

# MEMÒRIA 2022

## DIPUTACIÓ DE TARRAGONA



# **Patronat de Turisme**

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona és un organisme autònom que gestiona i projecta una imatge de les destinacions turístiques Costa Daurada i Terres de l'Ebre, donant suport a la seva comercialització. L'objectiu és contribuir a l'estructuració i la qualificació de l'oferta turística, a més d'afavorir el desenvolupament del sector en col·laboració amb els agents públics i privats del territori.

## 1. L'ANY EN DADES

### 1.1. Costa Daurada

Els allotjaments turístics de la Costa Daurada —establiments hotelers, càmpings, turisme rural i apartaments turístics— van rebre l'any 2022 **5.516.336 arribades**, que van generar **18.138.453 pernотacions** a la nostra destinació. **L'estada mitjana va pujar fins als 3,63 dies**.

Pel que fa a la distribució de mercats, el **mercat català i espanyol va representar el 56,3 % de les pernотacions totals**, mentre que el mercat estranger va emportar-se el **43,7 % de les pernотacions totals**, del qual destaquem els mercats **francès (12,7 %)**, **britànic (9,8 %)**, **irlandès (5,2 %)**, **neerlandès (5,1 %)** i **alemany (3,5 %)**.

Durant l'any 2022 la Costa Daurada va participar en **11 fires**, 7 de les quals sota el Conveni Córner. **Va visitar 6 fires internacionals (una en format virtual), 2 fires estatals, 1 nacional i 2 multimercat.**



Entrevista en el marc de la fira FINE a Valladolid.

Durant l'any es van fer **12 viatges de familiarització**, **6 blogtrips**, **15 viatges de premsa**, **11 tallers**, **3 promocions**, **11 fires** i **16 accions d'altres tipus**.



Atenció al client a l'estand de Costa Daurada de la fira de ciclisme, a Copenhaguen.

## 1.2. Terres de l'Ebre

L'any 2022 va tancar amb una ocupació del 44,8 % a les Terres de l'Ebre, cosa que suposa un increment de 8 punts en relació amb l'exercici anterior. A les Terres de l'Ebre, van registrar-se 1.555.553 pernотacions.

El mercat espanyol i català van suposar el 78,4 % dels turistes a les Terres de l'Ebre, mentre que el mercat estranger va representar el 21,6 %.

El 67 % dels turistes que es van allotjar a les Terres de l'Ebre durant el 2022 ja hi havien estat anteriorment; es va experimentar un augment d'1,7 punts percentuals respecte de l'any 2021.

La recomanació i la intenció de repetir visita segueixen en nivells molt elevats, com en anys anteriors: 99 % i 97 %, respectivament.

Durant l'any 2022 les Terres de l'Ebre va participar en **10 fires** en format presencial: **3 del continent europeu**, **4 d'estatals** i **3 de nacionals**.

Durant l'any 2022 es van fer **1 blogtrip** i **4 viatges de premsa**. Destaca el **viatge de premsa de cicloturisme Bikefriendly**, en el qual van **participar 7 periodistes internacionals**.



Portada Roadbiker.

## 1.3. Gestió

La **Costa Daurada** va atendre un total de **73 consultes** durant l'any 2022, de les quals 18 es van rebre a través del formulari de consultes del web [www.costadaurada.info](http://www.costadaurada.info).

A Terres de l'Ebre se'n van rebre **78**, de les quals **24** es van enviar a través del formulari del web [www.terresdelebre.travel](http://www.terresdelebre.travel).

I a l'**Oficina de Turisme de l'aeroport de Reus**, que gestiona el Patronat de Turisme juntament amb la Generalitat de Catalunya, es van atendre **3.367 consultes d'informació**.

## 2. Accions de màrqueting

### 2.1. Costa Daurada

El 2022 es va signar el Conveni Córner entre el Patronat de Turisme i representants de 12 municipis (Altafulla, Calafell, Cambrils, Cunit, Mont-roig del Camp, Reus Promoció, Salou, Tarragona, Torredembarra, Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, el Vendrell i Vila-seca), 3 entitats comarcals (Consell Comarcal del Baix Camp, Consell Comarcal del Priorat i Consell Comarcal de la Conca de Barberà - La Ruta del Cister), 9 associacions empresarials (Associació Hotelera de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre, As-

sociació d'Empresaris d'Hostaleria de la Província de Tarragona, Associació Hotelera de la Província de Tarragona, Associació de Càmpings de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre, Associació d'Apartaments Turístics de la Costa Daurada, Associació Costa Daurada Destinació de Golf i Pitch and Putt, Federació Empresarial d'Hostaleria i Turisme de la Província de Tarragona, Nàutic Parc Costa Daurada i Terres de l'Ebre-Estació Nàutica i Associació Priorat Enoturisme) i 2 entitats privades (Aquopolis Costa Daurada i PortAventura), que regula la participació conjunta i coordinada de totes aquestes entitats en fires nacionals, estatals i internacionals.

En concret, el **Conveni Córner** va establir la participació conjunta i coordinada en el programa de fires i promocions següents (indicades amb asterisc):

#### Fires nacionals

B-Travel\*: 1-3/4 Barcelona

#### Fires estatals

Fitur\*: 18-23/1, Madrid

Navartur: 25-27/2, Pamplona

#### Fires internacionals

Expo du Vélo: 23-24/9, Estrasburg, França

WTM\*: 7-9/11, Londres, Regne Unit

Copenhagen Bike Show: 11-13/3, Copenhaguen, Dinamarca

#### Fires multimercat

IGTM: 17-20/10

IBTM: 29/11-1/12



Foto de família dels signants.

## PLA D'ACCIONS DE LA COMISSIÓ DE L'IMPOST D'ESTADES TURÍSTIQUES ELABORAT CONJUNTAMENT AMB LA FEHT I ELS MUNICIPIS DE CAMBRILS, SALOU I VILA-SECA - LA PINEDA.

Acció	Mercat	Data	Producte	Partenaire	Mitjà
Edició de circuits virtuals 360° demarcació Costa Daurada	Catalunya	Tot l'any	Turisme familiar	Vadim Koryagin	Eina de promoció digital núvol net
Edició de fullets de ciclo	Catalunya	Tot l'any	Familiar i amants del ciclisme	Vadim Koryagin	Edició de fullet en paper i en format web (mòbil), rutes per anar en bicicleta per tres municipis
Revista <i>Costa Daurada</i>	Catalunya	Tot l'any	Famílies	Promotourist	Revista especialitzada en el sector del turisme de la Costa Daurada
Xarxes socials costadaurada.travel	Espanya	Tot l'any	Persones amb interès pel turisme	Millennials Agency	Publicacions i promoció en xarxes socials pròpies de la promoció @costadauradatravel
Campanya de patrocini del 1r equip femení de futbol del Manchester City	Regne Unit	Tot l'any	Fans de club esportiu de futbol	Manchester City	Leds partits futbol femení, xarxes, vídeo promocional, xarxes jugadores, estades promocionals a destí, entrenament de jugadores
Torneig de futbol infantil Mundialito	Catalunya	9-17 d'abril	Esportiu familiar	Mundialito	Presència al torneig, web, xarxes
Torneig de futbol infantil Mare Nostrum Cup	Catalunya	14-17 d'abril, 23-26 de juny	Esportiu familiar	Mare Nostrum Cup	Torneig de futbol, web, xarxes
Encartable a revista <i>Pasar Kampeergids</i>	Bèlgica	Maig	Clients de càmping	Heinze Latzke - pasar.be	Revista especialitzada
Encartable a revista <i>ACSI/ Freelife-Heinze</i>	Holanda	Maig	Clients de càmping	Heinze Latzke	Encartable a revista especialitzada del sector càmping, fullet a càmpings de Tarragona
Campanya de falques i programa <i>Más de uno</i> , Onda Cero Radio	Espanya	Maig-juliol	Famílies	Onda Cero	Ràdio
Comàrqueting mercat eslovac amb Koala (Tour Operador)	Eslovàquia	Maig-setembre	Turisme Eslovàquia	Guest Incoming	Bàner web, butlletí d'informació
Campanya global comàrqueting Eroski	Espanya	Maig-octubre	Famílies	Eroski	Cartellera oficines Eroski, bàner web, aterratge exclusiva, publitramesa electrònica segmentada, revista <i>Eroski Club</i> , metro de Bilbao, falques de ràdio
Encartable a revista <i>Kampeertoerist</i> a càmpings	Holanda	Juny	Clients de càmping	Heinze Latzke	Encartable a revista especialitzada del sector del càmping, fullet per a càmpings de Tarragona

Campanya de comàrqueting Logitravel -OTA (Agència de Viatges Online)	França	Juny -14 d'agost	Famílies	Logitravel	Bàners destacats, apunt en un blog, butlletí d'informació, microlloc, Google Display, xarxes socials
Vídeo promocional AATCD	Espanya	Juny-agost	Famílies	Garamond	Edició de vídeo promocional i campanya a Facebook Ads i TikTok Ads
Vídeo promocional AATCD	França	Juny-agost	Famílies	Garamond	Edició de vídeo promocional i campanya a Facebook Ads i TikTok Ads
Anunci a TV3 de càmpings de Tarragona	Catalunya	10-30 de juny	Clients de càmping	TV3	Anunci televisiu (TV3)
Festa Eroski Ikastola Alavesa a Olàrizu	Espanya	19 de juny	Famílies	Eroski	20.000 tiquets d'entrada a festa d'ikastoles, promo Costa Daurada
Campanya flash Destinia -OTA (Agència de Viatges Online)	Espanya	9 de juny - 23 de juliol	Famílies	Destinia	Campanya Flash Days TV Mediaset, pàgina d'aterratge a web Destinia, bàners web, butlletins d'informació
Campanya de comàrqueting Logitravel OTA (Agència de Viatges Online)	Espanya	25 juny -15 juliol	Famílies	Logitravel	Bàner web, butlletí d'informació, bàners destacats seccions vol + hotel, blogs, microlloc, display digital <i>El Mundo</i> , <i>El Periódico</i> , xarxes socials, àudio en línia Logitravel
Campanya Google Ads AATCD	Espanya	Juny-octubre	Famílies	Garamond	Campanya Google Ads, xarxes, sobretot sector d'apartaments turístics
Campanya Google Ads AATCD	França	Juny-octubre	Famílies	Garamond	Campanya Google Ads, xarxes, sobretot sector d'apartaments turístics
Campanya Google Ads AATCD	Regne Unit	Juny-octubre	Famílies	Garamond	Campanya Google Ads, xarxes, sobretot sector d'apartaments turístics
Publicació especial turisme <i>Hosteltur</i>	Espanya	27 de juny - 1 de juliol	Turisme familiar, agents de viatges	Hosteltur	Publicació especialitzada dossier turisme familiar <i>Hosteltur</i> , juliol-agost-setembre 2022. Bàner a destinis AAVV (Agències de Viatges (b2b).
Pantalles digitals a teatres de Madrid i circuit digital i de quioscos del centre de Madrid	Espanya	27 de juny - 10 de juliol	Famílies	Abba Publicidad	Pantalles a entrades dels teatres Lope de Vega i Coliseum, gran format digital, circuit en paper i plafons digitals a carrers del centre de Madrid
Campanya comàrqueting Avoris-Neckera	Polònia	Juny-setembre	Famílies	Avoris	Campanya en línia bàner al portal de Neckera i butlletí d'informació exclusius



