb l'operador Terres d'Aventure. Mercat francès. *1 participant*.

ALTRES

Projecte Europeu ENJOYPYR. Creació de 4 rutes transpirinenques transversals i 8 rutes transfrontereres per part de les set DMC contractades a banda i banda dels Pirineus.



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

ACCIONS PROMOCIONALS

Presentació del monogràfic a Grandes Espacios a Madrid amb producte genèric. 25 participants entre agents, creadors de contingut i periodistes.

Presentació de la temporada d'hivern a Madrid. 15 assistents de mitjans especialitzats.

VIATGES DE PREMSA

Viatge de premsa de cicloturisme amb Paco Nadal, mercat de parla espanyola. *1 participant.*

Viatge de premsa amb la publicació WideOyster per a la generació de relat transversal. Mercats espanyol, anglès i holandès. *9 participants.*

Viatge de premsa amb el mitjà Columbus Travel. Mercat neerlandès. *2 participants.*

CAMPANYES DE PUBLICITAT

Campanya de publicitat Pirineus de Catalunya 2024-2025:

Mercat estatal:

Campanyes digitals amb Logitravel, NevaSport/InfoNieve i Revista Viajar.

Monogràfics a les revistes Solo Nieve i Grandes Espacios.

Programàtica Ronin AI, webs ATRESMEDIA i webs MEDIASET.

Mercat francès:

Campanyes digitals a TripAdvisor.

Programàtica (*display* qualitatiu o vídeo) a KPLUS i ShowHeroes.

Mercat britànic:

Campanyes digitals a Active Traveler, National Geographic UK i The Guardian.

Programàtica (*display* qualitatiu o vídeo) a KPLUS.

Mercat del Benelux:

Campanya digital a De Morgen.

Programàtica (*display* qualitatiu o vídeo) a KPLUS i ShowHeroes.

Mercat alemany:

Campanyes digitals a Süddeutsche Zeitung i TravelZoo.

Programàtica (*display* qualitatiu o vídeo) a KPLUS i ShowHeroes.



Campanya de publicitat Pirineus de Catalunya 2025-2026:

Mercat estatal:

Paco Nadal: vídeos, xarxes socials i pòdcast.

Mercat francès:

Branded contents a Le Parisien Weekend i Le Figaro Voyage.

Presència a la guia Viatao 2026.

Mercat britànic:

Especial editorial a WideOyster Magazine.

Paquet editorial amb The Independent.

Advertorial online amb Suitcase Magazine.

Campanya de bàners digitals i xarxes socials a National Geographic UK (2026).

Hosted article a The Guardian (2026).

Mercat del Benelux:

Reutilització i adaptació de contingut editorial a De Volkskrant.

Branded content digital a De Morgen.

Paquet imprès i digital a Columbus Travel.

Branded content i xarxes socials a National Geographic BE (2026).

Mercat alemany:

Campanyes digitals a Süddeutsche Zeitung i TravelZoo.

Programàtica (*display* qualitatiu o vídeo) a KPLUS i ShowHeroes.

Màrqueting digital en canals propis d'Instagram, Facebook, YouTube i Tik Tok.

MATERIAL

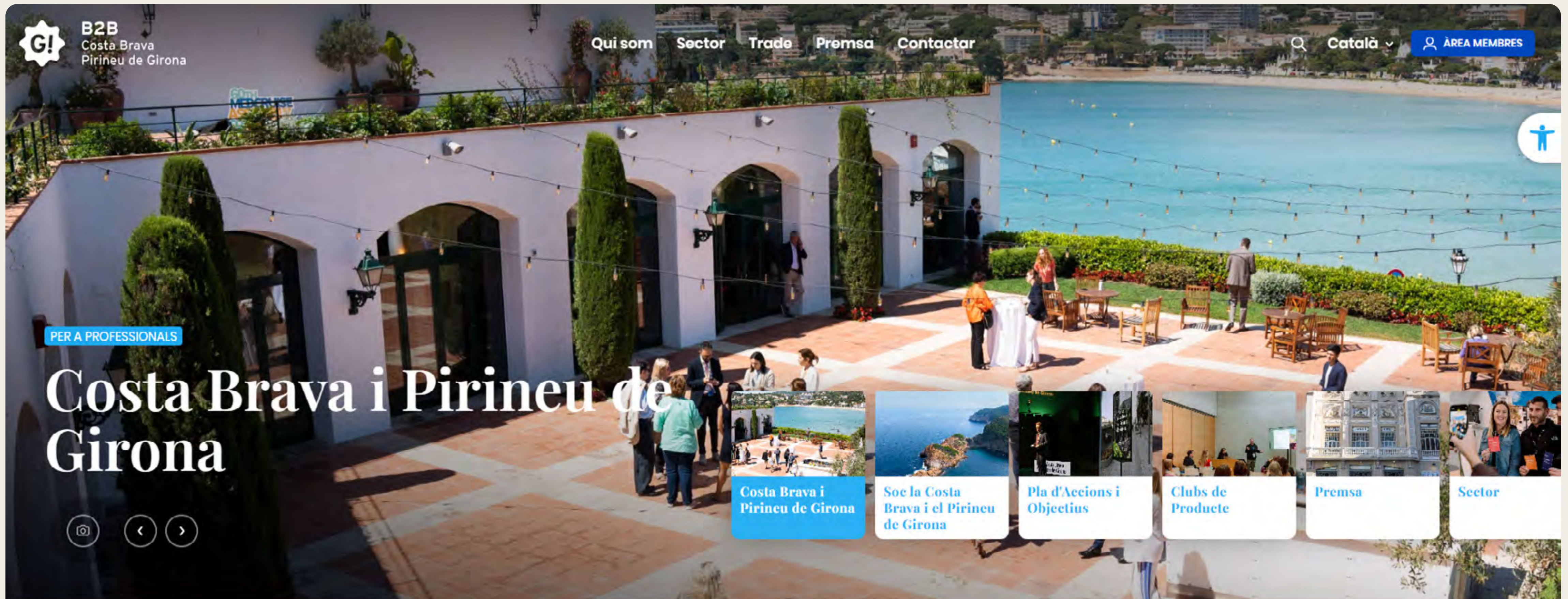
Producció audiovisual *d'storytelling* amb GLP.

Manteniment i millores al web [visitpirineus.com](https://www.visitpirineus.com)

An aerial photograph of a coastal town, likely Tarragona, showing ancient Roman ruins in the center, a sandy beach on the right, and a clear blue sea. The background features rolling green hills and distant mountains under a bright sky.

7-MÀRQUETING DIGITAL, PUBLICITAT I COMUNICACIÓ CORPORATIVA

MÀRQUETING DIGITAL



Facts & Figures



Portal oficial

costabrava.org | pirineugirona.org

«Experiències». Oferta dels associats dels clubs de màrqueting de producte:

Nombre d'experiències actives: 411.

Visites al cercador d'experiències: 2.450.

Clics per veure més i reservar (via web, telèfon, mapa o correu): 45.025.

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

«Blog Be Inspired».

192.737 visites.

57 articles nous i actualitzacions.

Top articles: Camins de ronda, Localitzacions de pel·lícula, Cales de pedra, Plans en família i Activitats a l'aire lliure.

E-books: <http://ebooks.costabrava.org/>

Descàrregues de llibres digitals: 1.045.

