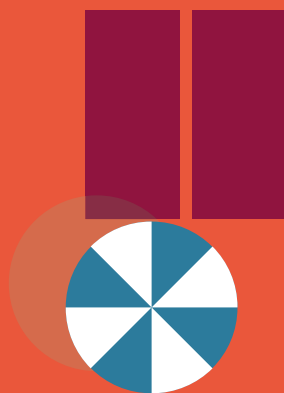
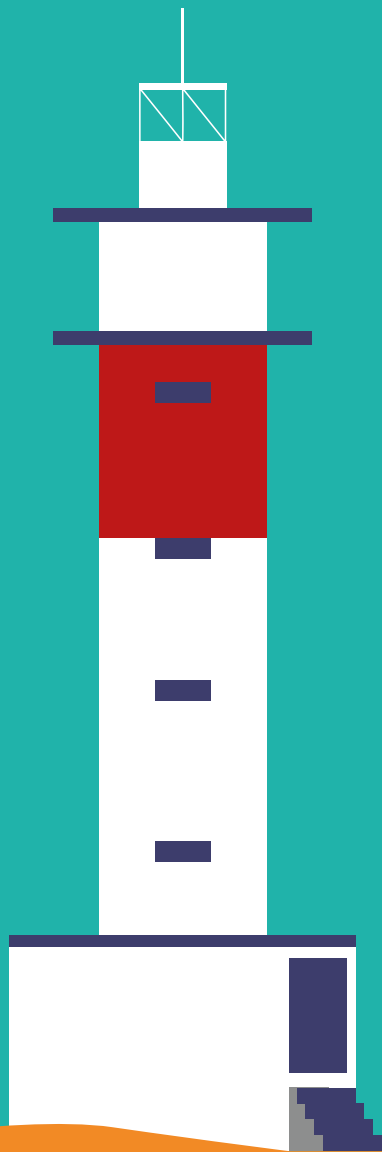


Pla d'actuació 2025



“Despleguem una estratègia transformadora i de llarg recorregut per fer de la Costa Daurada i les Terres de l’Ebre destinacions turístiques més competitives i sostenibles que atrauen visitants i generen benestar entre la societat d’acollida”



1

Presentació

2

**Missió, visió
i valors**

3

**Objectius
estratègics**

4

**Alineament amb
els Objectius de
Desenvolupament
Sostenible**

5

**Línies
estratègiques,
objectius i accions**

6

**Programa
de fires**

7

**Suport, serveis
i assistència**

8

**Balanç de
l'exercici
turístic 2024**

9

**L'any 2024
en dades**



Una estratègia transformadora per a unes destinacions competitives i sostenibles

Hem deixat enrere un exercici de creixement de l'activitat turística que, novament, ha estat possible gràcies a la implicació de tots els agents del sector. El seu esforç queda reflectit, no només en els resultats positius assolits, sinó també en una estratègia deliberada per implementar un model turístic que ens ha de servir per posicionar-nos i per esdevenir una font permanent de generació d'oportunitats.

Des del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona hem promocionat plegats la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre d'acord amb els principis del Pacte Nacional per un Turisme Responsable i Sostenible, al qual vam adherir-nos l'any 2023.

Hem entomat un repte de llarg recorregut per dotar-nos d'una oferta turística òptima per als visitants, que al mateix temps contribueixi a millorar la qualitat de vida de la societat d'acollida i les condicions dels espais naturals que l'envolten.

Durant el 2025 ens correspon desplegar el treball i les estratègies en què hem anat treballant amb aquest mateix objectiu. En el cas de la Costa Daurada, aquesta feina ha quedat recollida al Pla conjunt de promoció de l'interior de la destinació. Amb els ens participants, tirarem endavant les diferents accions de promoció i difusió dissenyades, que compten amb una aportació del Patronat de 300.000 euros per a aquest any.

A les Terres de l'Ebre, la planificació per a la millora de l'oferta turística que despleguem aquest 2025 abordarà aspectes com la competitivitat o l'estructuració de producte, així com la promoció i el suport a la comercialització. Al mateix temps, la bona acollida entre les entitats i ens públics de promoció afavorirà la seva implantació, que compta, per a aquest exercici, amb una aportació de 100.000 euros del Patronat. Tant en projectes de promoció i màrqueting, com en la gestió global de les destinacions, la

1

Presentació



2025, un pas ferm cap al model turístic que volem a la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre

digitalització i la gestió intel·ligent de les dades continuaran sent crucials per aconseguir les fites que ens proposem.

En l'actual exercici, a més, la designació de Catalunya com a Regió Mundial de la Gastronomia contribuirà a mostrar una oferta gastronòmica amb identitat pròpia, que reforçarà, encara més, aquest producte turístic estratègic que s'estén pel conjunt de les nostres destinacions.

La descentralització de l'activitat i la integració de les diferents realitats territorials, així com la millora i la suma de nous actius i productes turístics, amb la mirada posada a estendre l'activitat turística durant tot l'any, ens permetrà construir una oferta turística competitiva, sòlida i singular. Des del Patronat crearem i impulsarem mecanismes de participació i col·laboració necessaris per a aquest propòsit.