Campanya de comàrqueting Avoris, B travel, Halcón Viajes i Viajes Actuador	Espanya	25 de juliol - 10 d'agost	Famílies	Avoris	Campanya en tòtems d'agències de viatges, cartelleria Red Agències B Travel, Halcón Viajes i Viajes Ecuador, promo canals xarxa, YouTube
Campanya de màrqueting digital ASHCDTE	França	Juliol-agost	Famílies	Winbia	Campanya de màrqueting digital a Google Ads i xarxes, sobretot al sector hotelier
Campanya de màrqueting digital ASHCDTE	Espanya	Juliol-agost	Famílies	Winbia	Campanya de màrqueting digital a Google Ads i xarxes, sobretot al sector hotelier
Opis a estacions de metro de Barcelona	Catalunya	5 de juliol - 1 d'agost	Clients de càmping	JCDecaux	Opis de cartelleria publicitària
Campanya de comàrqueting	Alemanya	15 de setembre - 15 de desembre	OTAS	Destinia	En línia
IFTM - Top Resa	França	19-23 de setembre	Professionals del sector del turisme	RX France IFTM	Estand a la fira Top Resa de París, públic especialitat (professionals del turisme)
Campanya publicitària NT Travel	Irlanda	Setembre	Amics viatges - famílies	NT Travel News	Publicitat en premsa especialitzada d'Irlanda, bàner a pàgina web
Campanya de comàrqueting pasar.be (publireportatge, butlletí d'informació, quadre de contingut)	Bèlgica	Octubre-desembre	Clients de càmping	Heinze Latzke - PASAR.BE	Portal dedicat a oci, vacances, temps lliure i càmping
Campanya de comunicació a <i>Le Monde du Plein Air</i> , mercat del càmping	França	Octubre - 15 de desembre	Clients de càmping	Heinze Latzke - Lemonde	Campanya publicitària a portal digital especialitzat en client de càmping
Campanya de comàrqueting Destinia	França	Octubre - 15 de desembre	Famílies	Destinia	Bàner pàgina inicial d'hotels, microlloc, displays segmentats, butlletí d'informació
Sunway	Irlanda	Octubre-desembre	Famílies	Sunway	Campanyes Google Ads, bàners, xarxes, butlletins d'informació
Campanya de comàrqueting Destinia	Regne Unit	Octubre - 15 de desembre	Famílies	Destinia	Bàner pàgina inicial hotels, microlloc, displays segmentats, butlletí d'informació
Campanya de comunicació al <i>Diari de Tarragona</i>	Catalunya	Octubre-desembre	Turisme familiar	<i>Diari de Tarragona</i>	Premsa i esdeveniments específics
Fires CSE Eleuceo	França	19-21 d'octubre	Comitès d'empresa	Eleuceo	Congrés fira CSE a Port Aventura

Torneig Gamerland	Catalunya	1 de novembre - 31 desembre	Jornades	Costa Daurada	Torneig Jornades Gamerland
Torneig internacional femení Costa Daurada Trophy	Catalunya	11-14 de novembre	Esportiu	Viajes Velero, Lazz Sports	Torneig de futbol, web, xarxes

## ESPAIS DE MILLORA

### Participació en taules. Actes de representació

- 28/1. Reunió de seguiment de les accions cooperades de l'ACT.
- 8/2. Reunió de coordinadors de la marca Turisme Familiar de l'ACT.
- 8/2. Reunió de la Taula Any Lluís Domènech i Muntaner.
- 11/2. Reunió de l'ACT amb patronats i directors.
- 15/2. Taula de Turisme Sostenible del Priorat.
- 1/2. Plenari del CETS Priorat.
- 16/2. Reunió de l'Associació de Golf Costa Daurada i Terres de l'Ebre.
- 17/2. Consell de Direcció de l'ACT.
- 18/2. Reunió del grup de turisme de la Taula Any Lluís Domènech i Muntaner.
- 24/2. Reunió de seguiment de les accions cooperades de l'ACT.
- 1/3. Avaluació EFQM del Patronat de Turisme.
- 4/3. Jornada Bridge Event Med Pearls.
- 9/3. Presentació de la Volta a Catalunya.
- 15/3. Taula Institucional de Creuers.
- 16/3. Acte institucional de presentació de l'Associació de les Viles Termals de Catalunya.
- 23/3. Reunió de coordinadors de Conventions de Catalunya.
- 31/3. Jornada de membres del CCB.
- 31/3. Assemblea General de Kid's Cluster.
- 25/4. Reunió virtual del grup de treball de la xarxa catalana de ciutats d'alta velocitat.
- 28/4. Jornada "Pobles amb encant" de l'ACT a Rupit.
- 25/5. Seguiment en línia de la presentació del pla de turisme familiar ACT.
- 13/6. Reunió virtual, trobada tècnica d'ACT cultura.
- 15/6. Reunió virtual, trobada tècnica d'ACT ciutats, pobles i barris.
- 16/6. Reunió virtual, trobada tècnica d'ACT familiar.
- 12/9. Reunió virtual del Pla d'accions de turisme cultural 2023.
- 13/9. Reunió virtual del Pla d'accions prèmium 2023.
- 14/9. Reunió virtual de la xarxa AVE ACT.
- 15/9. Reunió del Pla d'accions 2023 familiar ACT (patronats).
- 25/10. Reunió ACT de turisme familiar.
- 16/11. Reunió virtual de gestió del programa "Meet ambassadors" del Catalunya Convention Bureau.
- 18/11, 2/12, 16/12. Reunions amb ACT del Grand Tour.
- 18/11. Reunió virtual de planificació d'accions per a l'exposició "Picasso-Miró 2023".
- 18/11. Presentació virtual del Pla del producte de turisme familiar ACT.
- 25/11. Reunió de la Taula Estratègia de l'Aeroport.
- 12/12. Reunió del Pla d'enogastronomia 2022-26.
- 14/12. Jornada de Les Rutes del Vi de Catalunya.

## Espai de Millora de Cicloturisme i Turisme Esportiu

### Viatges de premsa:

- 2 viatges de premsa d'Evasión TV: Montsant Bike i Volta a Catalunya.

### Fires:

- Fiets & Wandelbeurs: Països Baixos
- Copenhagen Bike Show: Dinamarca
- Cycle Show and London Ebike Festival: Regne Unit
- Desafío Lagos de Covadonga: Espanya
- Expo du Vélo a Estrasburg: França

### Altres accions:

- Volta a Catalunya: Costa Daurada - Salou - Cambrils.
- Strava: subscripció, creació de rutes i gestió.
- Grup de treball de cicloturisme al Priorat.
- Actualització de mapa.
- Nova estructura de l'espai: només certificats setembre 2022.
- 20 Top rutes cicloturístiques a la Costa Daurada (ACT).
- Costa Daurada Challenge amb Cycling Friendly & B-Kool.
- Nou marxandatge i arc inflable.
- Panells de ciclo per a membres de l'Espai de Millora de Cicloturisme.
- 50 reunions.
- Presentació del perfil de cicloturista alemany per part de l'ACT.
- Top de rutes de senderisme per l'ACT.

## Espai de Millora de Creuers

- Assistència a Medcruise General Assembly (maig).
- "Jornada de sostenibilitat i cura mediambiental en creuers i nàutica esportiva" (octubre)
- Enquestes a creueristes. Publicitat en mitjans especialitzats en creuers. Reunions tècniques: 4.
- Assistència a l'International Cruise Summit (novembre).

## Espai de Millora d'Art i Cultura

- Vam coordinar les visites per a diversos mitjans de comunicació francesos que porta el Centre de Promoció de Catalunya a França per conèixer els atractius modernistes de la destinació al voltant de la figura de Gaudí. Els mitjans són: *Le Parisien*, *Le JDD*, *L'Obs*, *Télérama*, *Geo.fr*, *BeauxArts*, *Journal de l'Art*, *France Culture*, *Le Point*, *La Croix* i *Le Monde*.
- Amb la mateixa temàtica, vam col·laborar en les visites de la freelance francesa Claude Mandraud, especialitzada en Art Nouveau.
- Vam col·laborar en la logística de visites del diari *Ara* a la Costa Daurada, per a la sèrie de reportatges que va publicar durant l'estiu sobre monuments de Catalunya, escenaris de sèries i pel·lícules.
- Vam organitzar el viatge per a un dels programes de viatges més prestigiosos de França, *Échappée Belles*, de TV France 5, amb audiències d'1,1 milions d'espectadors i més d'un milió de seguidors entres les seves tres xarxes socials, fomentat pel Centre de Promoció de Catalunya a França per difondre el patrimoni de Reus, el vermut, així com els molins d'oli i els cellers visitables del Priorat.
- Vam participar en el taller "Buy Catalunya", organitzat per l'Agència Catalana de Turisme i dirigit a la intermediació del mercat dels Estats Units. A més, la setmana prèvia vam fer una presentació telemàtica dels atractius patrimonials de la Costa Daurada per als mateixos participants i, posteriorment al taller, vam organitzar un viatge perquè coneguessin els recursos culturals visitables de la destinació.

- Vam col·laborar en el viatge de la bloguera Italiana Steffire, que gaudeix de més de 10.000 seguidors a les xarxes, que havia de visitar el patrimoni de la Costa Daurada en família.
- Vam participar en el *benchmark* del programa per a la promoció del turisme cultural de l'Agència Catalana de Turisme a Rupit.
- Vam organitzar les visites del periodista alemany Daniel Blaser, que treballa per als mitjans *Mittelbadische Presse* (40.667 exemplars i 162.000 lectors), *Badisches Tagblatt* (18.406 exemplars i 80.000 lectors) i *Rheinpfalz* (234.521 exemplars i 586.000 lectors), per donar-li a conèixer el patrimoni cultural de Tarragona.
- Vam acompanyar les agències britàniques especialitzades en turisme cultural que porta l'OET del Regne Unit, a les quals vam organitzar un extens programa de visites perquè mostrin els atractius patrimonials del Priorat, Tarragona, Reus i la Conca de Barberà.
- Vam organitzar les visites del periodista Sven Rahn, que escriu per als diaris alemanys *FAZ* (199.899 exemplars) i *Die Welt* (74.399 exemplars), per conèixer el patrimoni de Reus i Cambrils.
- Vam organitzar les visites del periodista Edgar Schütz, guiat pel Centre de Promoció Turística de Catalunya a Alemanya, perquè parlés del Modernisme a Reus al seu programa de Ràdio Àustria, amb més de 150.000 seguidors.
- En una acció impulsada pel Centre de Promoció Turística de Catalunya al Regne Unit, conjuntament amb H10 Hotels, ens van visitar 13 agències de viatges britàniques per conèixer els atractius de Reus i Tarragona.
- Vam col·laborar amb l'Agència Catalana de Turisme en dues presentacions en format seminari web que ofereix el operador turístic francès Terra Nobilis dins del seu cicle de conferències "Storia Mundi": "Modernisme" i "Domènech i Muntaner".



Foto dels participants durant la seva visita al Reus modernista.

## Espai de Millora d'Enogastronomia

- 7 càpsules de vídeos promocionals del Mapa Enogastronòmic.
- 2 reunions de les Rutes del Vi amb la resta de membres d'enogastronomia de Catalunya.
- Fira Fine a Valladolid durant el març del 2022 i organització d'un viatge de familiarització a posteriori.
- Participació en un *benchmark* a la Toscana i l'Emília-Romanya per conèixer les experiències enoturístiques més rellevants.
- Participació durant tres mesos en el mitjà *Con mucha gula*, amb diferents articles d'enogastronomia de la Costa Daurada.
- Paisatge dels Genis
  - Edició de nou material fotogràfic del Paisatge dels Genis.
  - Edició de nous espots de touring: inspiració, producte natura (difusió a finals de novembre) i famílies (difusió a principis de desembre).
  - Publicació d'un pòdcast sobre el Paisatge dels Genis el 24 de novembre.