1.136.309
(+10 %)

Sessions

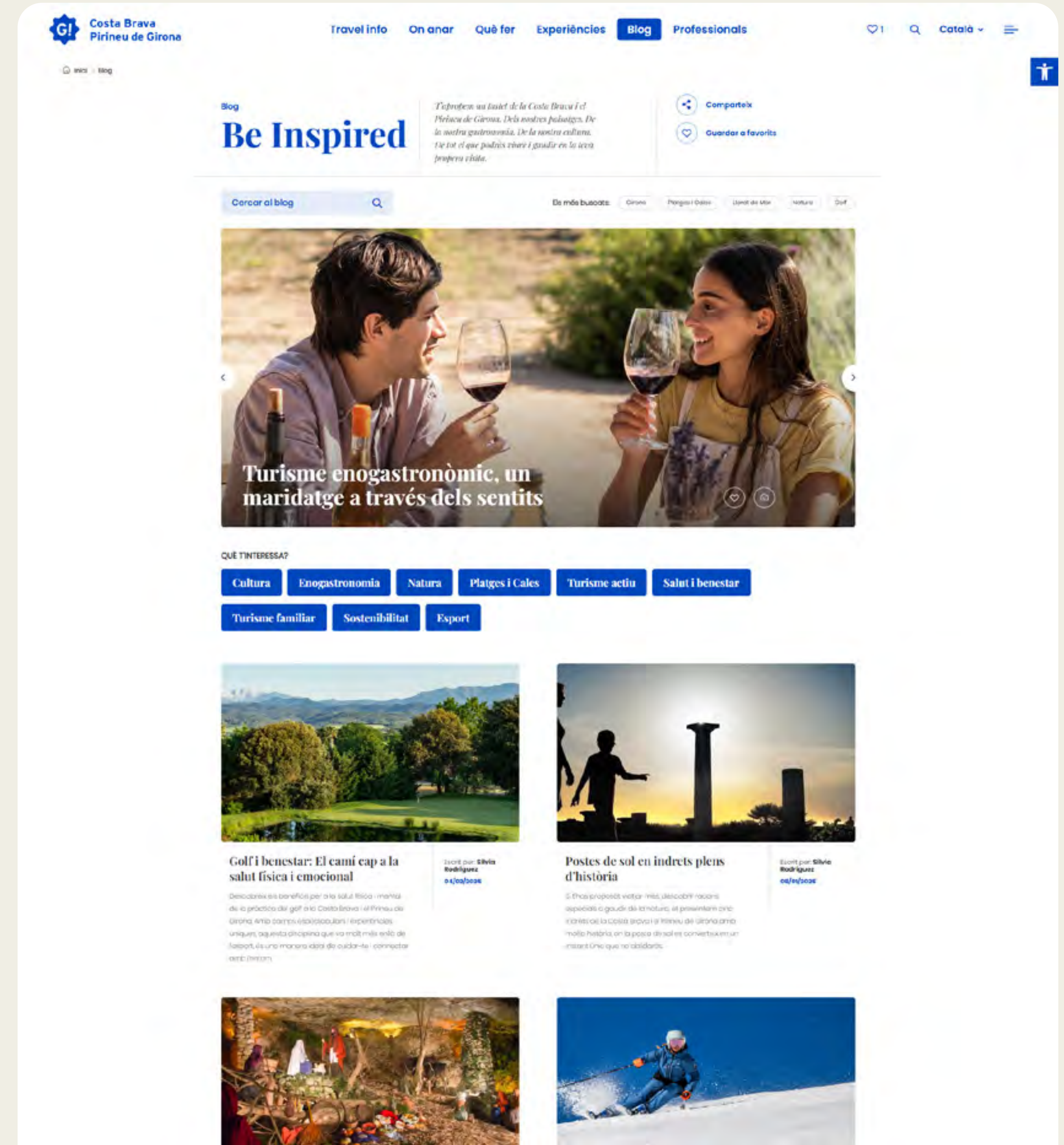
1.556.177
(+7 %)

Pàgines vistes

65 %

Interacció d'usuaris

Top 5 de mercats principals Estatal, França, Països Baixos, Regne Unit i Alemanya.



Nou portal professional B2B (setembre)

b2b.costabrava.org

Espai dirigit als professionals del turisme (sector, trade i mitjans de comunicació) amb informació, materials promocionals, notícies sobre actualitat, projectes i iniciatives, estudis i programació formativa sobre les destinacions Costa Brava i Pirineu de Girona i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

7.717 En substitució del portal trade.costabrava.org

6.272 Pàgines vistes

Integració del portal de premsa al portal amb la secció **nova** i ampliada premsa.costabrava.org

4.173 Sessions

15.751 Pàgines vistes

Portal Training Camps

trainingcamps.costabrava.org

9.680 Sessions

24.270 Pàgines vistes

Pàgines més visitades: Cycling, Plan Your Trip, Calendari, Sobre Nosaltres i Futbol.

Portal Costa Brava Convention Bureau

costabravagironacb.com

17.549 Sessions

54.235 Pàgines vistes

Pàgines més visitades: Peticions d'esdeveniments, Allotjaments, Espais singulars, Ciutat esportiva de Blanes i Mas Marroch.

3 Articles nous i actualitzacions

Portal Premium

premium.costabrava.org

7.869 Sessions

26.675 Pàgines vistes

Pàgines més visitades: Villa Pyrenees, Menú degustació Mas de Torrent - experiència, Tramuntana, Tramant tradició i La Costa Brava i els pobles de sempre.

20 Articles nous i actualitzacions

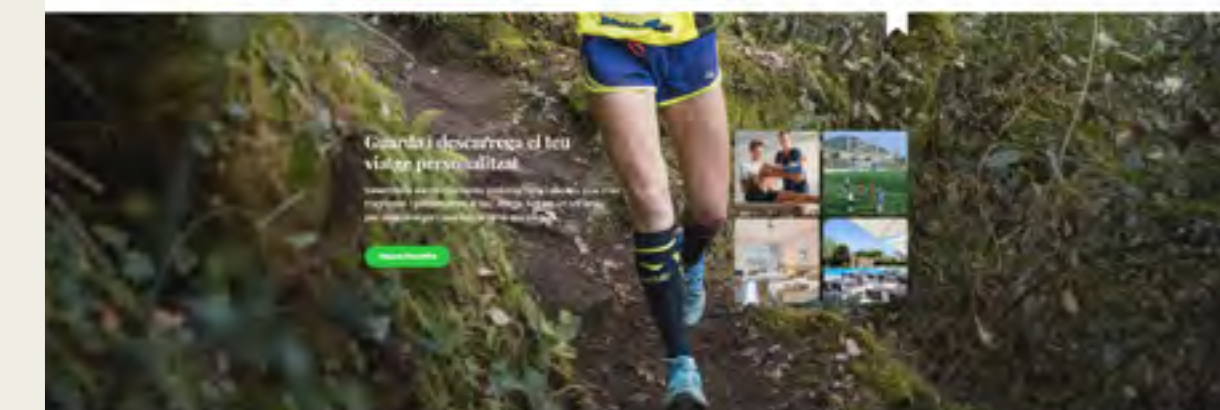
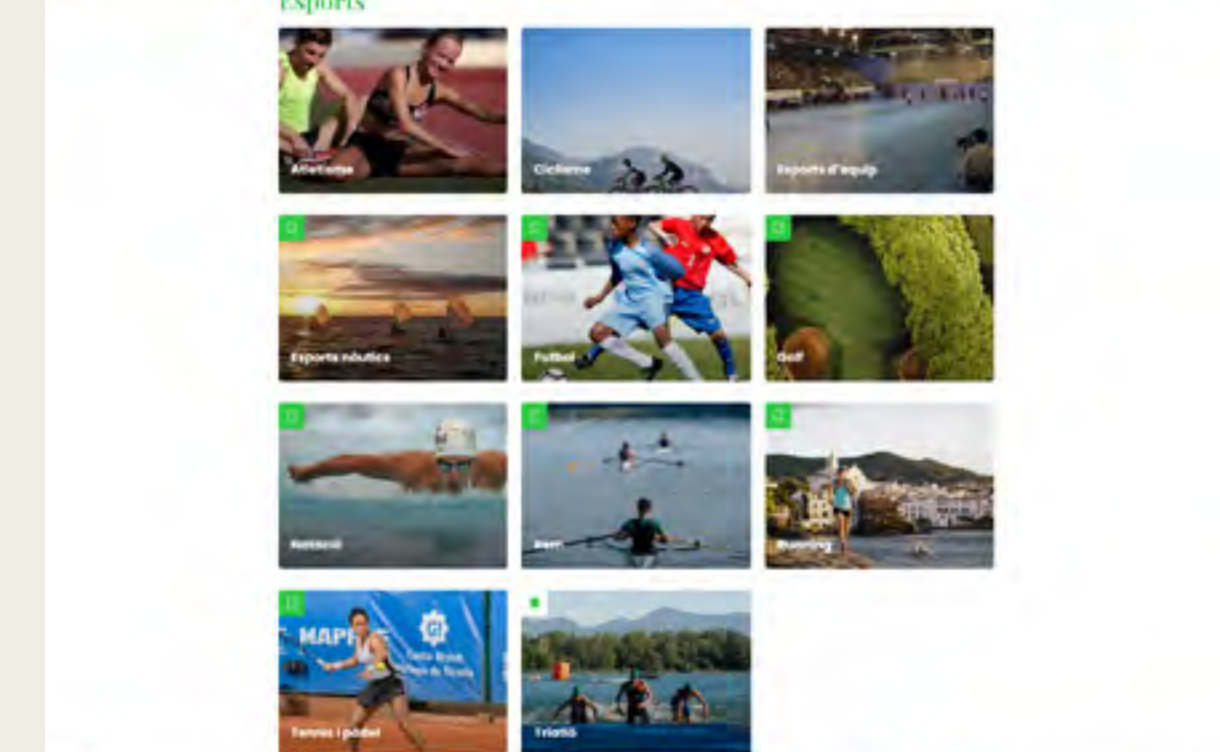
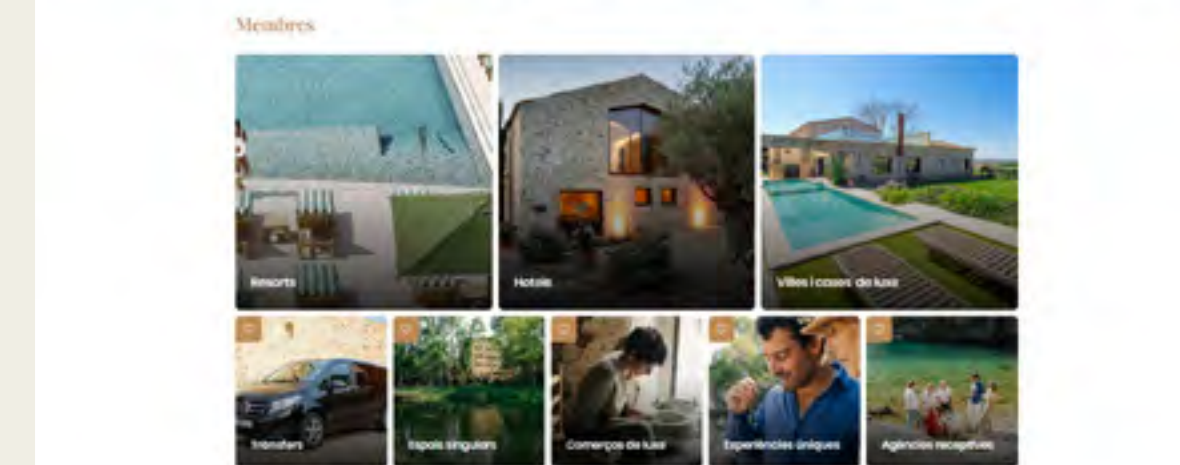
Portal Cruise Ports & Yacht Ports