Al llarg del 2025, intensificarem la col·laboració i el suport amb ens públics i privats a través d'instruments, com els convenis de col·laboració, les línies d'ajut a ens públics i privats, o els patrocinis de competicions i clubs esportius, per posar només alguns exemples. De la mateixa manera, continuarem teixint i reforçant aliances amb altres administracions, i també bastint projectes d'abast nacional, estatal i internacional, que amplificaran la promoció de la nostra oferta turística.

Sense dubte, per assolir l'èxit en totes aquestes actuacions serà imprescindible comptar, novament, amb la implicació de tot el sector. Confiem continuar treballant plegats, aquest 2025, per encaminar-nos amb pas ferm cap al model turístic que volem per a les nostres destinacions.

Carlos Brull i Fornt

President del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona

2

Missió, visió i valors



Missió

Assolir un model sostenible per a la societat d'acollida, que generi prosperitat, sigui competitiu per als mercats i atractiu per a l'emprenedoria. El Patronat de Turisme lidera la gestió, aglutina les diferents realitats, suma esforços i dona resposta eficient als reptes de gestió.

Visió

Ser una destinació de referència per al turisme familiar responsable, i que a la vegada sigui internacionalitzada, tingui activitat sostinguda durant tot l'any i on els espais naturals i el riu esdevinguin, amb el suport d'un clar compromís social al projecte, els principals protagonistes.

Valors

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona impregnarà la seva actuació amb els valors de cooperació, anticipació, lideratge, innovació, millora, resiliència, equilibri, ètica, responsabilitat, transversalitat i coneixement.

3

Objectius estratègics

- 1** Aprofundir en el sistema de governança turística del territori, amb nous instruments de caràcter específic, i consolidar la col·laboració en la promoció amb els agents públics i privats locals, com a signe d'identitat del foment del turisme a la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre.
- 2** Mantenir dinàmiques de sensibilització per a les mesures en turisme dels ODS de cara als agents locals de la cadena de valor turística.
- 3** Desplegar processos i disposar d'eines per assolir una millor experiència turística sobre els actius turístics de la destinació, tant de costa com d'interior.
- 4** Desplegar accions de màrqueting, en especial en format en línia, que abastin el foment d'activitats consolidades i de noves activitats i productes al territori, i que aprofundeixin en la capacitat de mesurar el retorn de les accions.
- 5** Revisar la matriu de productes, segments i mercats en benefici d'una millor distribució en l'espai i en el temps.
- 6** Aprofundir en la identitat actual de les marques, mitjançant l'aprofitament del rol, la tasca i el lideratge del Patronat, tot integrant i harmonitzant visions i projectes turístics locals.
- 7** Implementar eines digitals que afavoreixin la competitivitat i harmonitzar-les amb les ja existents a la destinació per evitar les duplicitats i afavorir-ne l'eficiència.
- 8** Identificar exhaustivament el fet turístic al territori i consolidar eines que permetin un flux d'informació eficaç amb els agents turístics, valoració de l'impacte de l'activitat i difusió entre la societat.
- 9** Estrènyer vincles entre els centres educatius i el sector productiu per adequar l'oferta de formació a les necessitats.

4

Alineament amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible

L'any 2015 l'ONU va aprovar l'Agenda 2030 sobre el Desenvolupament Sostenible, una oportunitat perquè els països i la societat emprenguin un nou camí a través del qual es pugui millorar la vida de tothom, sense deixar ningú enrere. L'Agenda està configurada per disset Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS), de caràcter ambiental, social i econòmic.

La Diputació de Tarragona, que forma part de l'Acord Nacional per a l'Agenda 2030, ha adquirit un compromís ferm amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS), incorporant-los de manera explícita al Pla de Mandat i vinculant cada ODS als projectes i serveis que duu a terme. El Patronat de Turisme de la Diputació ha alineat la seva estratègia i accions amb aquests objectius en els següents àmbits i matèries que, de manera transversal, formen part del present Pla d'Actuació 2025.

Sostenibilitat i respecte per la societat d'acollida



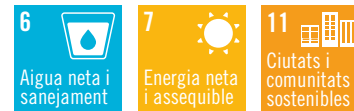
Governança i col·laboració amb ens i institucions



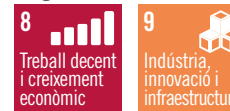
Foment d'oportunitats



Sensibilització ambiental entre els agents turístics



Digitalització i innovació



Descentralització i distribució territorial de l'activitat



Identitat de marca i harmonització dels projectes locals



Formació, societat del coneixement i col·laboració amb institucions acadèmiques



5.1. Infraestructures

Objectius

- Disposar de les infraestructures clau per a l'activitat turística.

El turisme, com a un dels principals motors econòmics i socials del territori, ha de comptar amb infraestructures que afavoreixen l'activitat turística. La Diputació exerceix el lideratge en la creació d'infraestructures sostenibles, i és un actor rellevant en la seva gestió. Reforçar les aliances estratègiques en l'àmbit de les infraestructures que garanteixen i impulsen l'activitat turística és una de les línies d'actuació del Patronat de Turisme de la Diputació. Aquesta col·laboració ha d'interpel·lar altres administracions públiques i els diferents agents socioeconòmics del territori per tal d'impulsar accions orientades al desenvolupament econòmic i social equilibrat en l'àmbit les dues marques turístiques.