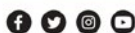
## ALTRES ACCIONS

- Reunió de planificació de Costa Daurada amb patronats i oficines de turisme. 22 de novembre.
- Organització del Som Turisme 2022, acte de reconeixement i suport al sector turístic i entrega del Premi Jordi Cartanyà. Creació de microlloc de l'acte, vídeos per cada premiat i diplomes. 30 de novembre.
- Presentació del Tourism Data System 2+. 14 de desembre.
- Signatura del Conveni Córner 2022 de la Costa Daurada per a la participació conjunta i coordinada en el programa de fires i promocions i les campanyes de publicitat, al Palau de la Diputació de Tarragona. 8 de febrer.
- Suport al torneig Estrella Damm Reus - Costa Daurada Open 2022 del World Padel Tour <https://www.worldpadeltour.com/torneos/estrella-damm-reus-costa-daurada-open-2022/2022/>. 9-13 de març.
- Patrocini al Club Gimnàstic de Tarragona per a l'any 2022.
- Col·laboració amb la Volta a Catalunya. L'etapa 6 (Costa Daurada) va tenir lloc el 26 de març (<https://www.voltacatalunya.cat/es/etapa-6>). Participació en la presentació de la 101a edició de la Volta a Catalunya, el 9 de març, a l'INEFC.
- Participació en les rodes de premsa de la FEHT: presentació de l'acord de patrocini amb el Manchester City Women's Football Club (8 de març); presentació del conveni de col·laboració amb la FEHT 2020-2022 i aeroport 2022. 29 de març.
- El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, juntament amb el Laboratori d'Innovació i Intel·ligència Turística (LAB-IIT) del Departament d'Innovació Turística del centre tecnològic Eurecat, ha organitzat: - Taller de Turisme 2 sobre tendències en llenguatge de comunicació i xarxes socials. Sessió Costa Daurada, 17 novembre - Taula Tècnica 8: Equipaments Esportius i Turisme, 1 desembre
- Realització de vídeos d'una durada de 40 segons sobre productes de la Costa Daurada: golf, cicloturisme, interior i natura, paisatges del Montsant i passat prehistòric.
- Creació de 25 noves Tripldees (2 propostes culturals per comarca) per destacar els principals atractius. Elaboració de nou text de nàutica. Propostes de 6 noves rutes de senderisme i creació de rutes a Wikiloc. Actualitzades les 60 Tripldees existents a la web, renovades les 18 propostes de rutes que ja apareixen a la web (de moment, escrits en català i castellà). No estan penjats encara, a l'espera de la licitació de les traduccions.
- Creació de l'original de platja per a la col·lecció de la campanya de publicitat.
- Canvi de *copy* a tots els originals de la campanya de publicitat "Costa Daurada, el joc de viure": enogastronomia, natura, patrimoni i MICE.
- Edició de càpsules de vídeo d'uns 40 segons sobre:

- “Calafell, història en família”
- “Diversió per a tots”
- “Montblanc”
- “Nàutica”
- “Paisatge dels Genis”
- “Paisatges del litoral”
- “Reviure la història”
- “Temples que toquen el cel”
- Edició de vídeos gravats amb dron sobre:
  - Concurs de Castells
  - Catedral de Tarragona
- Reedició del mapa de cicloturisme en tots els idiomes.
- Col·laboració amb la productora Artic Outdoor en l’elaboració del reportatge sobre la Volta Ciclista a Catalunya per al programa *Evasión TV*. 7 i 8 de setembre.
- Col·laboració amb Ultra Trail Serra de Montsant en la realització d’un vídeo promocional de la cursa amb la marca Costa Daurada, i posicionament de l’arc inflable i la pancarta de Costa Daurada en la cursa. 15 i 16 d’octubre.

#### Articles web:

- “Ruta històrica en bicicleta per la Costa Daurada”
- “Miradors de mar i muntanya a la Costa Daurada”
- “Castells, descobreix una passió única i genuïna a la Costa Daurada”
- “Tàrraco, la gran ciutat romana de la Costa Daurada”
- “Dotze joies modernistes a la Costa Daurada”



@costadauradatur  
www.costadaurada.info



Creativitat amb temàtica litoral.

## 2.2. Terres de l'Ebre

Al llarg del 2022 es va donar suport a entitats públiques i privades amb l'objectiu comú de promocionar el turisme a la Costa Daurada i a les Terres de l'Ebre. Es van materialitzar els acords següents: un conveni de cooperació pluriennal formalitzat el 2021 amb una aportació, per a l'exercici 2022, de 642.000 €; un conveni de cooperació pluriennal amb una aportació, en l'annualitat 2022, de 300.000 €; 2 convenis de cooperació anuals per un import total de 332.100 €, i 14 actuacions de suport mitjançant subvencions nominatives per un import conjunt d'1.009.777,51 €.

El Patronat va atorgar subvencions en règim de concurrència competitiva per a activitats que fomentin el desenvolupament del turisme en municipis tant de la Costa Daurada com de les Terres de l'Ebre, per un valor de 386.368,63 €. I també es van destinar 400.000 € a subvencions per a ens públics i entitats privades per a la difusió de productes agroalimentaris i artesans de qualitat, activitats firals i mostres de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre.

### Programa de fires i promocions:

#### Fires estatals

FITUR: 19-23/1

Navartur: 25-27/2

FINE: 1-2/3

FIO: 18-20/2

#### Fires nacionals

Delta Birding Festival: 23-25/9

B-Travel: 14-15/4

Sea Otter Europe: 23-25/9

#### Fires internacionals

Global Bird Fair: 15-17/7

Falsterbo Bird Show: 2-4/9

London Cycle Show: 21-24/4



Fira Fine. Promoció de la ruta del vi de la Terra Alta a l'estand de Terres de l'Ebre.

- El Patronat va patrocinar Jeremy Alcoba, un dels pilots ebrencs amb més projecció de futur, campió del món de Moto 3 la temporada 2019. Pel que fa a la promoció i difusió de la marca Terres de l'Ebre Reserva de la Biosfera a les xarxes socials, al llarg del 2022 el pilot va fer la promoció corresponent als logos remesos abans de cada gran premi.

Amb l'ànim de reforçar les accions de comercialització dels productes de Terres de l'Ebre i poder incrementar les vendes, durant l'any 2022 es van establir els següents acords de comàrqueting:

## CAMPANYA OASIS HUNTERS

Amb l'objectiu de promocionar les Terres de l'Ebre, donar visibilitat a la marca i atreure més públic a la zona, es va crear una escapada especial d'associació de marques entre Oasi Hunters i Terres de l'Ebre.

Va ser una escapada secreta on el client sabia que anava a Terres de l'Ebre però no el destí fins a 48 hores abans. És una manera de donar un tomb a la destinació turística per fer-la més atractiva al públic jove i donar visibilitat a indrets locals menys massificats.

Accions de creació de paquet d'experiència Terres de l'Ebre:

- Selecció i visita a 5 allotjaments de la zona.
- Tancament de col·laboracions amb empreses i restaurants de la zona.
- Desenvolupament i muntatge de les guies interactives en format Google Maps.
- Gestió de les reserves, atenció al client i orientació personalitzada.

Accions de campanya de promoció:

- Creació de material audiovisual de la destinació per a xarxes socials i web.
- Creació i posicionament SEO d'un aterratge de producte en HTML.
- Adaptació d'un procés de compra *ad hoc* 100 % en línia.
- Creació d'un bàner de producte i visibilitat a la pàgina inicial.
- Creació i posicionament SEO d'un apunt al blog.
- Aparició en categoria principal al butlletí d'informació mensual.
- Creació i promoció de contingut a Instagram (*feed + reel + stories*).
- Creació i pujada de contingut a altres xarxes socials (Facebook + Twitter).

## CAMPANYA DESTINIA

Acord amb un portal de venda directa, Destinia, per al mercat estatal i francès, acció per promocionar la venda d'hotels mitjançant accions a TV i accions a Destinia en línia. Els objectius principals de la campanya van ser incrementar la venda del producte hotelier de les Terres de l'Ebre i donar a conèixer l'oferta existent a la destinació.

Accions de comàrqueting amb Destinia:

- Manteniment del microlloc web únic de Terres de l'Ebre.
- Fons exclusiu a la pàgina inicial de viatges clicable cap al producte de Terres de l'Ebre creat al microlloc.
- Formats promocionals display amb la inclusió de diferents creativitats i URL redirigida al web [www.terresdelebre.travel](http://www.terresdelebre.travel).
- Enviament de butlletí electrònic als usuaris.
- Accions de comàrqueting amb Mediaset:
- Programa Flash Days amb espots de 10" a Telecinco i Cuatro.
- Accions en línia a Destinia Flash Days.



## CAMPANYA NATIONAL GEOGRAPHIC

Creació d'un monogràfic sobre la destinació, en el qual es van treballar diferents recursos del territori. Monogràfic de 32 pàgines amb un tiratge de 20.000 exemplars distribuïts amb l'encartament de la revista i 5.000 exemplars per a ús propi.

Acció de format llarg, contingut de marca mensual plus en format llarg o relat de marca en el qual es van integrar diferents materials recollits durant la visita de la redacció a la destinació.

## BOOKINGFAX

Bookingfax Play és un joc concurs similar al Trivial per poder tenir coneixements de la destinació. I Bookingfax Social Media són publicacions ampliades de contingut sobre la destinació en diferents xarxes socials.

Durant l'any el Patronat va lliurar material promocional de Terres de l'Ebre en diferents accions dutes a terme per entitats de promoció del territori.

## 3. Campanya publicitària

### 3.1. Costa Daurada

El 2022 es va signar l'acord de participació en la modalitat màrqueting i comunicació del Conveni Córner signat entre el Patronat de Turisme i les entitats següents: els patronats de turisme d'Altafulla, Calafell, Cambrils, Cunit, Reus, Salou, Tarragona, Torredembarra, el Vendrell i Vila-seca, els ajuntaments de Montroig del Camp i Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant i els consells comarcals del Baix Camp, el Priorat i la Conca de Barberà —aquest últim en representació de La Ruta del Cister—, l'Associació de Càmpings i Nàutic Parc.

### Accions de campanya publicitària en línia

- **Comunicatur.** Bàner al web de setembre a desembre. Notícia sobre les iniciatives premiades al Som Turisme (desembre). Notícia sobre l'impuls del turisme esportiu i l'estratègia de posicionament de marca associada a aquest producte. <https://www.comunicatur.info/la-costa-daurada-impulsa-el-turismeesportiu-gracies-a-diferents-accions-de-posicionament-de-marca/>. 30 de març.
- **Diari de Tarragona.** Campanya conjunta, del 21 de febrer al 21 de març, amb Terres de l'Ebre: display amb 1.000.000 impressions; vídeo *in text*, els continguts relacionats amb el turisme i amb unes etiquetes concretes visualitzen els vídeos programats; visualització filtrada per IP d'usuaris de fora de Tarragona; publicacions de 2 fotogaleries per marca (4 i 22 de març) a Instagram; publicació de 2 accions de contingut de marca per destinació: un dia a la pàgina inicial del *Diari de Tarragona* i cinc dies en seccions afins; redifusió amb un apunt a Facebook i Twitter per cada reportatge; contingut de marca compartit amb Terres de l'Ebre als mitjans líders als mercats estratègics: *Heraldo de Aragón*, *Diario de Navarra*, *Segre* i *20 Minutos*; publicitat display amb 500.000 impressions el 5 d'abril.
- **Punt MICE.** 2 bàners als butlletins d'informació de febrer i març.
- **Campanya al Regne Unit i Irlanda.** Campanya digital al cercador Google del 21 de març al 10 d'abril, moment inspirador del viatge i d'inici d'operatives a l'aeroport de Reus. També a través de publicacions patrocinades a Facebook i Instagram i a Instagram Stories. La campanya al Regne Unit va durar del 14 de març al 3 d'abril, i a Irlanda, del 21 de març al 10 d'abril.
- **Hosteltur.** Jornada "Destinos nacionales para AAVV 2022" el dia 5 d'abril, <https://eventos.hosteltur.com/ES/jornadadestinosnacionalesAAVV2022>. Participació de la Costa Daurada en aquesta

jornada virtual amb mitja pàgina al monogràfic de l'esdeveniment, aterratge específic, presentació de la destinació i vídeo, participació en la taula rodona sobre turisme familiar i platja i fira de treball en xarxa.