costabracruiseports.com

2.409 Sessions

10.936 Pàgines vistes

Pàgines més visitades: Calendari, Port de Roses, Port de Palamós, Publicacions i Línies de creuers.



Xarxes socials

Perfils actuals i nombre de seguidors
(variació en percentatge respecte al 2024):



INSTAGRAM
@COSTABRAVAPIRINEU

86.740 SEGUIDORS
+ 7,17 %

INSTAGRAM
@FOODCOSTABRAVA

15.713 SEGUIDORS
+ 1,9 %



TIKTOK
@COSTABRAVAPIRINEU

3.564 SEGUIDORS
+ 34 %



FACEBOOK
@COSTABRAVAPIRINEUGIRONA

80.500 SEGUIDORS



X
@COSTABRAVA

36.430 SEGUIDORS



YOUTUBE
@COSTABRAVAPIRINEU

2.910 SEGUIDORS
+ 2,1 %



LINKEDIN
COSTA BRAVA GIRONA TOURIST BOARD

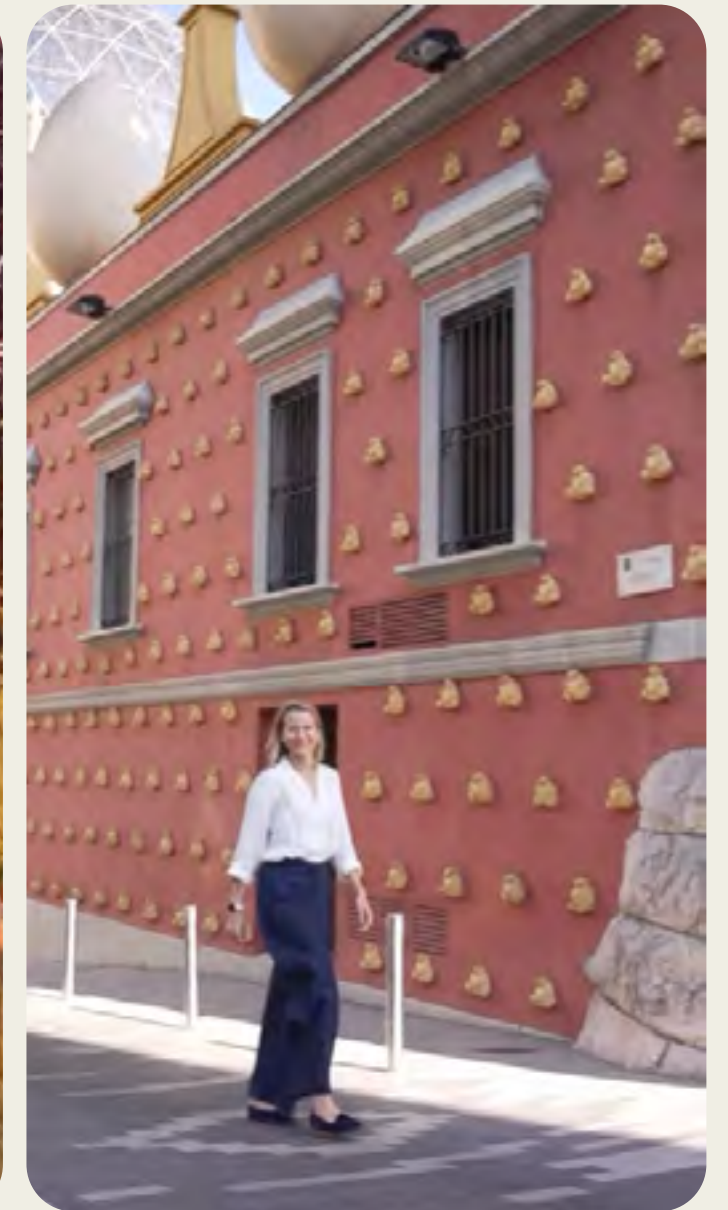
4.185 SEGUIDORS
+ 15,17 %

LINKEDIN
COSTA BRAVA GIRONA CONVENTION BUREAU

2.746 SEGUIDORS
+ 11,39 %

LINKEDIN
COSTA BRAVA TRAINING CAMPS

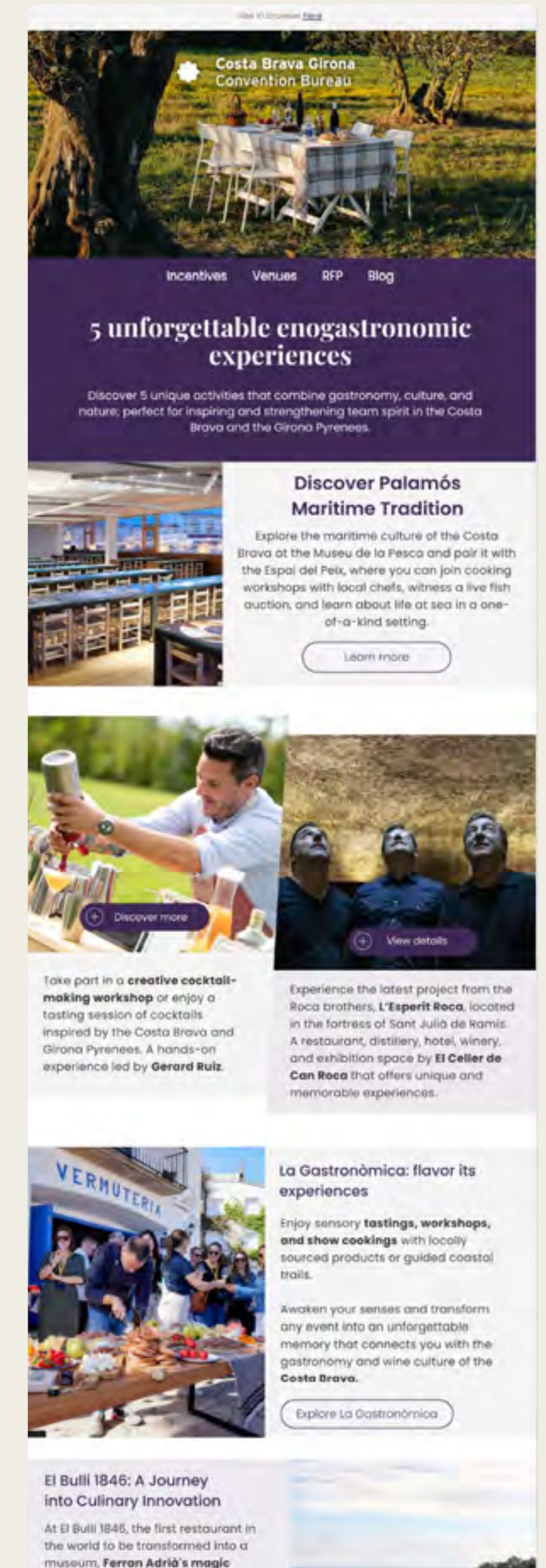
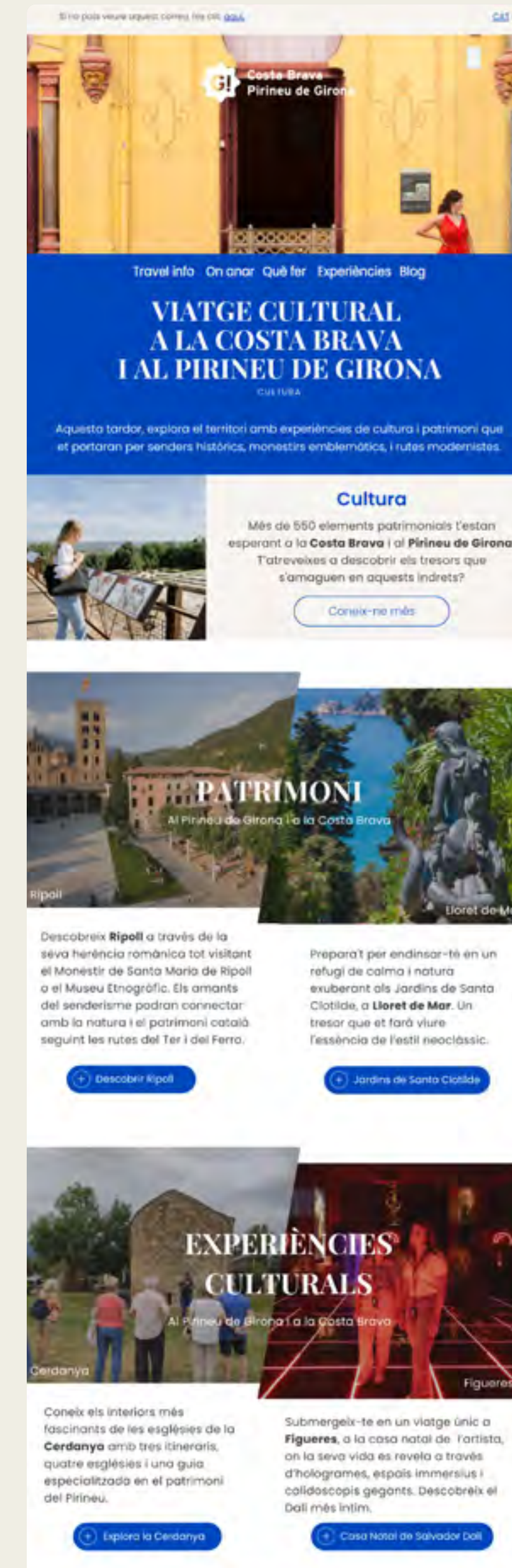
594 SEGUIDORS
+ 56,31 %



E-mail marketing

B2C	21.111	Base de dades
	32	Nombre total d'enviaments