Accions:

- Desplegament de les accions de promoció de la Taula Estratègica de l'Aeroport de Reus per tal d'incrementar l'operativa entre els mesos d'abril-maig i setembre-octubre.
- Impuls del grup de treball Delta Ebre Port per a la promoció de l'activitat de creuers i navegació amb xàrter al port de la Ràpita i al litoral ebrenc, amb la participació de l'Ajuntament de la Ràpita, Ports de la Generalitat i la Cambra de Comerç de Tortosa.

5

**Línies
estratègiques,
objectius i
accions**

5.2. Innovació i transferència de coneixement

Objectius

- Disposar de dades que objectivin l'impacte de l'activitat del turisme sobre el territori.
- Disposar d'informació exhaustiva tant del fet turístic a la destinació com de les tendències de l'activitat, i compartir aquesta informació amb els agents de la destinació.
- Desenvolupar eines per tal de millorar les decisions estratègiques dels agents turístics pel fet de disposar de millor i major informació.
- Disposar d'un marc en què es puguin establir estratègies comunes entre el sector turístic i el formatiu. Impulsar la col·laboració i les aliances per materialitzar accions amb "partners" com l'Agència Catalana de Turisme, Eurecat o SEGITTUR (Societat Estatal dedicada a la Gestió de la Innovació i les Tecnologies Turístiques).
- Orientar les competències formatives i l'adequació a les necessitats.

Cal mantenir la relació estratègica amb actors especialitzats en la gestió i la recollida de dades. El seguiment de l'activitat turística és indispensable per a la presa de decisions. Per això, el Patronat impulsarà el treball en aquest àmbit amb la finalitat d'obtenir dades de manera directa o a través de la participació en projectes d'àmbit territorial de més gran abast.

Tenim el repte de generar un relat positiu del sector turístic. Sovint es posa el focus en les externalitats negatives de l'activitat turística i no en el pes del sector en l'economia del país, en la seva transversalitat i en el seu paper tractor d'altres sectors estratègics de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre, com són l'agricultura i la pesca o el comerç, per exemple. Igualment no es posa prou en valor els aspectes positius a escala social, com la generació d'entorns més tolerants, la millor acceptació de la diferència i la creació d'espais afavoridors de la innovació.

S'ha de garantir la mirada endavant pel que fa al turisme: la transferència de coneixement, la informació de valor, el comportament dels turistes, els fluxos i les capacitats de càrrega són altres àmbits en què cal que el Patronat tingui un paper que n'asseguri l'obtenció.

Així doncs, el Patronat, pel seu paper afavoridor de la cooperació, recull les inquietuds del sector. En aquest sentit, la gestió del talent és un aspecte que preocupa molt, i cal que s'hi segueixi incidint amb la finalitat d'atenuar la problemàtica.

Accions:

- Organització d'accions de transferència de coneixement, com tallers i taules de treball adreçades al sector amb EURECAT, a més de jornades i *webinars*, entre d'altres accions formatives.
- Desplegament de les accions derivades del Pacte Nacional per un Turisme Responsable.
- Treball conjunt amb l'Agència Catalana de Turisme dins de la Xarxa Turisme per a Tothom.
- Desenvolupament de la plataforma tecnològica de Terres de l'Ebre, en el marc del grup de treball de Destinacions de Turisme Intel·ligent de SEGITTUR.
- Desenvolupament de les accions del projecte d'Oleoturisme dins del programa "Experiencias Turismo España".

5.3. Turisme sostenible i responsable

Objectius

- Incrementar i millorar l'experiència turística a les Terres de l'Ebre distribuint mercats i productes al territori durant tot l'any.
- Dinamitzar de manera equilibrada i responsable l'economia del territori a través de la promoció de l'activitat turística.

El Patronat aposta per un model de turisme per a les Terres de l'Ebre basat en el desenvolupament d'una activitat sostenible en la seva relació amb el medi natural i amb l'ús de recursos i de l'ecosistema social, cultural i econòmic de les comunitats locals. Aquest ha de ser un model que generi noves oportunitats en la societat d'acollida.

Per assolir aquest objectiu, que necessita la implicació del conjunt del sector, el Patronat desenvoluparà programes de formació i sensibilització ambiental adreçats al sector turístic. A més, promourà digitalització i innovació per afavorir la societat del coneixement i contribuir a la descentralització i distribució territorial de l'activitat.

Accions:

- Elaboració de plans estratègics en turisme a través del Servei d'Assistència Municipal en matèria de turisme.
- Realització del servei fotogràfic i de vídeo per proporcionar material gràfic i audiovisual de promoció turística als municipis de la destinació.
- Participació a fires i altres esdeveniments de promoció turística.
- Desplegament de la campanya *offline* de publicitat.
- Elaboració d'una agenda mensual d'activitats distribuïda a tot el sector a través de *newsletter*.

5.4. Millora de la competitivitat

Objectius

- Segmentar mercats a partir de la prioritització dels productes turístics de la destinació.
- Planificar i impulsar accions de promoció dels productes turístics.