- **Campanya digital Costa Daurada (primavera).** Del 27 de maig al 19 de juny.
  - **Accions display (objectiu cobertura)** als webs de les principals capçaleres de diaris generalistes: *El Mundo*, *El País*, *20 Minutos*, *La Vanguardia*, Grupo Vocento i Heraldo. 1.650.000 impressions. **Espanya.**
  - **Accions de display en programàtica (objectiu afinitat)** amb presència en una selecció de llocs web segmentats segons interès específic (enoturisme, enogastronomia, cicloturisme, natura, cultura, golf, patrimoni i cultura, turisme convencions MICE). Espanya (500.000 impressions) i França (400.000 impressions).
  - **Accions a xarxes socials** (Instagram i Facebook), amb segmentació per interès: família, bosc, gastronomia, patrimoni, cultura, platja, natura, vacances. Espanya (1.200.000 impressions), França (800.000 impressions), Regne Unit i Irlanda (800.000 impressions) i Alemanya, Bèlgica, Holanda, països nòrdics i Andorra (800.000 impressions en total).
  - **Acció de contingut de marca (campanya Momentum de Costa Daurada).** Acció de màrqueting digital de contingut amb compra programàtica que permet tenir presència en una quantitat important de plataformes digitals i en xarxes socials amb continguts editorials personalitzats, fotografies, agenda i mapes interactius de la destinació de Costa Daurada. Espanya (10.294 clics) i Catalunya (4.412 clics).

A TV3 en línia es van aconseguir 15.214 clics i es va obtenir un CTR de 3,6 % (superior a la mitjana, que està entre el 2,5-3 %), amb un total de +417.000 impressions. Del 21 de juny al 10 de juliol per a Catalunya. Creació de la versió en castellà i subtitulació de l'espot al francès, l'anglès i l'alemany per a la publicació al web corporatiu de la marca Costa Daurada.

- **Campanya digital de Costa Daurada (tardor).** Del 15 de setembre al 27 d'octubre.
  - Accions de display en programàtica (objectiu afinitat), amb presència en una selecció de llocs web segmentats segons interès específic (enoturisme, enogastronomia, cicloturisme, natura, cultura, golf, patrimoni i cultura, turisme i convencions MICE). Del 15/9 al 6/10, al País Basc, La Rioja, Navarra, Aragó (800.000 impressions) i Catalunya (600.000 impressions), i del 29/9 al 20/10, a Occitània (400.000 impressions).
  - Accions en xarxes socials (Instagram i Facebook), amb segmentació per interès: família, bosc, gastronomia, patrimoni, cultura, platja, natura i vacances. Del 15/9 al 6/10 i del 17/10 al 27/10, País Basc, La Rioja, Navarra, Aragó (1.760.000 impressions) i Catalunya (600.000 impressions), i del 29 de setembre al 20 d'octubre, Occitània i Aquitània (780.000 impressions) i el Regne Unit i Irlanda (780.000 impressions).
- **Campanya al *Diari de Tarragona* (juny).** Campanya digital multicanal formada per diverses accions i realitzada conjuntament amb Costa Daurada i Terres de l'Ebre, i dirigida a la promoció turística de les dues marques en mercats exteriors estratègics. De l'1 al 30 de juny.
  - **Acció display** al web del *Diari de Tarragona*. Objectiu IP de fora de Tarragona. 2,1 milions d'impressions.
  - **Acció display vídeo in text** (vídeo promocional de la Costa Daurada) al web del *Diari de Tarragona* associat a continguts relacionats amb el turisme i l'etiqueta "turisme". Visualització filtrada per IP d'usuaris de fora de Tarragona. 42.000 impressions.
  - **Acció display a suports regionals.** Llocs web Heraldo.es (Aragó), diariodenavarra.es (Navarra), segre.com (Lleida) i 20minutos.es (País Valencià). Filtre IP Espanya. 1 milió d'impressions.
  - **Acció de contingut de marca en mitjans regionals.** Heraldo.es, diariodenavarra.es, segre.com i 20minutos.es. Publicació d'un anunci redaccional amb presència durant un dia a la pàgina inicial i cinc dies en secció.

- **Accions de contingut de marca al web del *Diari de Tarragona* i acció de contingut de marca a les xarxes socials.** Publicació de dos anuncis redaccionals de promoció turística amb presència durant un dia a la pàgina inicial i cinc dies en secció i redifusió dels articles a Facebook i Twitter (un apunt a cada xarxa per cada reportatge).
- **Acció a xarxes socials.** Publicació al perfil d'Instagram del *Diari de Tarragona* d'una fotogaleria cada setmana i un vídeo, durant 4 setmanes.
- **Campanya al *Diari de Tarragona* (octubre).** Campanya digital multicanal formada per diverses accions i dirigida a la promoció turística de la marca Costa Daurada en zones estratègiques del mercat estatal (Espanya). Del 26 de setembre al 25 d'octubre.
  - **Acció display al web del *Diari de Tarragona*.** Objectiu IP de fora de Tarragona. 1,3 milions d'impressions.
  - **Acció display vídeo in text** (vídeo promocional de la Costa Daurada) al web del *Diari de Tarragona*, associat a continguts relacionats amb el turisme i etiquetes específiques relacionades amb el turisme. Visualització filtrada per IP d'usuaris de fora de Tarragona.
  - **Acció display a suports regionals.** Webs Heraldo.es (Aragó), diariodenavarra.es (Navarra), segre.com (Lleida) i 20minutos.es (País Valencià). Filtre IP Espanya. 600.000 d'impressions.
  - **Acció de contingut de marca al web del *Diari de Tarragona* i a les xarxes socials.** Publicació de dos anuncis redaccionals de promoció turística de la marca Costa Daurada. Amb presència durant un dia a la pàgina inicial i tres dies en seccions afins. Redifusió a Facebook i Twitter (un apunt a cada xarxa per cada reportatge).
  - **Acció de contingut de marca als mitjans regionals** Heraldo.es, diariodenavarra.es, segre.com i 20minutos.es. Publicació d'un anunci redaccional amb presència durant un dia a la pàgina inicial i tres dies en secció.
  - **Campanya en xarxes socials.** Publicació al perfil d'Instagram del *Diari de Tarragona* d'una fotogaleria cada setmana i 1 vídeo, durant 4 setmanes.
- **Comunicatur.** Publicació de diversos articles d'actualitat sobre la Costa Daurada associats a l'estratègia de posicionament de marca. Espanya. Anual.
  - Notícia sobre les bones dades de recuperació de l'operativa de l'aeroport de Reus. 19 d'abril.
  - Notícia sobre la reobertura del Museu Pau Casals, després de la seva remodelació. 23 de juliol.
  - Notícia sobre l'ampliació de l'àrea de protecció contra la contaminació lumínica, que converteix les Muntanyes de Prades i la serra de Montsant en la zona més gran d'Europa amb el cel nocturn protegit. 30 de juny.
  - Notícia sobre la realització del taller "In&out 2022", organitzat per Costa Daurada i Terres de l'Ebre, amb l'objectiu de posar en contacte organitzadors d'experiències turístiques del territori amb diverses plataformes de comercialització. 23 de setembre.
- **Campanya Hosteltur.** El 10 de setembre es va fer una publiamesa a tota la base de dades d'Hosteltur amb l'objectiu de promocionar el producte MICE de Costa Daurada per als subscriptes a aquest mitjà digital.

Accions fora de línia. Publicacions amb referència a la marca. Contingut de marca. Publireportatges

- **World Padel Tour.** Adaptació del vídeo de Minifilms a la durada i el format requerits per ser retransmès al llarg de l'esdeveniment. Març.
- **Volta a Catalunya.** Preparació d'un *media book* amb continguts concrets de cicloturisme i dels espais i municipis per on passava la Volta, amb imatges, vídeos i logotip. Març.
- **Campanya d'enogastronomia a TV3.** Campanya amb el nou spot d'enogastronomia del 21 al 31 de març a TV3, en la franja horària de dos quarts de nou a dos quarts d'onze (abans o durant els programes de màxima audiència). 1 projecció de 111" exclusiu i 17 projeccions de 22".

- **Campanya TV3 i TV3 en línia.** Campanya de cobertura i notorietat del nou espot “Aquest és el meu món” per al grup objectiu d’individus de més de 16 anys; es va assolir una cobertura del 33 % (2.134.440 impactes, aprox.). Format de 85” (2 blocs exclusius en horari de màxima audiència al *TN vespre*) i 20”.
- **Diari de Tarragona.** Contingut de marca sobre la marca Costa Daurada al diari *Segre* (versió impresa i digital), enfocada a propostes d’estiu. Encartament de 16 pàgines. Tiratge d’11.975 exemplars. Catalunya. 30 de juny.
- 1 publireportatge a la **revista dels socis del RACC**. Producte natura. Novembre.
- **Comunicatur.** Article “La Costa Daurada i les Terres de l’Ebre celebren la seva 30a Nit del Turisme en un ambient d’optimisme per la recuperació”. 6 de desembre.
- **Eventoplus.** Al seu web, fitxes sobre la destinació en aquesta revista de temàtica MICE. Desembre.

Accions de campanya publicitària en premsa escrita

Mitjà	Data	Producte
Punt MICE	Febrer	MICE
Guia <i>Petits Grans Hotels de Catalunya</i>	Anual	Cultura
<i>A la Carta Magazine</i>	Novembre-abril	Patrimoni
<i>Cultura i Paisatge</i>	Anual	Natura
<i>Rally RACC</i>	Octubre	Patrimoni
<i>A la Carta</i> (AEHT)	Novembre	Patrimoni
<i>Eventoplus</i>	Novembre	MICE
<i>Diari de Tarragona</i>	Novembre	Article sobre turisme i sostenibilitat



Captura de l’espot que va ser part de la campanya a TV3.

