

# PATRONAT MUNICIPAL DE TURISME DE TARRAGONA

## MEMÒRIA D'ACTIVITATS 2014

Durant l'any 2014, el Patronat Municipal de Turisme de Tarragona ha continuat desenvolupant les activitats que li són pròpies i que s'emmarquen en dos àmbits d'actuació principals: la promoció de la ciutat a l'exterior per a la captació de visitants i la prestació de serveis als visitants que visiten la ciutat. Aquest any s'ha mantingut el potenciar la dinamització d'activitats culturals a Tarragona. Les línies d'accions i projectes marcats durant el 2014 cal emmarcar-los en el context de contenció econòmica.

### 1. Atenció i informació al visitant

Es manté la racionalització en els horaris d'obertura per tal de mantenir durant tot l'any 3 oficines de turisme a la ciutat. Cercant la millora del servei, des del 15 de maig i fins al 6 de setembre s'obre un punt d'informació a l'estació d'autobusos durant les hores de màxima afluència d'excursionistes de la Costa Daurada, especialment al visitant procedent de Rússia.

Manteniment de continguts amb les actualitzacions corresponents a les 6 pantalles tàctils implantades a la ciutat l'any 2011. Les dades totals (de gener a desembre de 2014) són les següents:

Pantalles tàctils	2014	2013	2012
Estació de trens	64.190	6.191	12.740
Serrallo	18.719	22.094	111.575
Estació d'autobusos	12.160	12.162	40.822
Rambla Nova	25.239	42.927	57.573
Plaça de la Font	19.979	62.229	86.259
Antiga Audiència	33.907	21.590	16.809
Totals	174.194	167.193	325.778

Manteniment dels 3 tòtems informatius situats, un al davant de l'estació de ferrocarril i dos als voltants de l'estació d'autobusos.

Es reedita la col·lecció de material gràfic del Patronat en funció de les necessitats puntuals, optimitzant recursos i ajustant els materials i formats a les necessitats reals. L'empresa Kasumi fa el programa de seguiment de distribució del plànol Tarragona Monumental per tota la Costa Daurada (des del Garraf fins a Benicarló, a més a més dels hotels més destacats de Barcelona), mitjançant un sistema de repartiment periòdic (cada 15 dies Tarragona ciutat i un cop al mes pels altres municipis) i de reposició en mobles i expositors estàtics. Es reparteixen un total de 200.000 plànols turístics.

Manteniment i actualitzacions corresponents de la base cartogràfica turística, amb imatge corporativa de l'ajuntament.

Es millora el contingut, recorregut i parades del trenet turístic.

Passatgers del trenet turístic:

2014	2013	2012	2011	2010
107.375 persones	80.792 persones	52.093 persones	46.275 persones	28.965 persones

Col·laboració amb la Guàrdia Urbana de Tarragona en el tractament de furts durant el període de major aflluència turística, models de denúncia en diferents idiomes: Català-Rus/ Català-Anglès/ Català-Alemanys i Català-Francès.

### 1.1. Estadístiques de consultes ateses:

Persones ateses des dels punts d'informació. En els quadres estadístics es fa una selecció dels països internacionals. La resta de dades queden reflectides en el quadre d'estadístiques, apartat de consultes ateses segons zones de procedència, on apareixen els totals:

A nivell internacional, França es segueix mantenint amb diferència com a principal mercat emissor, augmentant un 7,40% respecte l'any anterior. Dos països no gaire destacables com a mercats emissors per a Tarragona, però que augmenten considerablement són: Irlanda (57,81%, passant de 576 a 909) i Àustria (59,5%, de 200 a 319). Tot i el descens d'alguns països (Noruega i Dinamarca), els països nòrdics es segueixen mantenint gràcies a l'augment de Suècia (48,14%). Rússia pateix un lleuger descens (6,25%). A destacar també l'ascens d'alguns mercats emissors més llunyans com són Austràlia i Estats Units, augmentant 25,63% i 15,93% respectivament.

A nivell nacional, les principals Comunitats Autònomes emissores de visitants vers la ciutat de Tarragona es segueixen sent les mateixes i són Madrid amb 5.503, el País Valencià amb 5.400 i Euskadi amb 5.529 persones ateses (Euskadi augmenta un 21%).