El Patronat impulsarà i donarà visibilitat a aquells projectes que tenen un efecte tractor en la competitivitat del sector turístic.

Entre els mecanismes per aconseguir la millora de la competitivitat, el Patronat impulsarà la seva participació i la d'altres agents de la destinació en projectes europeus extraordinaris i ordinaris que porten a dissenyar actuacions que milloren l'experiència turística.

Els atributs i els valors de la marca Terres de l'Ebre són rics i diversos. En determinats segments i productes, com el de la natura, l'enogastronòmic i el cicloturisme, el seu posicionament ocupa un lloc rellevant i s'ha de continuar impulsant des del Patronat, tot aprofitant el posicionament de lideratge que té la marca en el turisme familiar.

Accions:

- Desplegament del nou Pla conjunt per la millora de l'experiència turística de les Terres de l'Ebre.
- Desplegament de les accions derivades del projecte *Grand Tour de Catalunya*, de descoberta del territori i de les seves experiències.
- Desplegament del Pla d'Enogastronomia de Catalunya, en el marc de la designació de Catalunya com a Regió Mundial de la Gastronomia 2025.



- Promoció del patrimoni cultural i visibilització dels elements designats Patrimoni de la Humanitat per la UNESCO, tant material com immaterial.
- Segmentació del turisme de reunions per àmbits econòmics.
- Impuls del producte turístic *El Paisatge dels Genis*.
- Suport a esdeveniments de promoció de natura i senderisme.
- Accions de promoció del cicloturisme.
- Organització i dinamització de viatges de premsa i de familiarització.

5.5. Impuls de la sostenibilitat



Objectius

- Desplegar programes per a la implementació de polítiques i pràctiques sostenibles en l'activitat turística, en col·laboració amb el sector públic i privat.

El Patronat planteja liderar una estratègia de desenvolupament sostenible de l'activitat turística d'acord amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible de l'Agenda 2030 de Nacions Unides per tal de situar les nostres destinacions en una posició que permeti donar resposta als desafiaments que l'actual conjuntura climàtica exigeix a tots els actors.

La resposta en clau de sostenibilitat i protecció ambiental ha de tenir en compte les diferents realitats turístiques per poder esdevenir un territori pròsper que té cura dels seus actius ambientals i els seus recursos naturals. Mitjançant aquesta estratègia serà possible esdevenir una destinació atractiva i amb qualitat de vida tant per als seus habitants com per a les persones que la visiten.

Accions:

- Elaboració de l'estudi de diagnosi sobre la sostenibilitat a les Terres de l'Ebre i disseny de l'estratègia de millora d'aquest àmbit a partir dels resultats.
- Participació activa en la governança de les Cartes Europees de Turisme Sostenible vinculades al Parc Natural del Delta de l'Ebre i al Parc Natural dels Ports.

5.6. Digitalització i gestió intel·ligent de dades

Objectius

- Promoure la digitalització, modernització i eficiència de les accions i serveis a través d'una gestió intel·ligent de dades.
- Desplegar un pla de promoció digital que posicioni la destinació i els seus productes, tot posant en valor la diversitat sense perdre el focus.
- Innovar i incrementar la presència i l'ús d'eines en línia de màrqueting i de suport a la comercialització.
- Assegurar que el 60% de la inversió en màrqueting de les Terres de l'Ebre sigui a través de mitjans *online*.

El Patronat estarà atent a l'evolució dels canals de comunicació i comercialització per tal d'incorporar aquells tipus d'accions innovadores que millorin l'eficiència del màrqueting de la destinació i permetin mesurar millor el seu retorn.

El Patronat impulsarà la innovació del màrqueting aprofitant les eines en línia, ja que no només ofereixen millors solucions per mesurar el seu retorn i eficiència, sinó que també són més afilerades amb els hàbits de la demanda.

El grau de reconeixement positiu per part de la demanda de determinades marques i productes, o la seva notorietat en el mercat, han de ser tinguts en compte a l'hora de construir les accions de màrqueting en benefici del conjunt dels actors de la destinació. Per aquest motiu el Patronat de Turisme gestionarà els seus espais i els serveis que presta de manera eficient, tot impulsant-ne la modernització i la digitalització.

Accions:

- Desplegament de campanyes generalistes i per productes a xarxes socials i a diferents plataformes en línia, així com mitjançant tecnologia programàtica, per tal de maximitzar l'eficiència de les accions i atendre els requeriments pel que fa als públics objectius i els mercats.
- Creació del nou portal web de la marca Terres de l'Ebre (www.terresdelebre.travel)
- Elaboració i difusió de campanyes de màrqueting *online* i de promoció en conveni Córner als mercats prioritars, que es materialitzaran després d'obtenir la informació amb les respectives tries que fan els patronats municipals i les oficines de turisme mitjançant els formularis que el Patronat els distribueix.
- Digitalització del banc multimèdia.
- Creació de campanyes de contingut patrocinat a mercats prioritars i en mitjans digitals.
- Garantia del funcionament de l'oficina del Patronat a Tortosa.
- Convocatòria dels Consells de Marca Terres de l'Ebre i el Consell Rector del Patronat de Turisme.