CAMPANYES DE COMÀRQUETING AMB LES PRINCIPALS LÍNIES AÈRIES I OPERADORS TURÍSTICS DELS MERCATS ESTRATÈGICS  
 CAMPANYES DE COMÀRQUETING AMB AEROLÍNIES

Aerolínia	Mercat	Acció	Data	Resultats
Ryanair	Regne Unit	Bàner al web de Ryanair	Juliol	—
Ryanair	Regne Unit	Apunt a Facebook	28/6/2022	25.520 abast
Ryanair	Regne Unit	Inclusió de bàner de Costa Daurada a correu de Ryanair enviat a subscriptors	Juny	—
Ryanair	Irlanda	Bàner al web de Ryanair	Juliol	—
Ryanair	Irlanda	Apunt a Facebook	28/6/2022	25.520 abast
Ryanair	Irlanda	Inclusió de bàner de Costa Daurada a correu de Ryanair enviat a subscriptors	Juny	—
Ryanair	Polònia	Bàner al web de Ryanair	Juliol	—
Ryanair	Polònia	Apunt a Facebook	28/6/2022	7.424 abast
Ryanair	Polònia	Inclusió de bàner de Costa Daurada a correu de Ryanair enviat a subscriptors	Juny	—
Ryanair	Bèlgica	Bàner al web de Ryanair	Juliol	—
Ryanair	Bèlgica	Apunt a Facebook	28/6/2022	896 abast
Ryanair	Bèlgica	Inclusió de bàner de Costa Daurada a correu de Ryanair enviat a subscriptors	Juny	—
Ryanair	Països Baixos	Bàner al web de Ryanair	Juliol	—
Ryanair	Països Baixos	Apunt a Facebook	28/6/2022	1.619 abast
Ryanair	Països Baixos	Inclusió a correu	Juny	—
Ryanair	General	Apunt a Instagram	18/8/2022	37.139 abast
Air Nostrum	—	Publicitat als maleters dels avions d'Air Nostrum	1/6/2022	417.995 passatgers
Air Nostrum	—	2 publicacions a l'Instagram d'Air Nostrum i 2 a Twitter	23 de maig - 13 de juny	—
Jet2	Regne Unit	Video que es visualitza abans del contingut + anunci pel suport de telèfon mòbil + baner dinàmic	2 de juny - 31 d'agost	Pendent
Jet2	Regne Unit	30" àudio	1-31 de juny	Pendent
Jet2	Regne Unit	Anunci a Youtube	13 de juny - 12 de juliol	Pendent
Jet2	Regne Unit	Postvídeo + col·lecció	13 de juny - 12 d'agost	Pendent
Jet2	Regne Unit	Anunci redaccional de pàgina única	Juliol-octubre	Pendent
Jet2	Regne Unit	2 apunts orgànics	11 juliol i 22 agost	Pendent

Jet2	Regne Unit	2 apunts orgànics	4 juliol i 1 agost	Pendent
Jet2	Regne Unit	5 baners	Maig-juny	Pendent
Jet2	Regne Unit	5 baners	Agost-setembre	Pendent
Jet2	Regne Unit	2 baners	4-31 de juliol	Pendent
Jet2	Regne Unit	Pàgina "Spotlight" de 4 destinacions que promociona les vacances a la Costa Daurada amb Jet2holidays enviat per correu electrònic als agents comercials	5 de setembre	Pendent
Jet2	Regne Unit	E-mail enviat als agents de viatge en format DIN-A4, promocionant la Costa Daurada	30 de maig	Pendent
Jet2	Regne Unit	Baner	13 de juny	Pendent
Jet2	Regne Unit	Publicació a les xarxes socials a les pàgines de Facebook i Instagram d'agents comercials promocionant vacances a la Costa Daurada amb Jet2vacances	6 de juny	Pendent
Jet2	Regne Unit	Anunci que s'envia als agents de viatge promocionant Jet2holidays a la Costa Daurada i que s'utilitza en els canals socials propis que utilitzen les agències de viatge	1 d'agost	Pendent
Jet2	Regne Unit	Baner	30 de maig	Pendent
Jet2	Regne Unit	Guia de 1.000 paraules + Posts per dirigir el tràfic al bloc	26 de juliol - 25 d'agost	Pendent
Jet2	Regne Unit	Publitramesa electrònica	9 de maig	Pendent
Jet2	Regne Unit	Anunci de costa Daurada en un correu electrònic	8 d'agost	Pendent
Jet2	Regne Unit	Correu Premium	27 de juny - 17 d'octubre	Pendent
Jet2	Regne Unit	Pantalla digital	27 de juny	Pendent
Tui	Regne Unit	Baner a la pàgina inicial de TUI	Abril	Pendent
Tui	Regne Unit	Baner a la pàgina inicial de firstchoice.co.uk	Març	Pendent
Tui	Regne Unit	Pòster a les botigues TUI	Juny	300 botigues
Tui	Regne Unit	Pantalles digitals a les botigues Next Generation de TUI dels principals centres comercials	Juny	188 botigues
Tui	Regne Unit	Baner al web de TUI, a l'apartat de vacances	Juliol	Pendent
Tui	Regne Unit	Dins de TUI, pàgina dedicada a Costa Daurada	Juliol	140.864 visitants
Tui	Regne Unit	Anunci a la pàgina inicial de TUI per dur trànsit a la pàgina dedicada a Costa Daurada	Juliol	33.202 visitants

Tui	Regne Unit	Pàgina principal de First Choice	Maig	433.814 visitants
Tui	Regne Unit	Imatge de Costa Daurada al correu setmanal que envia TUI a la seva base de dades	Maig	963.828 enviaments
Tui	Regne Unit	Publicacions a Facebook i Instagram: 1 carrusel amb 3 imatges	Juny	3.5M d'impressions
Tui	Irlanda	Notificació emergent amb publicitat de TUI + Costa Daurada	Abril	170.000
Tui	Irlanda	Correu TUI. Espai dedicat a Costa Daurada al butlletí d'informació de TUI	Abril	47.000 enviaments
Tui	Irlanda	Espai dedicat a Costa Daurada al correu que TUI envia als seus socis comercials	Agost	405 enviaments
Tui	Irlanda	Finestra de notificacions de TUI Irland	Agost	170.000
Tui	Irlanda	Destacat a la pàgina de destinacions de TUI Ireland	Agost	—
Tui	Irlanda	Apunt a l'Instagram de TUI	Agost	3.204 abast
Tui	Irlanda	Apunt al Facebook de TUI	Agost	9.842 abast
Tui	Irlanda	Correu TUI. Espai dedicat a Costa Daurada al butlletí d'informació de TUI	Agost	500.000 impressions
Tui	Bèlgica	Baner a les pàgines de resultats de cerca	Juny	102 botigues
Tui	Bèlgica	Pantalles digitals a les botigues TUI a Bèlgica	Abril	150.000 x 2 setmanes
Tui	Bèlgica	Baners en rotació a les pàgines de TUI.be	Maig-juny	500.000 impressions
Tui	Bèlgica	Baner a les pàgines on els usuaris fan les seves cerques a TUI	Maig-juny	-
TSS	Alemanya	Onlineweg.de (contingut de marca)	1 de juny – 31 de desembre	1.325 portals digitals d'agències de viatges i els seus clients finals / 28.258 impressions
Vueling	França	Box d'ofertes personalitzades	21 de novembre - 11 de desembre	180.030 visualitzacions
Vueling	França	Logo amb enllaç	21 de novembre - 11 de desembre	6.532 visualitzacions
Vueling	França	1 apunt a Facebook al perfil de França	21 de novembre - 11 de desembre	1.983 abast
Vueling	Tots	Baner central al web de Vueling	26-31 de desembre	485.300 impressions
Vueling	Tots	Baner central al web de Vueling	20-28 de març	

Air Nostrum	Espanya	Baner central al web	10-31 de desembre	28.967 pàgines vistes
Air Nostrum	Espanya	Baner lateral al web	10-31 de desembre	63.669 pàgines vistes
Air Nostrum	Espanya	Xarxes socials (1 apunt a Instagram + 1 piulada a Twitter)	10 de desembre	Instagram (2.152 impressions / Twitter (3.688 impressions)

## CAMPANYES DE COMÀRQUETING AMB OPERADORS TURÍSTICS

Operador turístic	País	Acció	Data d'inici	Resultats
DER Touristik	Alemanya	Baner destacat a l'apartat ComeCloser	16-22 de maig	90.000 visites
DER Touristik	Alemanya	Fulletó digital al portal online	4-17 de juliol	—
DER Touristik	Alemanya	Butlletí d'informació format petit	13-19 de juny	24.500 lectures
DER Touristik	Alemanya	Dos publicacions esponsoritzades a Facebook	4-17 de juliol	112.244 impressions
Ferien	Alemanya	B2C. Butlletí d'informació FERIEN Touristik (exclusiu)	23-29 de maig	176.000 enviaments
Ferien	Alemanya	B2C. Butlletí d'informació FERIEN Touristik (exclusiu)	18-24 de juliol	176.000 enviaments
Ferien	Alemanya	Apunt a Facebook	27 de juny - 3 de juliol	4.107 seguidors
Trivago	Alemanya	Baners de publicitat	Abril-desembre	1.058.487 impressions
Skyscanner	Spain	Baner de marc	Maig-agost	1.036.824 impressions
Skyscanner	Poland	Baner de marca	Maig-octubre	<i>Pendent de tancament</i>
FTI	Alemanya	Curset d'auto-aprenentatge a l'acadèmia de FTI en format online i exclusiu de la Costa Daurada a fti-academy.de	1 de juny - 31 de desembre	Estimació de 1.000 agents participants
Jet2 (Altham's)	Regne Unit	Paquet d'esponsorització. Esdeveniment amb accions a les xarxes socials i enviament d'e-mail a les agències	28 de juny	Més de 200 participants
Jet2 (Altham's)	Regne Unit	"A night with the stars" paquet d'esponsorització(8/12) - Esdeveniment el 8/12 + aparició del logo de la Costa Daurada en les diferents comunicacions	8 de desembre	<i>Pendent de finalització</i>



Sembo	Suècia	Campanya de comàrqueting + Baner al butlletí d'informació) / Digital Ads (Google Ads + Affiliate + publicitat nativa + xarxes socials + YouTube + Meta Partnersites) / canals associats (PLUSkort + LogBuy + Volvofinans + Famijkortet + Allotherpartners)	1 d'agost - 30 de setembre	<p>Lloc web: 96.309 visitants Suècia / 43.999 visitants Dinamarca</p> <p>Exclusiu butlletí d'informació: 116.814 abast Suècia</p> <p>Baner butlletí d'informació: 117.761 abast Suècia</p> <p>Google Ads: 24.782 impressions, 2.480 clics</p> <p>Publicitat nativa: 1.836.300 impressions, 5.501 clics</p> <p>Xarxes socials: 600.000 impressions, 22.125 interaccions, 435.055 abast</p> <p>YouTube: 883.162 impressions, 304.289 vistes</p> <p>Meta partnersites: 5.500 impressions</p> <p>Partnersites: 22.500 visitants</p>
TSS	Alemanya	Contingut de marca (8 pàgines) al web Onlineweg.de	1 de juny - 31 de desembre	<i>Pendent de finalització</i>

## Xarxes socials

Presència de Costa Daurada a les xarxes socials: a Facebook, 44.590 seguidors i 401 publicacions; Twitter, 6.266 seguidors i 2.735 piulades; Instagram, 26.968 seguidors, 373 publicacions i 737 històries, i LinkedIn, 487 seguidors i 17 publicacions.

## Campanyes, concursos i sortejos

### 1-30 de setembre. Concurs fotogràfic “Costa Daurada el meu món”

Sorteig d'un lot de productes típics de la Costa Daurada a la millor fotografia de racons preferits de la Costa Daurada. Per participar-hi, calia:

1. Seguir el perfil de Costa Daurada.
2. Compartir les imatges a Instagram amb les etiquetes del concurs.

### 20-30 d'octubre. Concurs fotogràfic del RallyRACC

Premi *pack* del RallyRACC (samarreta, dessuadora i gorra) a la millor fotografia del Rally al seu pas per les carreteres de la Costa Daurada. Calia:

1. Seguir el perfil de Costa Daurada.
2. Compartir les imatges a Instagram amb les etiquetes corresponents.

**15 de desembre de 2022 - 8 de gener de 2023. Concurs fotogràfic “Nadal a la Costa Daurada”**

Premi de dues nits en una casa de fusta (quatre persones) al Xalet de Prades per a la imatge més nadalenca de la Costa Daurada. Calia:

1. Seguir el perfil de Costa Daurada.
2. Compartir les imatges a Instagram amb les etiquetes del concurs.

**12-21 d'agost. Sorteig Nomad Festival a Instagram**

Sorteig de dos abonaments Family & Friends per a quatre persones cadascun. Calia:

1. Seguir el perfil de Costa Daurada.
2. Etiquetar tres persones.

**7-9 de novembre; 9-11 de novembre; 14-16 de novembre; 16-18 de novembre: Sorteig del Festival Guant de Valls a Instagram**

Sorteig de quatre entrades per a un dels espectacles. Calia:

1. Seguir el perfil de Costa Daurada.
2. Etiquetar tres persones.

**22-24 de novembre; 23-24 de novembre: Sorteig del Pessebre dels Estels a Instagram**

Sorteig de deu entrades per visitar el pessebre. Calia:

1. Seguir el perfil de Costa Daurada.
2. Etiquetar una persona tants cops com es volgués.

Edició de material de promoció per a xarxes socials

- Reels Vinyafest i cobertura.
- Concurs de Castells.
- Catedral de Tarragona.
- Pratedip.
- “Costa Daurada is calling”.