	38,92 %	Ràtio d'obertures
	15,18 %	Ràtio de clics
	7.378	Leads del mercat català
	4.619	Leads del mercat espanyol
	9.114	Leads del mercat internacional
	Campanyes amb més interacció: «Vívid», «Festivals», «Activitats d'hivern» i «Verema».	

B2B	Genèrica de destinació: nova imatge (a partir de setembre):	
	2.703	Inscrits
	3	Nombre d'enviaments
	46,30 %	Ràtio d'obertures
	17,56 %	Ràtio de clics
	Costa Brava Girona Convention Bureau:	
	5.689	Inscrits
	32	Nombre d'enviaments
	33,06 %	Ràtio d'obertures
	6 %	Ràtio de clics
	Premium	
	1.125	Inscrits
	3	Nombre d'enviaments
	53,08 %	Ràtio d'obertures
	17,56 %	Ràtio de clics

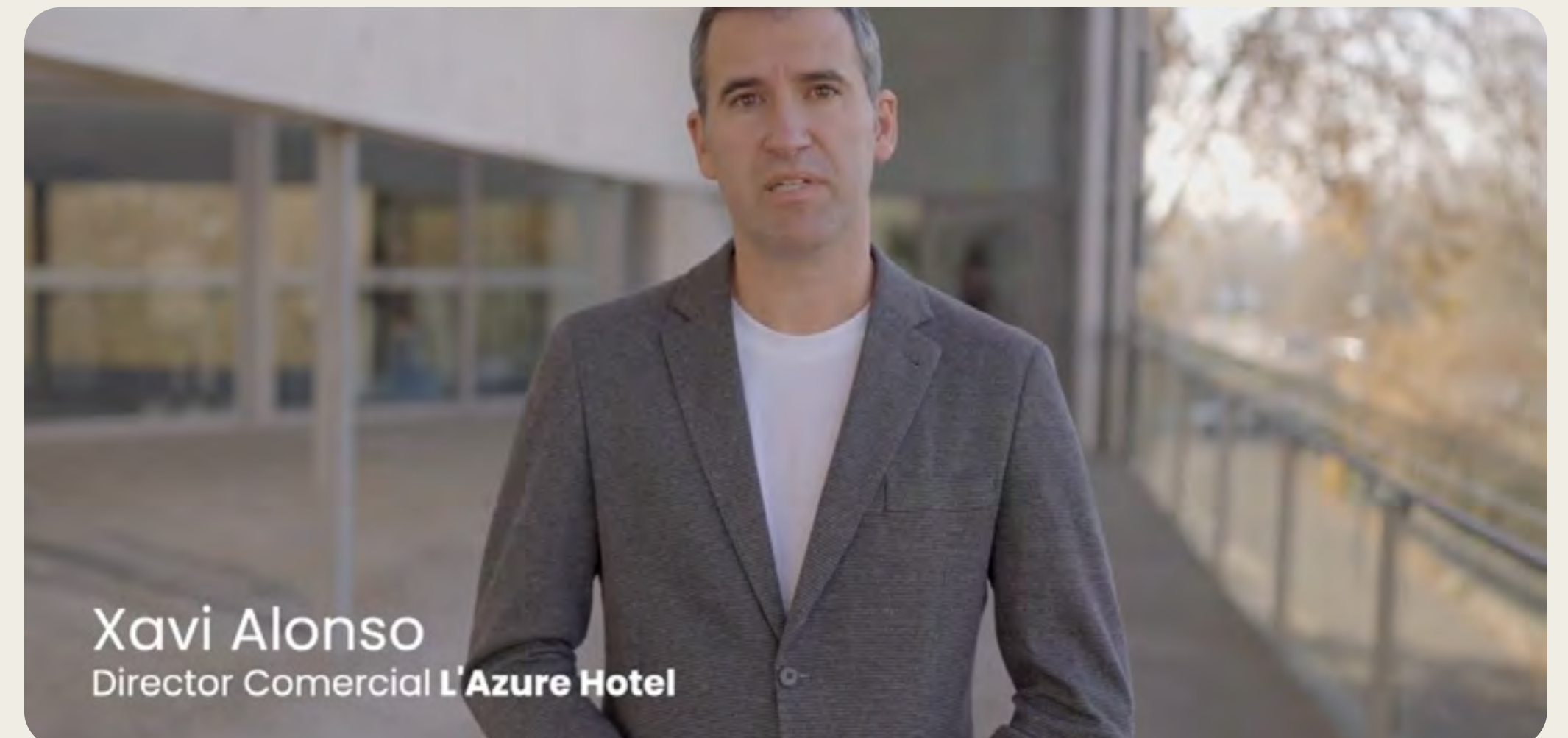


Testimonials

Desenvolupament del projecte de testimonials per al nou portal web professional [b2b.costabrava.org](https://www.b2b.costabrava.org). Les empreses associades es converteixen en ambaixadores per a potencials empreses del sector turístic gironí i expliquen els avantatges de formar part de la xarxa del Patronat.