5.7. Mecanismes de col·laboració



Objectius

- Analitzar i actualitzar els actuals mecanismes de col·laboració en l'activitat turística del territori amb criteris d'eficiència i de millora de resultats.
- Actualitzar els mecanismes d'impuls i col·laboració per a la promoció de l'activitat turística del territori a través d'ajuts a ens públics de promoció; l'impuls de la producció agroalimentària de qualitat; patrocinis esportius; convenis; model Córner de col·laboració; espais de millora i accions especials.

El Patronat aborda la gestió de les marques turístiques atenent criteris de governança i dotant-se d'instruments que permeten consolidar la col·laboració amb els agents públics i privats que conformen el sector turístic. Aquests mecanismes de col·laboració se sotmeten de manera contínua a revisió per a la seva millora, alhora que se'n plantegen de nous per atendre les necessitats que sorgeixen arran dels canvis en l'ecosistema econòmic i social en què té lloc l'activitat turística.

En l'actualitat, els instruments d'impuls i col·laboració existents permeten cobrir un ampli ventall d'aspectes vinculats a l'activitat turística del territori. Entre els mecanismes de col·laboració hi ha ajuts a la producció i a l'impuls de la producció agroalimentària de qualitat, els convenis per a la difusió i posicionament de les marques, la coordinació i impuls dels grups de treball dels diferents productes turístics, els convenis model Córner i les accions especials.

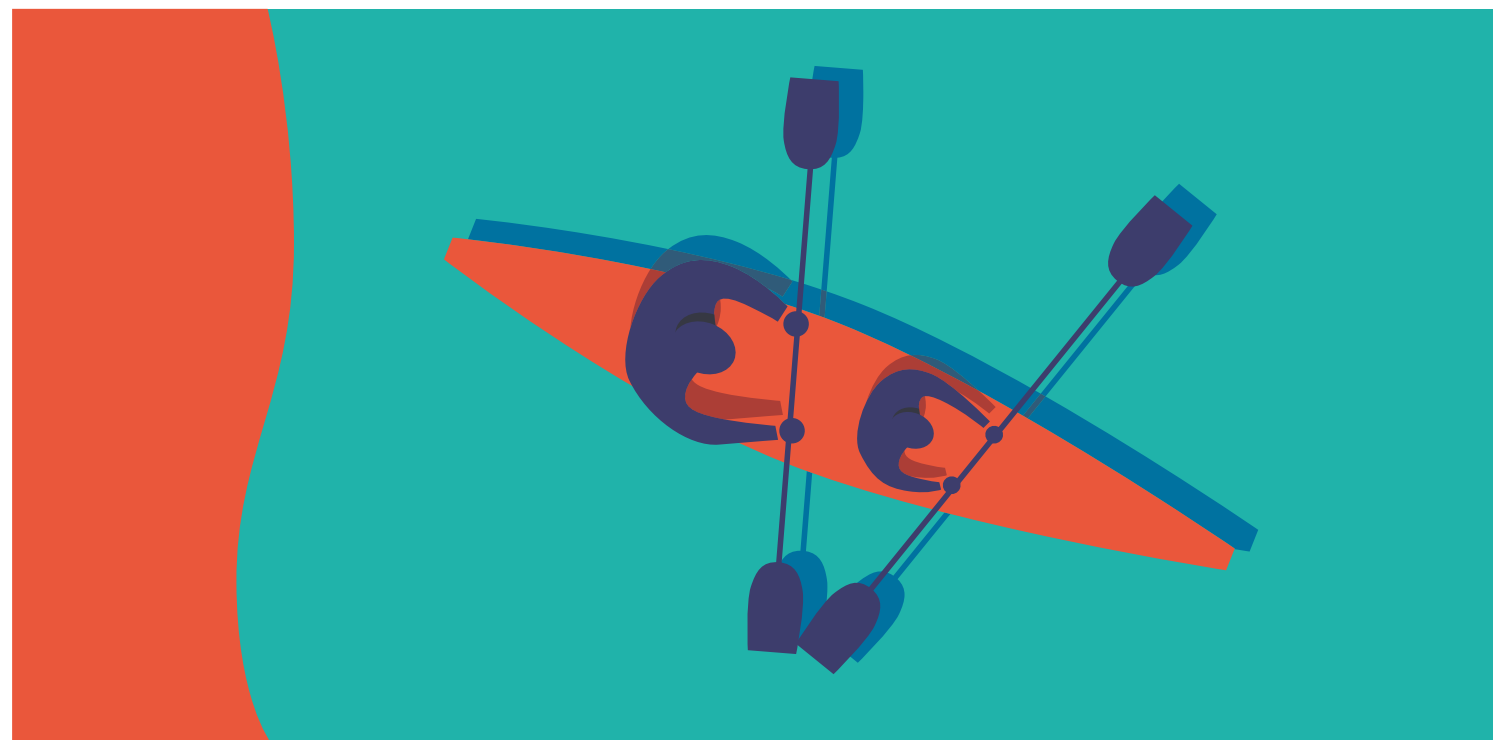
Accions:

- Creació de nous espais de treball amb les oficines de turisme, patronats i consells comarcals, conjuntament amb els ens locals participants del conveni Córner de promoció, màrqueting i comunicació.
- Creació d'un espai de treball per als agents que participen al Pla per la millora de l'experiència turística de les Terres de l'Ebre
- Dinamització del grup de treball per la promoció de les Viles Marineres de les Terres de l'Ebre.
- Dinamització del grup de treball de les festes de l'arròs del Delta de l'Ebre.
- Garantir la participació del Patronat al Consell de Direcció de l'Agència Catalana de Turisme.
- Actualització de les línies d'ajut als ajuntaments, oficines i patronats de turisme per a la promoció turística.
- Actualització de les línies de subvencions per a l'impuls de la promoció agroalimentària de qualitat.
- Implementació d'una nova línia d'ajuts destinada a associacions empresarials.
- Implementació de la nova línia de patrocini esportiu per optimitzar el seu impacte de marca.
- Establiment d'acords de comàrqueting amb la touroperació.
- Organització de l'esdeveniment "Som Turisme Costa Daurada i Terres de l'Ebre", així com del lliurament de premis Jordi Cartanyà de reconeixement a les iniciatives del sector turístic.
- Impuls al turisme de reunions atenent la segmentació per sectors econòmics a través del *Daurada Convention Bureau*.



El calendari de fires amb participació del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, subjecte a possibles modificacions, ajornaments o suspensions, és el següent:

Esdeveniment	País/ciutat	Dates
FITUR	Madrid (Espanya)	22/01 - 26/01
Fiets & Wandelbeurs	Utrecht	14/02 - 16/02
Fiets & Wandelbeurs	Gant	01/03 - 02/03
B-TRAVEL	Barcelona (Catalunya)	28/03 - 30/03
Sea Otter Europe	Girona	19/09 - 21/09
Delta Birding Festival	Amposta	



6

**Programa
de fires**



7.1. Bases de subvencions de concurrència competitiva

Adreçat a ajuntaments, oficines i patronats de Turisme. La distribució d'aquests ajuts pretén reforçar les accions dels mateixos patronats i ajuntaments i, alhora, contribuir a l'execució dels objectius del Patronat.

Els ajuts han de revertir també en accions que promoguin l'extensió d'una imatge homogènia de marca, amb el detall i la diferenciació de cadascun dels productes de la nostra zona.

Aquests aspectes es duran a terme a través de la creació d'una línia d'ajuts específica per al foment de les activitats de promoció i difusió dels Productes Locals de Qualitat. D'altra banda, també amb la creació d'una línia específica d'ajuts per impulsar les accions derivades de la designació de Catalunya com a Regió Mundial de la Gastronomia 2025.

7.2. Servei de Planificació Turística

Aquesta proposta té per objectiu contribuir i millorar el desenvolupament i la gestió sostenible de l'activitat turística de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre. S'adreça al col·lectiu d'ajuntaments que tenen el desig d'afrontar el que per a ells és una activitat incipient: el turisme. Amb aquesta proposta, el Patronat vol posar al seu abast els serveis d'anàlisi de potencialitats i definir l'estratègia d'actuació futura en matèria de promoció turística. Per aquest motiu, el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona oferirà, als ajuntaments que ho sol·licitin, la realització d'un estudi de planificació turística professional, que permetrà estructurar, de forma ordenada, el model de gestió pública del turisme a escala municipal.

Els costos de la realització d'aquests estudis es compartiran amb el Patronat, en una proporció determinada pel volum de població, segons allò establert en les ordenances fiscals de la Diputació de Tarragona.



Suport, serveis i assistència



7.3. Servei de banc d'imatges i producció audiovisual

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona ofereix un servei de banc d'imatges per als patronats municipals de Turisme, les oficines de Turisme i els ajuntaments de les Terres de l'Ebre.

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona seguirà oferint als patronats municipals i les oficines de Turisme, així com als ajuntaments que ho sol·licitin, la realització d'un reportatge fotogràfic professional per a la creació i actualització del seu propi banc d'imatges. El servei inclourà la realització d'un paquet de 25 fotografies.

El Patronat oferirà un servei de producció de quatre càpsules de vídeo dissenyades per a les xarxes socials, amb continguts específics del municipi.

L'objectiu final d'aquest servei és doble: per un costat, es vol facilitar als patronats municipals i oficines de Turisme, així com als ajuntaments, l'accés als serveis d'un material fotogràfic i audiovisual professional i de qualitat; per altra banda, que aquest material pugui ser utilitzat pel Patronat de Turisme de la Diputació en accions de promoció conjunta amb els municipis.

7.4. Contractes de patrocini d'esdeveniments i clubs esportius

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona incorpora altres fórmules de publicitat per visibilitzar i difondre les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre, així com els valors que hi estan associats, mitjançant la contractació del patrocini d'esdeveniments i clubs esportius. Aquesta acció busca incrementar el coneixement de les marques, i posicionar-les com a referent de destinació de turisme esportiu i com a seu per acollir grans esdeveniments esportius.