**Creativitats noves**

- Disseny de l'agenda en format *reel*.
- Creació de GIFs amb els logos de Costa Daurada, Kids Friendly, Bike Friendly i Pets Friendly.
- Creació i disseny del destacat de les quatre millors fotos del mes “Top Costa Daurada”.
- On som a Twitter i Instagram per promoure la participació activa dels seguidors de Costa Daurada.



Creativitat del concurs.

## 3.2. Terres de l'Ebre

Durant el 2022, es van publicar redaccionals i imatge gràfica sobre les Terres de l'Ebre en quatre publicacions en paper i es van emetre campanyes radiofòniques amb falques en mitjans com Ràdio Uldecona, Catalunya Ràdio, RAC1 i RAC105.

- Durant el 2022 es van contractar falques amb Catalunya Ràdio, RAC1 i RAC105 per promocionar diferents actius turístics del territori i esdeveniments de caràcter cultural, gastronòmic, tradicional i festiu de diferents poblacions de les Terres de l'Ebre, com ara les Jornades Gastronòmiques de l'Arròs, les Jornades Gastronòmiques de la Tonyina Roja a l'Ametlla de Mar i l'allotjament en càmpings a les Terres de l'Ebre, o les festes de la Plantada i la Sega de l'Arròs, entre d'altres.
- Dins de la Taula de Turisme Rural, per a les campanyes de Setmana Santa al País Valencià i la de Primavera es van contractar 12 falques amb Cadena SER Castelló i Cadena SER València. També cal destacar les 174 falques contractades amb diferents emissores del País Basc, com ara Cadena 100 Bilbao o Los 40 La Rioja, per promocionar les viles marineres.
- Campanya de ràdio a RAC1 i RAC105, amb un total de 168 falques contractades en què es van destacar diferents actius turístics del territori i esdeveniments de caràcter cultural, gastronòmic, tradicional i festiu de diferents poblacions de les Terres de l'Ebre, com ara les Jornades de la Clotxa a la Ribera d'Ebre, Tirika Festival Iber a Alcanar o el Setge de Tortosa, entre d'altres.



Especial Terres de l'Ebre a *National Geographic*.

- La campanya de publicitat de Terres de l'Ebre en premsa escrita va comptar amb un total de 3 insercions dels originals de Terres de l'Ebre, en concret un de cultura a *National Geographic*, un d'enoturisme a *CAP Catalogne* i un de gastronomia a *Petits Grans Hotels*.
- Campanya multimercat córner

L'objectiu d'aquesta campanya va ser presentar les Terres de l'Ebre com a destinació ideal per a les famílies i presentar la diversitat dels diferents municipis participants per oferir les Terres de l'Ebre com un indret atractiu per gaudir de les vacances d'estiu. Van participar-hi 13 entitats: els municipis de l'Aldea, Tortosa, l'Ametlla de Mar, Deltebre, l'Ampolla, Alcanar, la Sénia, Amposta, la Ràpita i Ascó, els consells comarcals de la Ribera d'Ebre i la Terra Alta i l'Associació de Càmpings de Tarragona.

El públic objectiu de la campanya van ser famílies del País Basc, Aragó, Navarra, Madrid i el País Valencià, amb fills d'entre 5 i 16 anys de classe mitjana i mitjana alta, que viatgen amb cotxe.

L'estratègia de la campanya es va dividir en quatre accions principals:

- **Campanya a la plataforma Momentum.** Creació de reportatge de les Terres de l'Ebre.
- **Campanya a les xarxes socials Facebook i Instagram,** en què cadascun dels participants va tenir la seva pròpia publicació a través d'apunts i *stories*.
- **Campanya digital.** Publireportatge sobre les Terres de l'Ebre als següents mitjans: *Diario de Navarra, El Correo, Levante, Heraldo de Aragón* i *El País*.
- **Campanya "Escápate cerca".** Distribució en 24 diaris nacionals i estatals i a la revista *Viajar*. Reportatge de doble pàgina amb un espai per a cadascun dels participants. Publicació digital del mateix reportatge als webs dels diaris i a la revista *Viajar*. Inserció de display amb un 1.000.000 d'insercions als webs dels diaris i la revista *Viajar*.
- **Campanya a La Xarxa.** Canals locals de TV
  - Emissió diària de 3 espots sobre Terres de l'Ebre.
  - Patrocini diari d'un espai del programa *NEX Estiu* de l'11 de juliol al 3 de setembre.
  - Emissió de 2 espots de 20" durant la retransmissió de les següents diades castelleres: Festa Major de Terrassa, Les Santes (Mataró), Les Neus (Vilanova i la Geltrú), Sant Magí (Tarragona), el Catllar i Sant Fèlix (Vilafranca del Penedès).
  - Emissió de 2 espots de 20" al programa *La Diada en 60 minuts*.
  - Presència de bàner de capçalera i lateral al web [www.laxarxa.cat](http://www.laxarxa.cat) durant tota la campanya.
- **CAMPANYA DIGITAL AL DIARI DE TARRAGONA.** Durant els mesos de gener, febrer i juny es van generar les següents accions:
  - Campanya digital display
  - Vídeo *in text*
  - Màrqueting de continguts / contingut de marca
  - Contingut de marca digital
- **CAMPANYA AMB EL PORTAL DE VIATGES KAMALEON,** un portal de viatges per tot el món que ofereix continguts d'alta qualitat (text, vídeo i imatge) i que té un enfocament de periodisme de viatges. La campanya va consistir en les accions següents:
  - Publicació de 2 vídeos sobre les Terres de l'Ebre d'entre 1 i 2 minuts de durada.
  - Producció i publicació de 4 reportatges (fotos i text) i de vídeos a Kamaleon Viajes.
  - Publicació de contingut a xarxes socials.
  - Cessió de 30 fotografies a l'arxiu de Terres de l'Ebre.
- **Especial Terres de l'Ebre al Diari d'Andorra (novembre)**

## Espai de Millora de les Viles Marineres de les Terres de l'Ebre

- **Organització de les IX Jornades Gastronòmiques de la Galera de les Terres de l'Ebre.** De l'11 al 13 de març van tenir lloc les IX Jornades de la Galera de les Terres de l'Ebre. Van participar-hi 44 restaurants d'Alcanar, l'Ametlla de Mar, l'Ampolla i Sant Carles de la Ràpita. S'hi van oferir una gran varietat de menús gastronòmics en què la galera va ser la protagonista, juntament amb els vins de la DO Terra Alta i altres productes locals i de qualitat com són l'arròs, la carxofa o l'oli d'oliva verge. Les diferents propostes gastronòmiques van incloure menús amb un ventall de preus que anaven dels 35 als 45 €.

Accions de promoció dutes a terme:

- Actualització del microlloc [www.terresdelebre.travel/jornadesgalera/](http://www.terresdelebre.travel/jornadesgalera/). Edició del cartell desplegable, minutes i creativitats, i el seu posterior lliurament a oficines de turisme, municipis i comerços de les quatre comarques, el Baix Maestrat i poblacions com ara Tarragona o Salou.
- Organització del concurs fotogràfic **#jornadesgalera** a Instagram.
- Campanya en línia amb **Aguita.cat**, amb un total de 360.082 impressions.
- Campanya a xarxes socials (Facebook i Instagram) a través de publicacions (enllaç de publicació a la pàgina).
- Campanya de ràdio amb RAC1 i RAC105 (35 falques), Ràdio Ulldecona (89 falques), Los 40 València (9 falques) i SER Castelló (8 falques).
- *Descobrir Catalunya*. Inserció de robapàgines, 63.730 impressions, 69 clics.
- *Cuina.cat*. Inserció de robapàgines, 19.469 impressions, 20 clics.
- *Ets el que menges - Soy como como*. Del 14 de febrer al 13 de març, inserció de bàner a la pàgina inicial. Enviament de butlletí d'informació. Difusió a xarxes socials pròpies. 1.300 impressions.
- Facebook i Instagram. Campanya a les xarxes socials del Patronat.
- Ràdio Estel Catalunya, programa *Trotamundos*. Tall de veu sobre les Jornades Gastronòmiques de la Galera, 29 de gener. Difusió gratuïta.
- Organització de **campanya de comunicació sobre viles marineres** al mercat francès.

Campanya de comunicació dirigida al mercat francès, concretament a les regions de Roine-Alps i Occitània. La campanya va estar activa del 9 de maig al 10 de juny.

- Actualització del contingut i adaptació al nostre microlloc, [www.terresdelebre.travel/villagesdepecheurs/](http://www.terresdelebre.travel/villagesdepecheurs/).
- Estratègia de mitjans Momentum. Redaccionals i insercions de viles marineres de Terres de l'Ebre a llocs web de contingut redaccional de premsa, estil de vida, esports i moto. Llocs líders al mercat francès i amb una cobertura elevada: 697.338 impressions, 8.424 clics.
- Campanya a través de foto de publicació a la pàgina i imatge per a *stories* a Facebook i Instagram: 972.233 impressions, 669 clics.
- Campanya a través de YouTube: 239.085 impressions, 422 clics i 121.953 visualitzacions.
- Campanya amb *Le Parisien*, al seu portal ([www.leparisien.fr](http://www.leparisien.fr)), amb inclusió de bàners *pre-roll* i *skin* amb enllaç directe a [www.terresdelebre.travel/villagesdepecheurs](http://www.terresdelebre.travel/villagesdepecheurs) (208.310 i 208.359 impressions, respectivament, i 201 i 697 clics, respectivament).

## Espai de Millora de les Festes de l'Arròs de les Terres de l'Ebre

- **Campanya de comunicació de les Festes de la Plantada i la Sega de l'Arròs.** Es van dur a terme les següents accions:
  - Festes de la Plantada
  - La Ràpita - 19 de juny
  - Deltebre - 12 de juny
  - Amposta - 25 de juny
  - L'Aldea - 26 de juny

- Accions realitzades:
  - Edició de material i actualització del microlloc [terresdelebre.travel/festesarros](http://terresdelebre.travel/festesarros).
  - Campanya digital a través de Facebook i Instagram. Adreçada a individus majors de 18 anys del mercat català, valencià, navarrès, basc i madrileny, amb interessos familiars i amants del menjar.
  - Campanya de ràdio a RAC1 i RAC105 del 30 de maig al 24 de juny, amb la contractació de 28 falques.
  