Xavi Alonso, director comercial de L'Azure Hotel (Lloret de Mar): <https://www.youtube.com/watch?v=VL2ZLaqLjDk>

Susana Basols, directora general de Mas de Torrent Hotel & Spa: <https://www.youtube.com/watch?v=zXf9-IH47kQ>



CAMPANYES DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ

Continuïtat de la campanya
«Viu el doble a la Costa Brava i el
Pirineu de Girona» (5a temporada)



Campanya amb Alexa



Tramvia Amsterdam

Campanya de proximitat (Catalunya i Espanya)

Període: de gener a desembre de 2025.

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 a la primavera i tardor al mercat estatal, i de productes al mercat català per a la resta de l'any.

Mitjans

Ràdio Flaixbac, RAC1, RAC105, Catalunya Ràdio, TV3, Movistar+; circuits d'exterior a mercats gastronòmics de Madrid, Bilbao, Sevilla i Màlaga; pantalles de gran format a Madrid, Bilbao, Sevilla, València, Màlaga i Sevilla; circuit exterior de mobiliari urbà a Barcelona per a campanya de festivals; Ara (suplement escapades Setmana Santa), Vilaweb, Minube, Descobrir, Desnivel, La Gourmeteria, Eventoplus, Cupatges, Viure Bé, Què fem?, Ara (especial festivals), Time Out, Forbes Travel, Sendero Litoral i Revista Viajar.

OTAs

Logitravel

Digital

SEM i native ads.

Xarxes socials

Facebook, X, LinkedIn, TikTok i YouTube.

Publicacions i impactes

148.221.166 Impactes

10.094.651 Visualitzacions

236.717 Clics

342.731 Interaccions

Costa Brava Pirineu de Girona

Costa Brava, del mar a la muntanya

Aquesta primavera viu el doble d'emoció a la Costa Brava i al Pirineu de Girona amb les activitats que combinen experiències culturals i actives i paisatges naturals

La Costa Brava i el Pirineu de Girona són dos dels territoris més bonics del país, amb una combinació de natura, cultura i aventura. Des de la costa, amb cases ambigades, fins a les espectaculars muntanyes pirinenques, aquests indrets ofereixen experiències úniques i per descobrir paisatges de postcard i un mar que ofereix tant per als que busquen plaer amb família com per als que volen viure amb amics. Aquesta primavera, la regió es converteix en l'escenari perfecte per a diverses activitats singulars. Aquí trobareu opcions per a tots els gustos.

Visitar amb Valors, descobrir la natura de manera sostenible

Per als amants del turisme responsable, les rutes amb Valors són una bona opció. Aquesta iniciativa, impulsada pel Departament de Turisme de Catalunya, ofereix itineraris que combinen el descobriment de la natura amb la sostenibilitat i el respecte pel medi ambient.

Una experiència única: la ruta de la Vall de Ribes

La Vall de Ribes és un dels indrets més bonics de Catalunya. Aquesta ruta ofereix una combinació perfecta de natura, cultura i aventura. Els visitants podran gaudir de les espectaculars muntanyes de la zona, així com de les riqueses culturals de la regió.

El mar amb bicicleta a la Garrotxa i el Baix Empordà

Per als amants de la bicicleta, la Garrotxa i el Baix Empordà ofereixen rutes espectaculars que combinen el descobriment de la natura amb el plaer de pedalear. Aquests territoris ofereixen un paisatge idíl·lic i una gran varietat de rutes per a tots els nivells.

Observar el formigó a les Illes Illes

Per als amants de la natura, les Illes Illes ofereixen una gran varietat de paisatges i activitats. Aquesta regió és ideal per a observar el formigó, una activitat que combina el descobriment de la natura amb el plaer de caminar.

Campanya a França

Període: de gener a desembre de 2025.

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

Mitjans

campanya d'exterior amb mobiliari urbà a les principals ciutats del sud de França. Campanya d'exterior a camps de golf de tot França. Campanya amb emissores de ràdio Sud Radio, La Météo de France 3 i TF1 (TV digital), Le Parisien, Aujourd'hui, Centurion, Petit Futé, Cap Catalogne, Fire TV, GEO, Minube, Tribune de Lyon i Le Journal de l'été.

OTAs

Logitravel i Lastminute.

Digital

SEM i *native ads*.

Xarxes socials

Facebook, Instagram, X i LinkedIn

Publicacions i impactes

90.953.141	Impactes
3.076.063	Visualitzacions
164.526	Clics
120.216	Interaccions



Campanya en mercats internacionals

Període: de febrer a novembre de 2025.

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.

Digital

Programàtica, SEM i *native ads*.

Xarxes socials

Facebook, X i LinkedIn.

Campanya al mercat britànic

Campanya primícia amb Alexa. Campanya d'exteriors a les principals estacions de metro de Londres. Campanya amb National Geographic. Campanya programàtica específica de golf. Campanya amb Roleur.

Campanya al mercat alemany

Campanya de xarxes socials i posicionament web. Campanya de xarxes socials específica de Ruta del Vi DO Empordà.

Campanya al mercat del Benelux:

Circuit d'autobusos a Brussel·les i mobiliari urbà a Amsterdam. Campanya amb Columbus.