21.488.079

Xifra global de
pernoctacions
a la Costa
Daurada
i Terres de l'Ebre



8

**Balanç de
l'exercici
turístic 2024**



5.877.138

Xifra global d'arribades

5.341.760

Arribades Costa Daurada

535.378

Arribades Terres de l'Ebre



1.181.520

Usuaris aeroport de Reus



13%

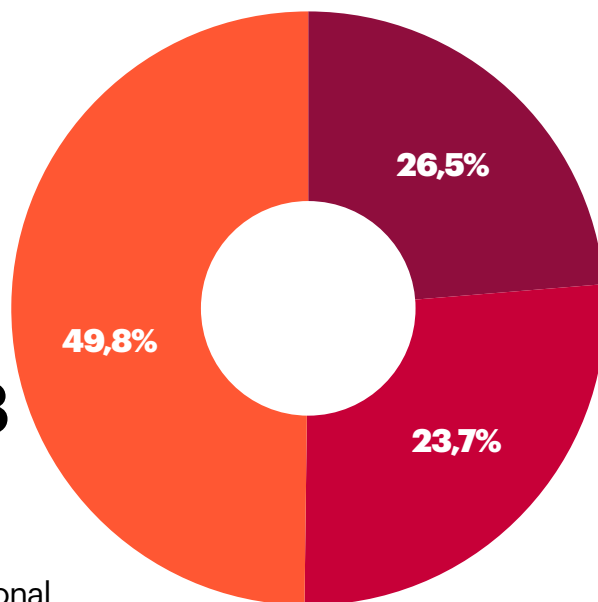
Increment usuaris
aeroport de Reus

Costa Daurada

19.898.738

Pernoctacions

- **23,7%** Mercat català
- **26,5%** Mercat espanyol
- **49,8%** Mercat internacional

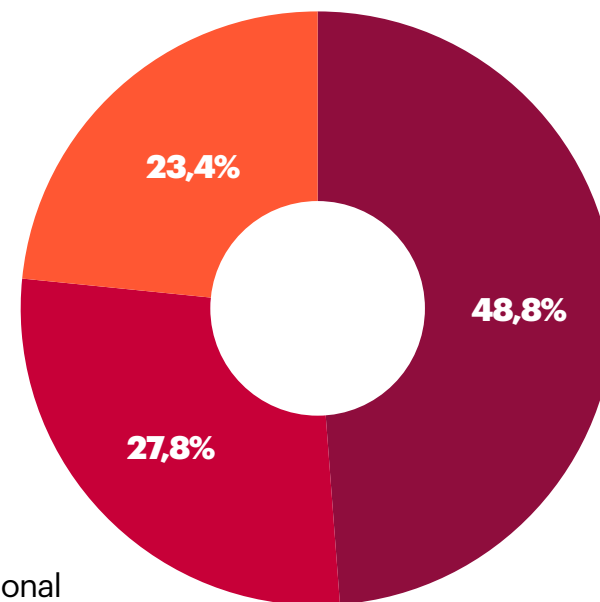


Terres de l'Ebre

1.589.341

Pernoctacions


- **48,8%** Mercat català
- **27,8%** Mercat espanyol
- **23,4%** Mercat internacional



 **10.095.967**
Allotjament en hotels

 **54,9%**
% Ocupació turística

 **806.760**
Allotjament en hotels

 **41,9%**
% Ocupació turística

 **7.424.265**
Allotjament en càmpings

 **95,3%**
Turistes en repetirien la visita

 **720.356**
Allotjament en càmpings

 **95,6%**
Turistes en repetirien la visita

 **2.320.589**
Allotjament en apartaments

 **97,6%**
Turistes recomanarien la visita

 **16.001**
Allotjament en apartaments

 **96,2%**
Turistes recomanarien la visita

9

L'any 2024
en dades



2

Viatges familiarització



2

Workshops



6

Viatges de premsa



9

Fires presencials

Durant el 2024 el Patronat de Turisme de les Terres de l'Ebre ha participat en un total de **nou fires presencials**.

Dues de les fires més destacades han estat FITUR i B-Travel, celebrades a Madrid i Barcelona, respectivament. En aquestes fires la destinació s'ha promocionat a través del model Córner, que permet coordinar i sumar esforços entre els diversos actors de promoció turística, tant públics com privats.

A banda de les fires de caire més generalista, les Terres de l'Ebre també han tingut presència a fires com *Fahrrad & WanderReisen i Fiets & Wandelbeurs*, que estan especialitzades en cicloturisme i senderisme. Aquestes dues fires se celebren a les ciutats de Stuttgart i Utrecht, respectivament, i corresponen a mercats emissors molt rellevants per a la destinació de les Terres de l'Ebre.

En l'àmbit del cicloturisme, les Terres de l'Ebre també han estat participants, d'una banda, a *Sea Otter Europe*, un festival europeu de referència sobre ciclisme que se celebra a Girona. D'altra banda, també han tingut presència a Ciclosferia, celebrat a València.

Les Terres de l'Ebre també han estat present a fires sobre *birdwatching*, com *Global Bird Fair*, que se celebra al Regne Unit, o el *Delta Birding Festival*, que se celebra a Amposta des de fa deu anys, i que s'ha consolidat com el festival de referència de l'ornitologia del sud d'Europa.