- **Festes de la Sega**
  - Deltebre - 11 de setembre
  - La Ràpita - 17 de setembre
  - L'Aldea - 18 de setembre
  - L'Ampolla - 25 de setembre
  - Amposta - 2 d'octubre
  
- Dates de les Jornades Gastronòmiques de l'Arròs
  - Deltebre - del 9 al 25 de setembre
  - La Ràpita - del 16 de setembre al 2 d'octubre
  - Amposta - del 23 de setembre al 23 d'octubre
  - L'Ampolla - del 24 de setembre al 9 d'octubre
  
- Accions realitzades:
  - Edició de material gràfic i distribució i actualització del microlloc [terresdelebre.travel/festesarros](http://terresdelebre.travel/festesarros).
  - Campanya digital a través de les xarxes socials Facebook i Instagram, adreçada a individus majors de 18 anys del mercat català, valencià, navarrès, basc i madrileny, amb interessos familiars i amants del menjar.
  - Campanya de ràdio a RAC1 i RAC105 del 5 al 30 de setembre, amb la contractació de 32 falques.

## Espai de Millora de Cicloturisme

- **Publicació d'articles al portal "El cuaderno de Joan Seguidor"**. Publicació de 5 articles al portal de cicloturisme esportiu [www.joanseguidor.com](http://www.joanseguidor.com). El portal és una plataforma d'actualitat del món de la bicicleta i del ciclisme, amb més de 12 anys a la xarxa, amb contingut 100% original. Supera els 230.000 usuaris (únics i nous) i compta amb 220.000 pàgines vistes a inicis de 2022:
- "Terres de l'Ebre, mucho ciclismo en plena naturaleza" - <https://joanseguidor.com/terres-ebre-ciclismo/>.
- "Terres de l'Ebre, Reserva de la Biosfera: una inolvidable experiencia sobre la bicicleta" - <https://joanseguidor.com/terres-ebre-ciclismo-bicicleta/>.
- Edu Prades i Terres de l'Ebre " Mis rincones ciclistas" pòdcast - <https://joanseguidor.com/terres-ebre-rincones-ciclistas-edu-prades/>.
- "«Gran Fondo SB Hotels Terres de l'Ebre», ciclismo de kilómetro cero" - <https://joanseguidor.com/ciclismo-gran-fondo-terres-ebre/>.
- "En la Terra Alta, el ciclismo marida con el paisaje" - <https://joanseguidor.com/terra-alta-ciclismo/>.
  
- **Viatge de premsa amb Bikefriendly**. Del 24 al 27 de maig es va dur a terme una important acció de prescripció per donar a conèixer l'oferta de ciclisme esportiu, cicloturisme i de la destinació en general. Es va comptar amb la col·laboració de l'empresa especialitzada Bikefriendly i el Patronat Municipal de Tortosa.

- **Women Mediterranean Stage.** Col·laboració en la trobada de ciclisme esportiu femení organitzada per Bikefriendly, del 4 al 6 de novembre, en què un total de 22 participants van poder conèixer l'oferta de cicloturisme i gaudir de dues etapes enfocades a descobrir la zona de coll de Som, l'antic balneari de Cardó i Tortosa i una segona per descobrir la zona del delta de l'Ebre.

## Espai de Millora del Turisme Rural de les Terres de l'Ebre

Pel que respecta a les accions dutes a terme dins de l'Espai de Millora del Turisme Rural de les Terres de l'Ebre, destaquem les següents:

- Campanya de primavera a RAC1 i RAC105

Del 26 de maig al 2 de juny i del 15 al 22 de juny. Contractació de 32 falques a RAC1 i 32 falques més a RAC105, que es van distribuir de manera equitativa abans del 4 de juny (festivitat de la Pasqua Granada) i el 24 de juny (Sant Joan).

- Oasis Hunters
  - Augment de la xarxa de col·laboradors a Terres de l'Ebre. Escapada especial Terres de l'Ebre.
  - Creació de producte Terres de l'Ebre: "Escapada especial Terres de l'Ebre".
  - Promoció especial de Terres de l'Ebre.
  - Publicació orgànica i promoció del producte "Escapada especial Terres de l'Ebre".
  - Campanya Estalviatge.
- AireLibre
  - Juny. Enviament de butlletí d'informació digital exclusiu de Terres de l'Ebre a 1.000.000 de direccions de la base de dades d'*AireLibre*.
  - Setembre. Bàner de Terres de l'Ebre a la pàgina inicial del web [www.airelibre.com](http://www.airelibre.com) durant tot el mes.
  - Octubre. Publicació d'un apunt dedicat al turisme rural de Terres de l'Ebre al perfil d'Instagram d'*AireLibre* el 5 d'octubre.
- Descobrir Catalunya
  - Publireportatge al número d'octubre de 2 pàgines dedicades al turisme rural a les Terres de l'Ebre.
- Campanya multimercat turisme rural
  - Campanya dirigida als mercats del País Valencià, Aragó, La Rioja, Navarra i el País Basc amb motiu de les festivitats del 12 d'octubre i l'1 de novembre. Es va dividir en dues onades: del 26 de setembre al 9 d'octubre i del 17 al 28 d'octubre.
  - Accions desenvolupades:
    - En línia: a Instagram i Facebook, foto de publicació a la pàgina i imatges per a *stories*, segmentada a individus de 25 a 54 anys amb interessos de nens o família, viatges i turisme rural. Contractació total d'1.730.000 impressions.
- Concurs d'estades de turisme rural a les xarxes socials
  - Del 17 al 30 d'octubre es va dur a terme el concurs d'allotjament rural de les Terres de l'Ebre a Instagram i Facebook, dirigit als mercats de Castelló, València i Aragó. Els dos guanyadors van poder gaudir d'un premi de dues nits per a dues persones en algun dels allotjaments rurals de Terres de l'Ebre.

## Taula de Creuers i Xàrters de les Terres de l'Ebre

- En el marc de la Taula de Creuers i Xàrters de les Terres de l'Ebre, en l'apartat de creuers, es va participar en les fires Seatrade Global a Florida i Seatrade Med a Màlaga, així com als esdeveniments International Cruise Summit a Madrid i l'Assemblea General de Medcruise a la Costa Brava. Pel que fa als xàrters nàutics, es va assistir al Saló Nàutic de Barcelona i es va donar continuïtat a la campanya de comunicació en mitjans especialitzats.

## Taula de Turisme de la Reserva de la Biosfera

- Pel que fa a la Taula de Turisme de la Reserva de la Biosfera, el Patronat va seguir coordinant les reunions i els continguts del portal que dona visibilitat a les empreses certificades pel segell Reserva de la Biosfera, [www.ebribiosfera.org](http://www.ebribiosfera.org).
- Les Terres de l'Ebre van renovar la certificació com una de les cent millors destinacions sostenibles del món, a través del Top 100 Green Destinations.



Disseny del material editat per promocionar les Jornades Gastronòmiques de la Galera de les Terres de l'Ebre.



- Durant l'any es van enviar imatges i es van elaborar continguts de Terres de l'Ebre per il·lustrar reportatges de la destinació en diferents mitjans de comunicació.



Delta Birding Festival.

- L'estratègia de comunicació de les Terres de l'Ebre a través de les xarxes socials es va orientar a la promoció de la destinació amb produccions de vídeo pròpies de descoberta, prescripció i també orientades a facilitar consells de seguretat i de comportament responsable. Es va continuar reforçant la marca amb accions de branding i de divulgació dels productes turístics que ofereix la destinació, amb un equilibri entre el litoral i l'interior.

Pel que respecta a l'evolució dels diferents perfils, les xifres del 2022 ens mostren un increment constant de seguidors, així com un bon nivell d'interacció i compromís:

- **Facebook.** La pàgina *Terres de l'Ebre, natural* va arribar a la xifra de 57.860 seguidors.
- **Twitter.** El nostre perfil de Twitter (@terresebretur) es va incrementar, fins a arribar als 10.920 seguidors.
- **Instagram** va tancar l'any 2022 amb 49.224 seguidors; respecte de l'any anterior, la xifra de seguidors va augmentar notablement, i també la interacció, gràcies sobretot a l'optimització dels formats que ofereix la plataforma i la introducció de concursos de manera constant.

Pel que fa a les accions més rellevants d'aquest 2022, destacaríem les següents:

- **Organització del concurs mensual #TerresdelEbre #ReservadelaBiosfera.** Amb l'objectiu d'augmentar la notorietat de la marca Terres de l'Ebre, associat al segell Reserva de la Biosfera a través d'una generalització de l'ús d'aquestes etiquetes, es va continuar organitzant aquest concurs. Pel que fa al premi, vam repetir l'acord de col·laboració amb la DO Terra Alta, que és l'encarregada de lliurar als guanyadors dues ampolles de vi.

- **Monitoratge de les accions de promoció del Patronat i difusió d'esdeveniments del territori.** Durant aquest període, es va fer el seguiment i es va donar cobertura a les diferents accions de promoció organitzades pel Patronat. Per altra banda, els nostres canals van actuar com a altaveu per donar a conèixer tota mena d'esdeveniments de caire festiu, cultural o esportiu de la xarxa d'oficines de turisme i d'altres agents públics i privats del territori.
- **Presentació de la Volta a Catalunya.** El 17 d'octubre, a la sala didàctica de l'Antic Escorxador de Tortosa, va tenir lloc l'acte de presentació de l'etapa Terres de l'Ebre (Tortosa - Lo Port) que havia de tenir lloc el 24 de març de 2023. Una etapa de més de 160 km amb final al Mont Caro que va ser fruit de la col·laboració amb el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona i la Volta a Catalunya.
- **Creació de la Guia de bones pràctiques per a xarxes socials.** Edició d'una guia amb consells i recomanacions per a la correcta gestió de les principals xarxes socials, que afavoreix una alineació de l'estratègia digital de Terres de l'Ebre.
- **Concurs #TardorTerresdelEbre2022.** Del 10 d'octubre al 13 de novembre es va organitzar un nou concurs en què els participants havien de publicar imatges de tardor de les Terres de l'Ebre. Per participar-hi es demanava l'ús de l'etiqueta #TardorTerresdelEbre2022, i mencionar i seguir el compte d'Instagram @terresebre. El premi, per a dues persones, va consistir en una visita amb tast a un celler de la Ruta del Vi de la Denominació d'Origen Terra Alta.
- **Benchmark.** Fruit del treball de col·laboració del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona amb els responsables de turisme de la Diputació de Barcelona, el mes d'octubre va tenir lloc una interessant proposta de *benchmarking* que va permetre visitar alguns recursos i experiències turístics rellevants de la marca "Barcelona és molt més". L'acció va tenir lloc els dies 5 i 6 d'octubre d'aquest any 2022, i portava per nom "Mar i Muntanya a les comarques de Barcelona". Va ser una excel·lent oportunitat per eixamplar la visió sobre la gestió dels actius turístics, copsar les bones pràctiques i contribuir així a la millora constant de l'oferta pròpia des de les nostres destinacions: la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre.



Portada de la *Guia de bones pràctiques a les xarxes socials*, creada per al sector turístic.

## 4. Material promocional

### 4.1. Costa Daurada

- Pla d'actuació del 2022.
- Carpetes amb el logo de Costa Daurada.
- USB de 8 GB amb el logo i les xarxes de Costa Daurada.
- Motxilles amb el logo de Costa Daurada, Salou, Cambrils i la Pineda Platja per a una acció de cicloturisme a Covadonga.
- Bolígrafs amb el suport per a mòbil o tauleta.
- Cantimpleres amb el logotip del CDCB.
- Dues actualitzacions del tríptic digital interactiu de membres del Costa Daurada Convention Bureau.
- Actualitzacions de membres al web [www.costadaurada.info/convention-bureau](http://www.costadaurada.info/convention-bureau).
- 500 polseres de cicloturisme.
- Un tòtem de cartró plegable per a fires i promocions diverses.
- 500 bosses de cotó amb el logo de Costa Daurada.