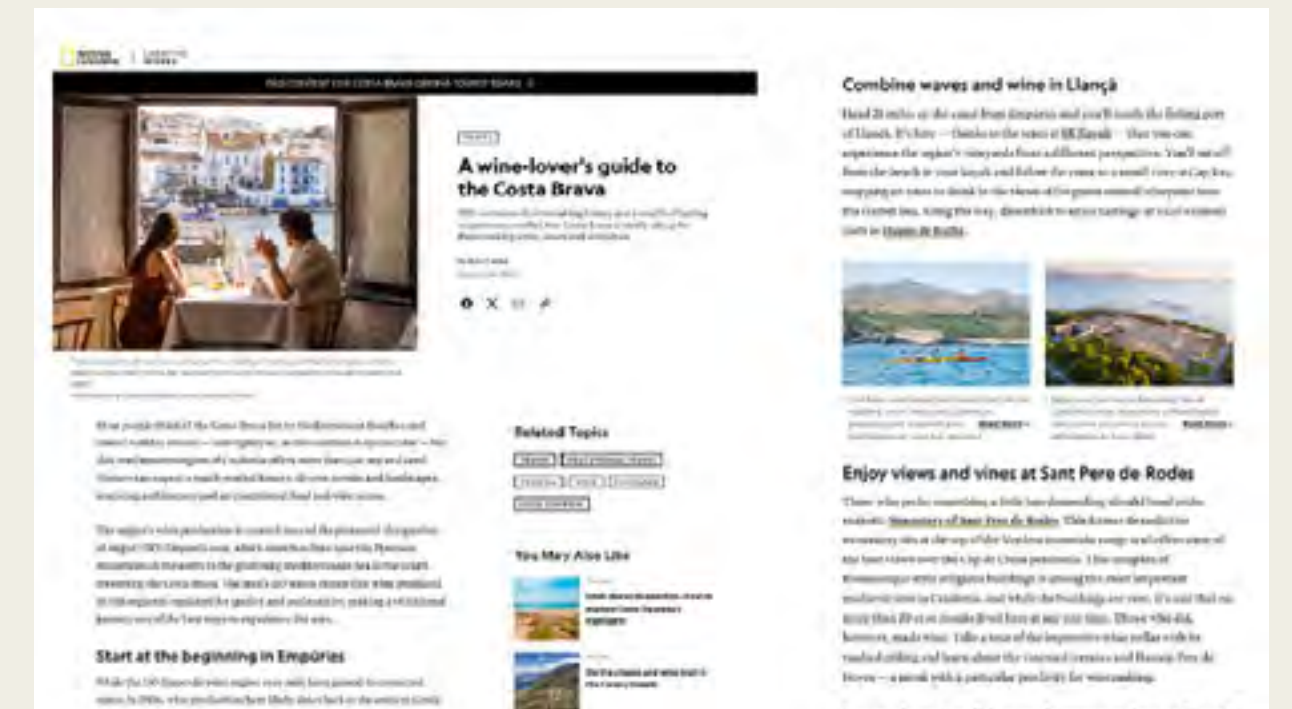
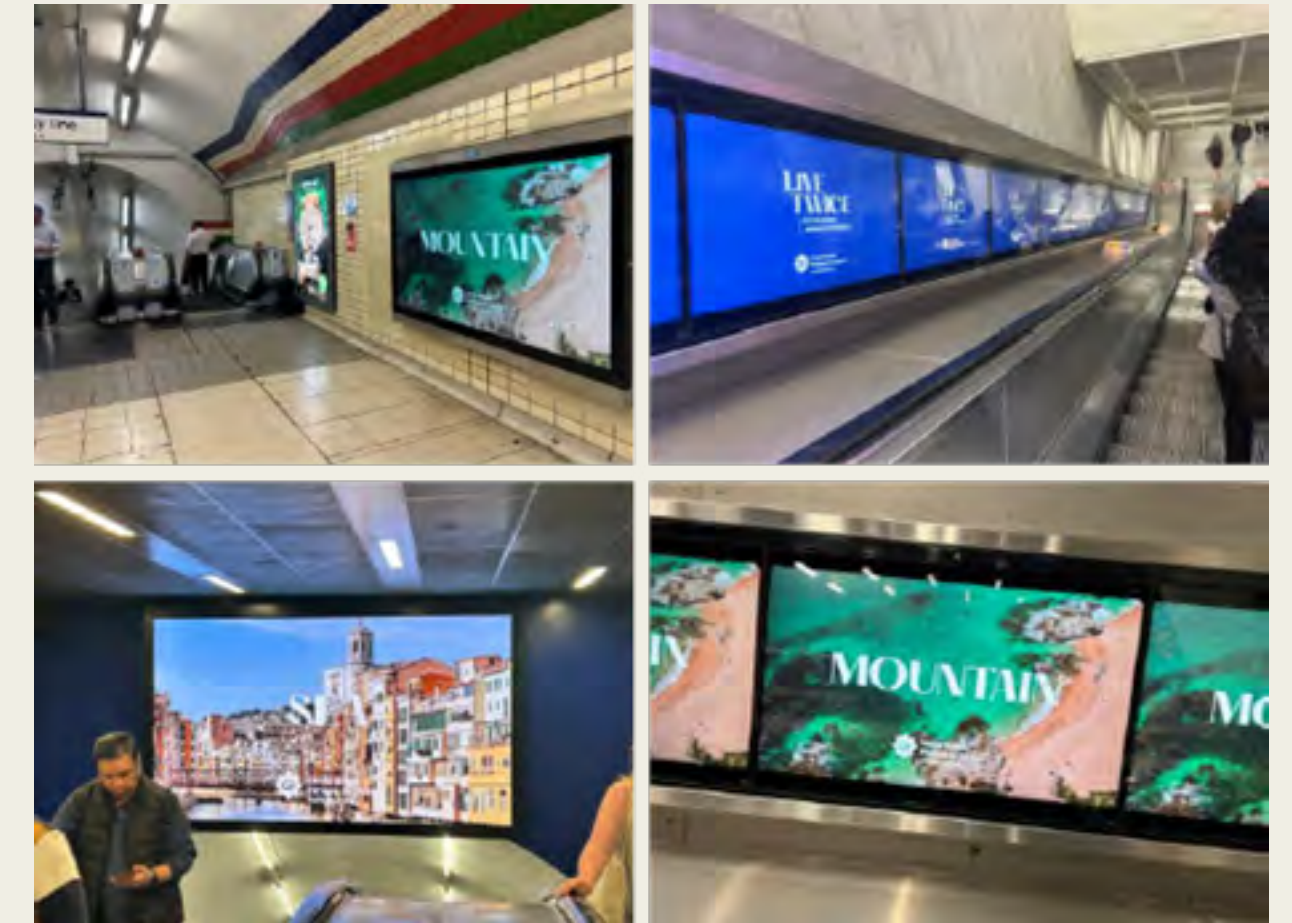
Publicacions i impactes

109.261.789 Impactes

645.460 Visualitzacions

974.069 Clics

208.698 Interaccions



Campanya de neu

Període: del 21 de gener al 21 de febrer de 2025.

Campanya en emissores radiofòniques amb programes en directe des de les diferents estacions: *El matí i la mare que el va parir*, de Flaixbac, i *Matina Codina!*, de RAC105.

Campanya específica per a mercats de proximitat.

Publicacions i impactes

10.521.000 Impactes



COMÀRQUETING

Campanyes de posicionament de marca i de conversió amb:

- Jet2holidays (mercat britànic)
- HolidayCheck (mercat alemany)
- Mundo Reisen (mercat alemany)
- Dertour Group (mercat alemany)
- Viajes El Corte Inglés (mercat estatal)

COMÀRQUETING PER A PRODUCTES

Comàrqueting per a productes:

- Campanya turisme esportiu
 - TrekTravel (mercat britànic)
- Campanya club de golf:
 - Leading Courses al Benelux i Caddie a Dinamarca
- Campanya clubs de cultura i el club de Salut i Benestar:
 - Inspire My Holiday al Regne Unit

Publicacions i impactes

48.403.305 Impactes



Publicacions i impactes

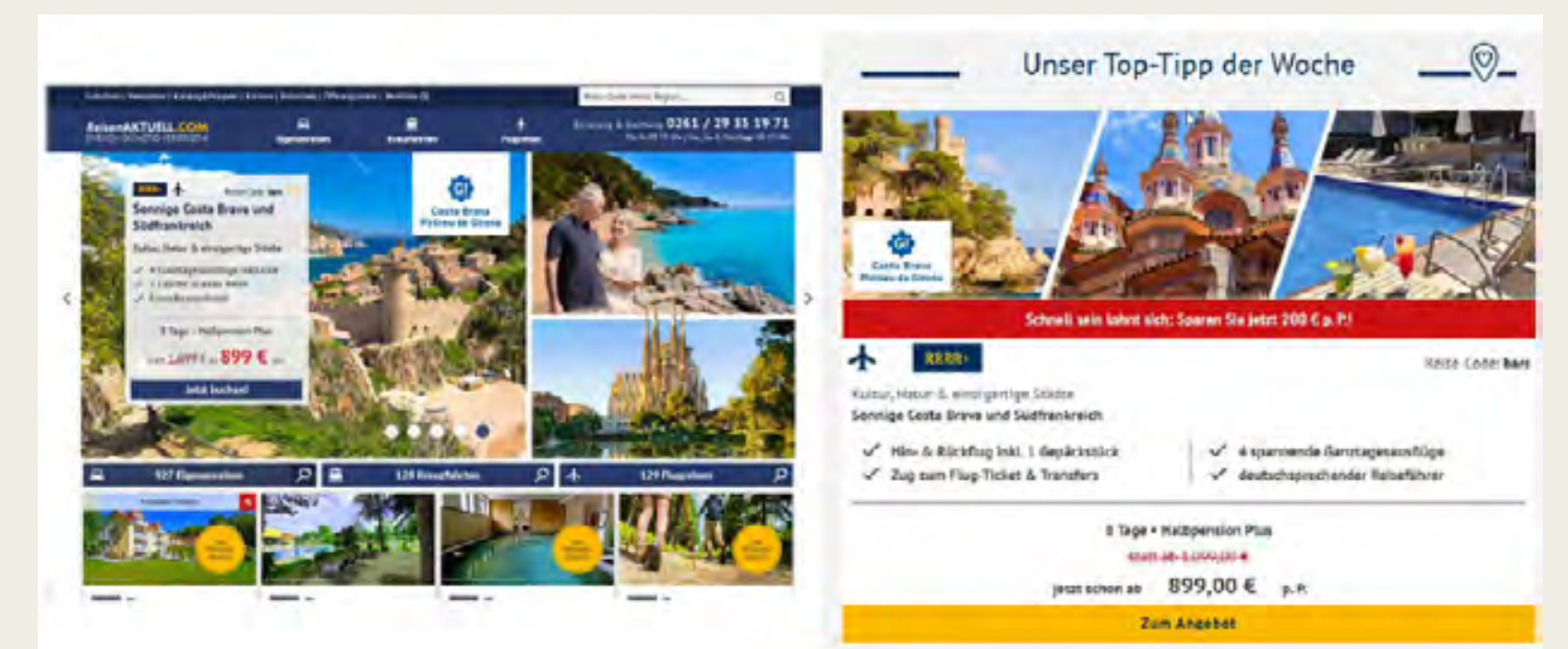
453.442 Impactes

Publicacions i impactes

340.552 Impactes

Publicacions i impactes

1.219.443 Impactes



COMUNICACIÓ I PREMSA CORPORATIVA



BTM2025



Nit Campings2025

Comunicació i premsa corporativa

- 4** Rodes de premsa i presentacions a mitjans
- 22** Notes i comunicats de premsa
- 33** Gestió d'entrevistes a portaveus
- 34** Participació en actes i esdeveniments de representativitat

Nou butlletí professional de notícies digital:

- 11** Edicions
- 68** Notícies
- 3.000** Subscriptors



PREMIS G!