També en el terreny de l'ecoturisme es va participar a la Fira Naturcyl, un dels fòrums més rellevants a escala estatal sobre ecoturisme.

Quant als viatges, durant el 2024, les Terres de l'Ebre han organitzat i acollit **sis viatges de premsa, dos viatges de familiarització i dos workshops**.

Pel que fa a l'estratègia de comunicació, un any més s'ha optat per realitzar campanyes segmentades i prioritzar aquelles accions que ofereixen contingut patrocinat de qualitat als diversos públics objectius. Juntament amb la selecció d'un nombre molt ampli de mitjans s'ha aconseguit assolir un elevat impacte quantitatiu i qualitatiu.

En aquest sentit, s'han impulsat **divuit campanyes** durant el 2024. De totes aquestes, destaquen les tres campanyes realitzades amb el grup de treball de Viles Marineres, en què també s'inclou la difusió de les Jornades Gastronòmiques de la Galera, o les dues campanyes emmarcades en les Festes de l'arròs, la plantada i la sega, que estan adreçades a mercats de proximitat.

D'altra banda, també són importants les campanyes que es vehiculen des del conveni Córner, que es fan conjuntament amb els actors turístics rellevants de la destinació —com els patronats de turisme locals— i que són un exemple d'eficiència i de generar sinergies per donar a conèixer el valor que tenen les Terres de l'Ebre. Aquestes dues campanyes tenen una gran cobertura i estan adreçades al mercat català i a l'estatal.





56.992

Seguidors Instagram
+7,53%



11.247

Seguidors Twitter
+0,15%



63.717

Seguidors Facebook
+3,27%



535

Seguidors Tik Tok
+321,26%

9.1. Xarxes socials

Les xarxes socials de les Terres de l'Ebre són un aparador viu i dinàmic de la destinació, amb més de **132.340 seguidors**. Durant l'any 2024 s'ha generat un total de **920.920 interaccions**.

L'estratègia de continguts se centra a destacar els atractius turístics del conjunt de municipis de les quatre comarques de les Terres de l'Ebre, així com la singularitat dels dos Parcs Naturals que es troben en el context de la destinació.

S'han emprat recursos que tenen una major viralitat a les xarxes socials —com col·laboracions amb creadors de contingut— per cooperar i fomentar les iniciatives que s'impulsen des dels agents públics de la destinació, com els patronats de turisme municipals i comarcals.

A més, s'han creat productes que són útils per als visitants, com les propostes d'escapades en dates concretes del calendari.

Fruit de l'acció continuada realitzada a través de la gestió de les xarxes socials durant els 365 dies de l'any, s'han publicat un total de **3.168 posts** a totes les xarxes socials gestionades sota la marca Terres de l'Ebre. Aquesta xifra representa un **12,24%** més que l'any 2023.

D'entre les novetats, destaquen els posts per gaudir d'escapades a les Terres de l'Ebre. S'han publicat **25 reels** i **12 concursos** en col·laboració amb el Consell Regulador de la Terra Alta, l'única denominació d'origen vínica de la marca.

Pel que fa al nombre de seguidors, la plataforma de **Facebook** registra un total de **63.717 seguidors**; **Instagram** —la xarxa amb un major percentatge d'augment de seguidors i interaccions—, el perfil arriba als **56.992 seguidors**; a **X**, el nombre de seguidors se situa en **11.247**, i a **TikTok**, **535**.

9.2. Suport i ajuts a entitats de promoció públiques i privades

Al llarg de 2024 s'ha donat suport a entitats públiques i privades, amb l'objectiu comú de promocionar el turisme de la Costa Daurada i a les Terres de l'Ebre.

Pel que fa als convenis de l'àmbit de les Terres de l'Ebre s'han signat **quatre convenis de col·laboració**: el conveni Córner amb una aportació de **139.100 euros**; el conveni Viles Marineres amb una aportació de **60.000 euros**; el conveni amb l'Agència Catalana de Turisme amb una aportació de **100.000 euros** i el conveni amb l'Ajuntament d'Horta de Sant Joan, l'Ajuntament de Mont-roig del Camp, l'Agència de Promoció de Ciutat "Reus Promoció", l'Ajuntament del Vendrell i la Fundació Eurecat amb una aportació de **24.000 euros**. Mitjançant subvencions nominatives s'ha donat suport a **nou actuacions** per un import de **40.000 euros**.

El Patronat va atorgar subvencions en règim de concurrència competitiva per a activitats que fomentessin el desenvolupament del turisme a municipis, tant de la Costa Daurada com de les Terres de l'Ebre, per valor de **377.594 euros**. També es van destinar **600.000 euros** 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.

El Patronat va materialitzar un total de **cinc contractes de patrocini** d'esdeveniments i clubs esportius a la Costa Daurada i a les Terres de l'Ebre per un import global de **313.020 euros**.





Edita: Patronat de Turisme de Terres de l'Ebre

Revisió lingüística: Gràficament

Il·lustracions: Xavier Cendrós Ferré



@terresebre



Diputació Tarragona

Av. Colom, 33
43500 Tortosa
Tel. 0034 977 44 44 47

terresdelebre@dipta.cat
www.terresdelebre.travel