I com és habitual, es van anar actualitzant els continguts del web [www.costadaurada.info](http://www.costadaurada.info).



Portada del catàleg digital.

### 4.2. Terres de l'Ebre

- Pla d'actuació del 2022.
- Marxandatge per atendre diverses accions al llarg de l'any.
- Reedició de l'opuscle de *Birdwatching*. Impressió de 1.000 catàlegs en castellà/anglès.

- Reedició del mapa d'experiències. Impressió de 1.500 mapes en català, 1.500 en espanyol, 1.500 en anglès i 500 en francès.

A més a més, també es van anar actualitzant els continguts del web [www.terresdelebre.travel](http://www.terresdelebre.travel).



Portada del Pla d'actuació 2022.

## 5. Costa Daurada Convention Bureau

### Accions dutes a terme

- Vam presentar la destinació en format vídeo al seminari web del Catalunya Convention Bureau per al mitjà de comunicació alemany especialitzat en MICE Touristik Aktuell.
- Vam inserir una pàgina de publicitat a la revista anual *Especial MICE 2022 d'Hosteltur*, de la qual es van distribuir 10.000 exemplars en paper i en digital als 97.000 subscriptors.
- Trobada en un esmorzar de treball amb els membres, el 16 de maig, a FiraReus, amb la participació d'Eventoplus presentant les previsions del sector.
- Vam oferir una formació per als membres del Costa Daurada Convention Bureau, amb una temàtica al voltant del desenvolupament d'eines per ser creatius en l'entorn laboral.
- Vam atendre una agenda de reunions al Workshop Meet Catalunya, organitzat pel Catalunya Convention Bureau, amb l'objectiu de captar clients MICE internacionals, que va tenir lloc al Centre de Convencions de PortAventura l'11 d'octubre, on també vam ser presents personalment en una presentació en format vídeo. A més, vam coordinar l'actuació de grups folklòrics locals de Salou i Vila-seca durant el sopar de treball en xarxa de benvinguda.

D'aquest Workshop van derivar un seguit de viatges de familiarització i viatges de premsa; concretament, vam organitzar un viatge per a premsa especialitzada, un viatge de familiarització per a agències especialitzades en automoció i un viatge per a agències i corporacions MICE que els va permetre conèixer els atractius MICE de la destinació.

- Vam participar en els WS oferts per Eventoplus, concretament al Meetings & Incentives Summit, dirigit al client del mercat estatal, a l'International Meetings & Incentives Summit, dirigit al client internacional, i al Barcelona Events Day, que té el focus en les agències de Barcelona i del qual a més vam ser patrocinadors, cosa que ens va donar visibilitat de marca en diversos formats i ens va permetre fer una presentació als participants i disposar d'un fotoreclam, que vam tematitzar amb una experiència de "Nàutic Parc Costa Daurada".
- Vam participar, conjuntament amb el Palau de Congressos de Tarragona, en el Workshop MICE, organitzat per Iberian MICE Fòrum i dirigit al client associatiu estatal.
- Vam presentar la destinació en format de joc de preguntes i respostes als ambaixadors del programa "Meet Ambassadors" del Catalunya Convention Bureau, durant l'acte de reconeixement i formació organitzat pel Catalunya Convention Bureau.
- Vam ser presents a la fira internacional IBTM World, que va tenir lloc a Barcelona del 29 de novembre a l'1 de desembre, amb una taula de reunions dins de l'estand de Catalunya.
- Vam elaborar una campanya de comunicació al mitjà especialitzat Punto MICE, amb presència a la revista, amb una pàgina de publicitat i bàners als butlletins d'informació enviats a la seva base de dades (52.000 lectors), amb una taxa mitjana d'obertura del 28 %, els dies 28 de febrer i 14 i 28 de març.
- El setembre vam enviar per correu un butlletí d'informació monogràfic sobre Costa Daurada a la base de dades dels 97.000 subscriptors d'*Hosteltur*, així com a les agències de viatges del Regne Unit i Alemanya, amb temàtica inspiradora i clicable al catàleg de membres del Costa Daurada Convention Bureau.

#### Participació en taules. Actes de representació

- 23/3. Reunió de coordinació de Conventions de Catalunya.
- 31/3. Jornada de membres del Catalunya Convention Bureau.
- 13/7. Reunió de coordinació de Conventions de Catalunya.
- 13/7. Reunió del Comitè del Catalunya Convention Bureau.
- 20/7. Reunió de gestió de TDS MICE.
- 5/9. Presentació del CCB de l'estructuració del producte automoció a Casa Seat.
- 8/11. Presentació virtual de l'estudi d'Eventoplus "Com comuniquen els CBx a xarxes".
- 16/11. Reunió virtual de gestió del programa "Meet Ambassadors" del Catalunya Convention Bureau.



Participants de Costa Daurada al *workshop*.

## 6. Formació

### 6.1. Patronat de Turisme

El Patronat de Turisme i el Laboratori d'Innovació i Intel·ligència Turística (LAB-IT) del Departament d'Innovació Turística del Centre Tecnològic Eurecat vam organitzar les següents formacions:

- Taller de turisme "L'impuls de l'economia circular a l'activitat turística. Com implementar un full de ruta", el 17 de juny, amb la participació de 5 persones.
- Taller de turisme "Usos i potencial de les tecnologies i eines digitals per a la millora de l'experiència turística", el 22 de novembre, amb la participació de 20 persones.

## 7. Estudis i treballs tècnics

### 7.1. Estudi de les característiques de la demanda

L'Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics va posar a disposició del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona l'estudi elaborat amb l'objectiu d'obtenir i tractar les dades que permetran millorar el coneixement de la realitat turística de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre i facilitar la presa de decisions.

Mitjançant l'anàlisi dels comportaments dels diferents mercats turístics que aflueixen a la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre i del seguiment sobre l'oferta d'allotjament (hotels, càmpings, establiments de turisme rural i apartaments turístics), mesurant paràmetres d'ocupació, procedència dels turistes, durada de l'estada i grau de satisfacció, entre d'altres, l'estudi aconsegueix tractar les dades turístiques amb el màxim rigor científic.

A més, l'Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics també posa a disposició del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona el seguiment de l'activitat turística que du a terme quinzenalment.

### 7.2. Estudi d'afluència, freqüentació, caracterització dels visitants o capacitat de càrrega de la pràctica de l'escalada a Siurana i la seva àrea d'influència

D'acord amb el repte 1 del Pla de mandat de la Diputació, el Patronat de Turisme va participar en el finançament de l'Estudi d'afluència, freqüentació, caracterització dels visitants o capacitat de càrrega de la pràctica de l'escalada a Siurana i la seva àrea d'influència, iniciat l'octubre del 2020 i acabat el 2021, complint amb els següents objectius de desenvolupament sostenible: 11 ("Ciutats i comunitats sostenibles"), 15 ("Vida d'ecosistemes terrestres") i 17 ("Aliances per assolir els objectius").

El Patronat de Turisme també va participar en el finançament de l'Estudi d'afluència, freqüentació, caracterització dels visitants o capacitat de càrrega del pantà de Siurana", elaborat l'any 2021.

### 7.3. Projecte SAM (Servei d'Assistència Municipal) Turístic

Durant el 2022 es van elaborar els projectes dels municipis de Vilallonga, la Febró i Falset.

## 8. Convenis de col·laboració

Al llarg del 2022 es van signar 4 convenis de cooperació i es van concedir 14 subvencions nominatives, tant a entitats públiques com a entitats privades, amb l'objectiu comú de promocionar el turisme a la demarcació.

## 9. Ajuts econòmics

El Patronat va atorgar subvencions en règim de concurrència competitiva per a activitats que fomentin el desenvolupament del turisme a municipis, tant de la Costa Daurada com de les Terres de l'Ebre, per un valor de 386.368,63 €. Així mateix, va destinar 400.000 € a subvencions per a ens públics i entitats privades per a la difusió dels productes agroalimentaris i artesans de qualitat, activitats firals i mostres de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre.

## 10. Premis i distincions

### 10.1. Green Destinations

D'acord amb el repte 1 del Pla de mandat de la Diputació, aquest 2022 les Terres de l'Ebre van renovar la condició de pertànyer al grup de les 100 millors destinacions turístiques sostenibles del món. La distinció, atorgada per l'Associació Internacional Global Green Destinations, que vetlla pel foment d'un turisme responsable a escala global, reafirma l'impuls en la millora de la qualitat i la visibilitat en el mercat turístic internacional de la nostra destinació. Aquesta acció compleix amb els següents objectius de desenvolupament sostenible: 6 ("Aigua i sanejament"), 11 ("Ciutats i comunitats sostenibles"), 13 ("Acció pel clima"), 14 ("Vida submarina") i 15 ("Vida d'ecosistemes terrestres").

El reconeixement va ser fruit, un any més, del treball de lideratge i coordinació de la Taula de Turisme de la Reserva de la Biosfera, amb el clar objectiu de continuar treballant en el desenvolupament d'un turisme de qualitat, sostenible i respectuós amb el medi ambient i la cultura local.

## 11. Actes institucionals

El Patronat va organitzar la XXX Nit del Turisme, un acte de reconeixement al sector turístic de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre, durant el qual es va lliurar el Premi Jordi Cartanyà, que reconeixia sis iniciatives innovadores. L'acte es va celebrar en format presencial a Tortosa.



Parlament de la presidenta del Patronat de Turisme de la Diputació.

## 12. Coneixement, projectes d'intel·ligència i qualitat

### 12.1. COSTA DAURADA

- 7/2. Presentació de l'*Informe anual de l'Observatori del Turisme Rural*.
- 31/3. Blue Spaces & Well-being Tourism.
- 25/11. Jornada PECT turístIC en família. Escenaris de futur en turisme.
- 13/12. "Metavers i turisme".

### 12.2. TERRES DE L'EBRE

#### Accions en l'àmbit administratiu adreçades a empreses turístiques i agents públics i privats

- **EURECAT**

**Taller de turisme:** "L'impuls de l'economia circular a l'activitat turística. Com implementar un full de ruta?". 16 de juny, presencial.

**Taller:** "El màrqueting d'influenciadors, la creació de nous continguts. 26 d'octubre, presencial.

**Seminari web:** "Claus per millorar els teus resultats de venda d'experiències". 20 de setembre, en línia.

**Taller:** "Usos i potencial de les tecnologies i eines digitals per a la millora de l'experiència turística". 23 de novembre, presencial.

- **PECT**

- **Seminari web:** "Adhereix-te a Trip&Kids i coneix el programa Acelera Pyme i el Kit Digital". 25 de maig, en línia.
- **Jornada:** "PECT turístIC en família: impactes generats i reptes de futur". 25 d'octubre, presencial.
- **Jornada sobre turisme de memòria:** "Els límits de la ludificació en el tractament de la història recent". 23 de novembre, presencial.

- **ACCIÓ DE SUPORT A LA COMERCIALITZACIÓ**

- **Workshop In&Out.** "Mercat d'excursions a la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre", a la Boella (la Canonja), 3 de novembre.

- **BOOKINGFAX**

- **Publitramesa** a agents de viatges usuaris de Bookingfax Technologies, amb informació sobre la destinació.
- **Bookingfax Webinar Pro**, seminari de formació en línia sobre la destinació a agents de viatges de la xarxa d'usuaris de Bookingfax.

- Reunió de planificació de Terres de l'Ebre 2023. Novembre.



# MEMÒRIA 2022



**Diputació Tarragona**

Pg. de Sant Antoni, 100  
43003 Tarragona  
Tel. 977 296 600 / [www.dipta.cat](http://www.dipta.cat)

**La Diputació suma** 