20a edició

Premis G! Josep Pujol i Aulí, en reconeixement pòstum a la tasca professional, per a Josep Capellà i Hereu.

Premi G! Francesc Xiquet i Sabater, en reconeixement del projecte empresarial, per al Càmping Las Dunas.

Premi G! Especial Jordi Comas i Matamala per a l'Hostal de La Gavina.

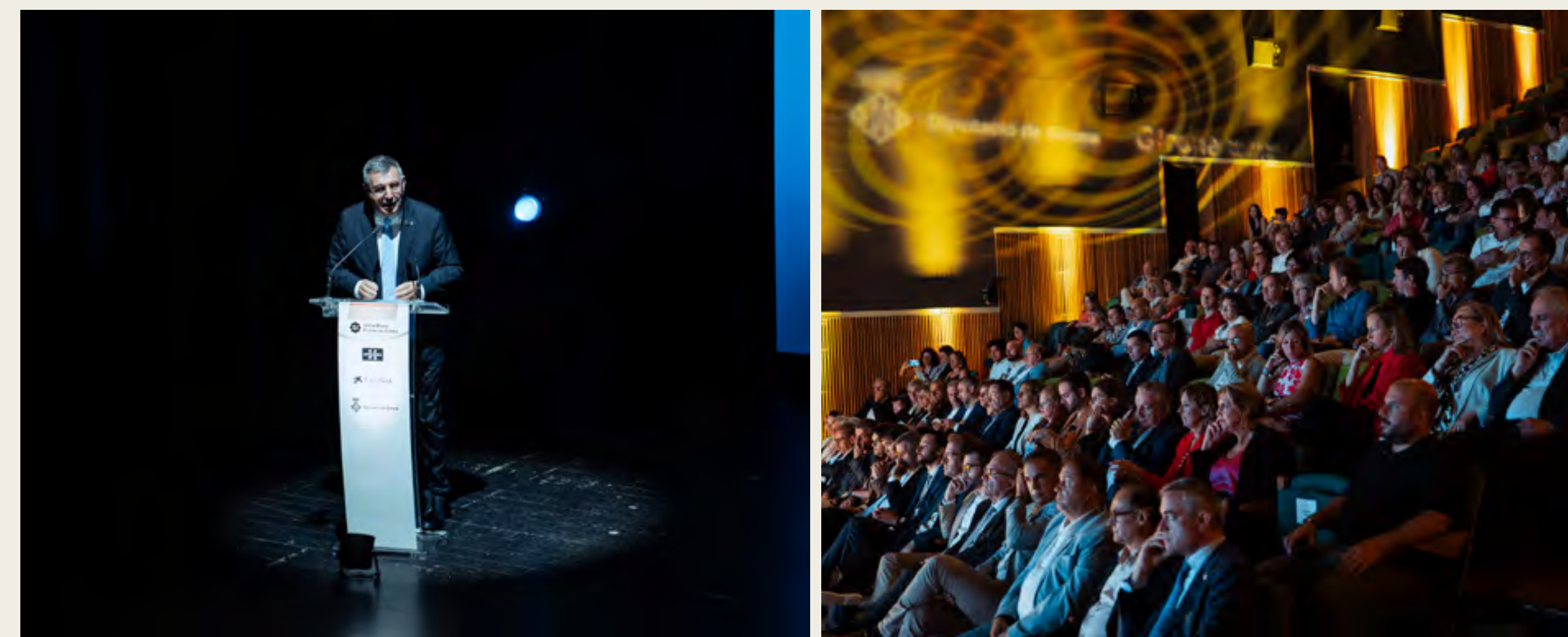
Premi G! Especial Juli Soler i Lobo per a l'Associació Cuina Pirinenca de Cerdanya.

Premi G! de Comunicació Turística de les Comarques Gironines Climent Guitart per a Nicole Schmdit, pel reportatge «L'aroma de les muntanyes i el mar», publicat a la revista alemanya Brigitte.

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 Trinitat Gilbert, per la col·lecció de set articles sobre gastronomia i territori, publicats al diari ARA.

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 Kate Maxwell, per l'article «Retirs rústics a l'Empordà català», publicat al diari britànic Financial Times, i també per l'article « La costa espanyola que et fa somiar», publicat al suplement T Magazine del diari New York Times.

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 Pierre Cabon, pels articles i continguts digitals «La Catalunya accessible en cadira de rodes. Paradís accessible entre terra i mar», publicats al blog de viatges francès Wheeled World.



ATENCIÓ AL VISITANT

Oficina de turisme de l'Aeroport Girona–Costa Brava

El 2025 l'Aeroport de Girona–Costa Brava ha rebut 2.185.561 usuaris, i ha superat el topall de dos milions de passatgers que va assolir l'any 2018.

L'Oficina de Turisme de l'Aeroport Girona–Costa Brava continua sent gestionada conjuntament per la Generalitat de Catalunya i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona. Se situa a la terminal d'arribades i disposa de dos taulells per atendre els usuaris, tant a la zona d'aire com a la zona de terra. L'oficina ha mantingut l'operativa durant els mesos d'hivern, tot adaptant els horaris al dispositiu aeri (dilluns, divendres i dissabte).

Les tasques principals de l'oficina han estat:

- Atenció presencial, telemàtica i telefònica als passatgers i usuaris.
- Reserves d'allotjament.
- Gestió del material documental.
- Recollida de dades estadístiques.

Aquest exercici, l'Oficina de Turisme ha rebut 11.677 peticions d'informació. Els visitants atesos provenien majoritàriament del Regne Unit (20,05 %), Alemanya (17,01 %), Països Baixos (8,56 %), Itàlia (8,04 %), Bèlgica (7,69 %), Irlanda (7,66 %), Polònia (6,99 %) i França (4,54 %). Les peticions d'informació se centraven en: transport (27 %), l'oferta turística de la Costa Brava i Girona (18 %), Barcelona (7,5 %), oci (7 %), informació no turística (6,62 %), zones de bany (5 %), monuments i patrimoni (4 %), entre d'altres.



BANC D'IMATGES

Plataforma digital de descarregues gratuïtes : fotos.costabrava.org

552 Imatges disponibles en dues mides i resolucions.

123 Usuaris nous (de 1.241 usuaris).

10.055 Descàrregues

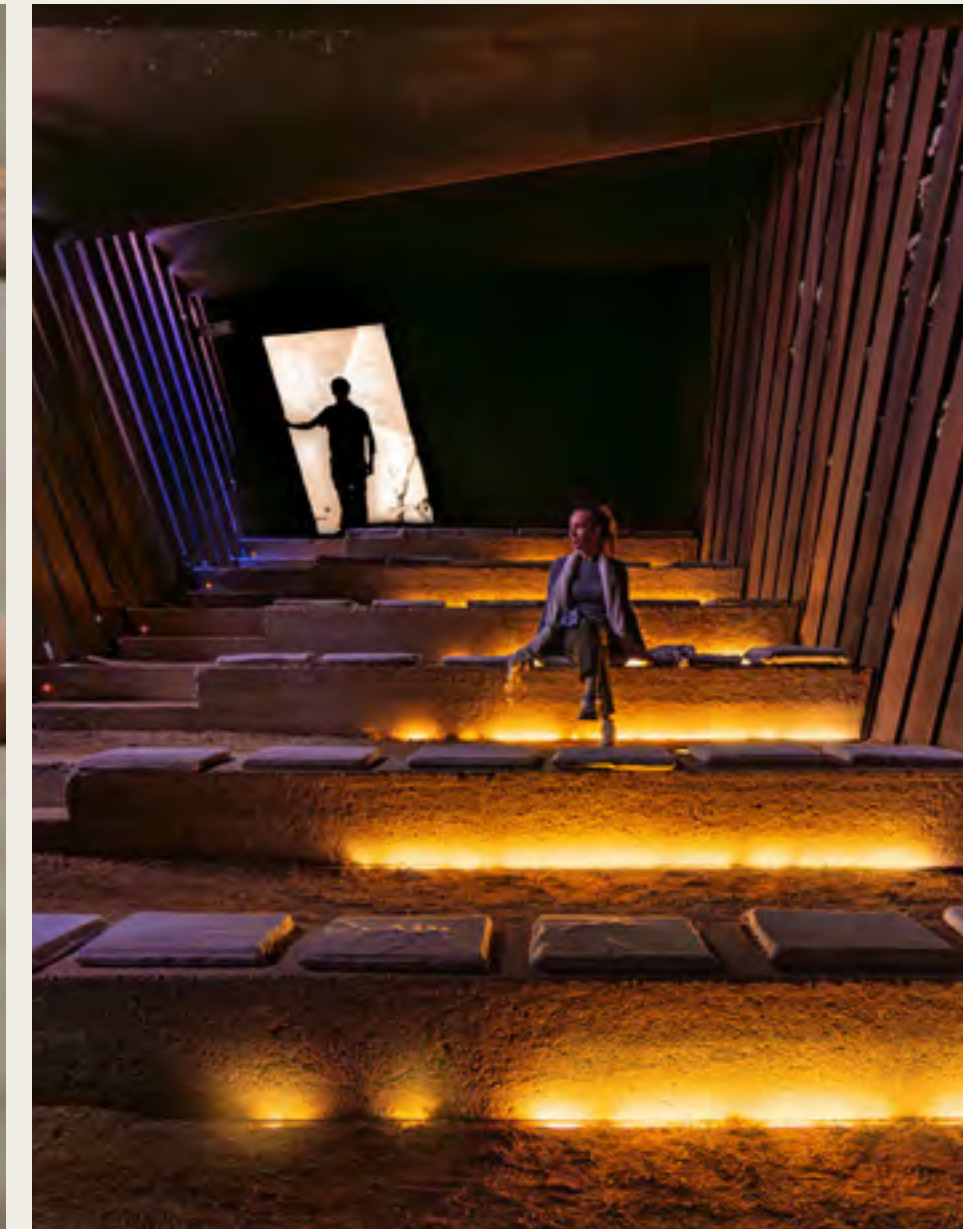
Arxiu Imatges PTCBG

1.645 Fotografies incorporades (d'un total de 39.360).

56 Peticions ateses.

344 imatges cedides.

Adquisició de fotografies de professionals: Daniel Lucas de Cruz, David Crespo Tejada, David Garcia Aguilera, David Rocabertí, David Rueda, David Sánchez, Diego Espada, Joan Diví, Jordi Renart, Maria Farres, Plei Audiovisual, Vianda i Creative Corner.





SESSIONS FOTOGRAFÍQUES

Sessions fotogràfiques de temàtiques específiques:

Cultura: Roger Lleixà, Joan Diví i Joan Cabotti

Ruta del Vi DO Empordà: Joan Diví, Diego Espada i Jordi Renart

Creuers: David Rueda

Salut i Benestar: Maria Farres i Josep González

Golf: David Crespo

Sènior: Diego Espada

SESSIONS DE TERCERS

Ajuntament de Sant Joan les Fonts, Palamós, Hostalric, Sant Hilari Sacalm, Torroella de Montgrí, Port de la Selva, Consell Comarcal del Ripollès. Restaurant La Cort del Mos, Restaurant Arros9, Alba Plana – Abricoc, Bulli Foundation, Clara Cano (Clab Studio), Club Nàutic L'Escala, Esteve Carbones, Gigi Salomon, Mas Geli, Vulpilius, Michael Althoff (MC Management), ITSUGA (Hotels Ultònia), SAGEMAR Hotels (Mas Tapiolas), Vol de Coloms, Associació de Càmpings i Associació de Centres Subaquàtics.



8-FORMACIÓ

PROGRAMA DE FORMACIÓ PROFESSIONAL TURISME 360°

26 sessions, presencials i virtuals,
amb 741 participants



FORMACIONS

Cocreació d'experiències de turisme cultural.
14 assistents.

Introducció al turisme sostenible: principis,
certificacions, bones pràctiques. *12 assistents.*

Certificats d'estalvi energètic al sector turístic.
15 assistents.

Noves tendències: més enllà del *selfie*.
23 assistents.

English for Wine Tourism & Tasting. *14 assistents.*

La sostenibilitat en el turisme cultural: compa-
rativa segells, bones pràctiques i casos d'èxit.
14 assistents.

Introducció a la IA en el departament de
màrqueting, comunicació, vendes i internacional.
54 assistents.

Turisme regeneratiu: viatjar generant impacte
positiu al territori. *14 assistents.*

Com treballar amb ChatGPT. *67 assistents.*

La IA aplicada al SEO, SEM i publicitat en general.
50 assistents.

Creadors de paquets turístics, veritables
dinamitzadors del territori. *16 assistents.*

Introducció al golf i l'oferta turística de la Costa
Brava. *12 assistents.*

IA aplicada a la conversió i gestió de clients.
55 assistents.

Eines d'IA que ens poden ser útils per crear
continguts. *67 assistents.*

Com comercialitzar productes turístics
sostenibles per arribar al client ideal?.
6 assistents.

Estudi Vacances Cicloturisme a la Costa Brava
i el Pirineu de Girona. *48 assistents.*

Beneficis del màrqueting i la comunicació
d'accions de sostenibilitat. *47 assistents.*

Usos socials i esportius dels rius, sí, però ni
tot ni arreu. *7 assistents.*

Creació d'experiències d'ecoturisme vinculades
a projectes de conservació de la natura.
7 assistents.

Posicionament en motors de cerca amb IA.
26 assistents.

Com crear impacte en un famtrip i presstrip?.
15 assistents.

Planning i organització de campanyes 360°
amb IA. *26 assistents.*

Accessibilitat en esdeveniments. Eines per
incorporar-la. *30 assistents.*

Creació de contingut multimèdia amb IA.
39 assistents.

Processadors de text i fulls de càlcul amb IA.
49 assistents.

Clics inclusius: l'impacte de l'accessibilitat digital
en el turisme. *14 assistents.*

A close-up photograph of a person's hand, adorned with several yellow bangles, holding a small white tag over a large sunflower. The sunflower is the central focus, resting on a large, ornate metal tray. The tray is filled with various flowers, including several smaller sunflowers and pink roses. The background is softly blurred, showing more of the tray and some lit candles, creating a warm and artistic atmosphere.

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: «Anàlisi de les vacances esportives de cicloturisme a la Costa Brava i el Pirineu de Girona», elaborat pel Grup de Recerca ONIT-INSETUR de la Facultat de Turisme de la Universitat de Girona.

L'estudi, publicat al febrer de 2025, analitza el fenomen del cicloturisme a la demarcació de Girona des de diversos aspectes: perfil del cicloturista, comportament del consum i la despesa i percepció de la destinació per part del visitant. El treball s'ha elaborat mitjançant enquestes a una mostra de participants en diversos punts d'una selecció de rutes ciclables, en el període comprès entre el 23 de setembre i el 29 d'octubre de 2024.

[Estudi publicat](#)



Informe anual: «Estadístiques *greenfees* Camps de Golf de la Costa Brava »

Analitza l'activitat de sortides de camp dels camps de l'Associació de Camps de Golf de la Costa Brava i membres del club de Golf del Patronat. Aquest mostra l'evolució de les sortides, la procedència dels visitants i també tracta dades amb la temporalitat de les sortides.

Informe anual: «Estadístiques Ruta del Vi DO Empordà 2024»

Analitza l'activitat enoturística de la Costa Brava i, més concretament, dels associats a la Ruta del Vi DO Empordà de l'exercici 2024. L'informe mostra l'evolució de l'activitat i la procedència i el perfil dels visitants, i també tracta dades relacionades amb la despesa.

[Estudi publicat](#)



Fotògrafs: Òscar Vall, Òscar Rodbag, Igluuu, Juan Carlos Guillen, David Rueda, Samu Cardenas, Georgina Salomon, Sira Ayats, David Rocaberti, David Crespo, Maria Farrés Singla, Roger Lleixà Bertran, David Aparicio, Alvaro Sanz, Gigi Salomon, Makontro, Jordi Renart Roca i Joan Diví.

Fotos cedides per: umukie.blue.wold, InVoyage, Bulli Foundation, Arxiu Imatges PTCBG.

Disseny gràfic: Safareig.

MEMÒRIA 2025

G!rona Patronat de Turisme
Costa Brava Girona



Diputació de Girona



Costa Brava
Pirineu de Girona