	Gen	Feb	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Des	TOTAL
Tarragona	537	868	899	3344	1997	818	1239	5344	16925	665	462	651	33.678
Catalunya	1128	1563	1887	4494	3034	1780	2198	5999	2833	1378	1106	1276	28676
Resta Espanya	848	1198	2308	5199	2322	2226	4642	8393	3013	1671	1104	1201	34125
Alemanya	66	132	178	466	440	430	498	1270	1085	570	85	113	5333
França	175	246	539	1714	2491	1141	5354	10567	2707	1976	284	620	27814
Benelux	24	48	103	281	489	378	1325	1205	645	353	42	26	4919
Itàlia	112	38	159	130	139	166	322	1228	253	159	58	138	2902
Regne Unit	59	83	129	458	639	1342	804	1765	1284	753	80	106	7502
Irlanda	4	9	3	27	74	161	230	188	98	96	14	5	909
Àustria	4	0	8	46	22	18	35	54	19	55	54	4	319
Països Nòrdics	19	22	495	69	113	62	389	92	285	106	23	38	1713
Alt. Europa	59	85	175	155	166	387	444	795	579	233	52	25	3155
Rússia	51	30	65	255	658	3350	1864	3459	2470	310	27	30	12569
USA	34	35	164	150	186	276	300	154	203	204	42	32	1783
Canadà	23	11	63	49	106	53	120	93	124	88	23	12	765
Altres Amèrica	157	121	110	183	205	238	397	424	318	237	105	78	2573
Japó	50	32	70	13	66	34	228	59	49	36	11	21	669
Alt. Àsia	39	38	35	35	61	109	93	105	65	30	35	13	658
Àfrica	0	0	0	4	5	17	13	37	5	4	2	27	114
Austràlia	7	5	10	14	43	119	64	55	40	23	10	12	402
Alt. Oceania	0	3	3	1	2	3	9	5	8	2	2	0	38

	2014	2013	2012	2011	2010
Catalunya	62.354	63.256	56.062	61.479	75.722
Espanya	34.125	30.379	31.752	41.568	43.517
Europa	67.135	65.797	60.242	58.861	63.598
Resta del mon	7.002	6.425	6.948	18.491	18.097
Total	170.616	165.857	155.004	180.399	200.934

## 2. Fires, promocions i workshops:

La participació a fires s'ha realitzat de manera majoritària formant part del corner de fires sota el paraigües del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona amb la marca "Tarragona, essència mediterrània". Es participa en 4 fires internacionals (ITB-Berlín, MITT Moscú, VAKANTIEBEURS-Utrecht i WTM-Londres) i promoció França, a 1 fira nacional (SITC-Barcelona) i a 2 fires estatals (FITUR-Madrid y NAVARTUR-Pamplona). Destacar que a NAVARTUR/Pamplona es va participar amb el recolzament d'una bona campanya publicitària que divulgava la reconstrucció històrica que es va dur a terme i també es van distribuir per la ciutat cubs amb fotos promocionals.

S'ha assistit a dos workshops, el BUY CATALONIA-Barcelona, trobada de tour operadors multimercat a nivell mundial i al Workshop In&Out de receptius de la Costa Daurada, a més, s'ha col·laborat en el workshop DO Tarragona.

A través de la Xarxa "Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanitat" s'ha mantingut una participació intensa a les següents accions de promoció de destinacions:

- Fira Vakantiebeurs d'Utrech- Països Baixos
- Fitur-Madrid
- Fira ITB- Berlín
- Fira Salón des Vacances de Bruxelles- Brussel·les (Bèlgica)
- Fira Mundo Abreu- Lisboa (Portugal)
- Jornada de España a Duin Kruidberg- Països Baixos
- Presentacions Institucionals al Cono Sur- Argentina, Perú i Xile
- Jornades de Turespaña a Xina- Shangai, Pekín i Cantón
- Roda de Premsa Spagna a Bologna i exposició fotogràfica- Bolònia (Itàlia)
- Campanya de públic La Spagna a Bologna (Itàlia)
- Presentació de destinacions a Frankfurt (Alemanya)
- Seminari amb la OMT a Santiago de Compostela
- Campanya de públic L'Espagne a Nantes- Nantes (França)
- Presència a la campanya de públic Spaniem Am Main- Frankfurt (Alemanya)
- Fira Jata de Tokio
- Fira China International Travel Mart- Shangai (Xina)
- Presentació institucional a Los Ángeles, Orlando i Tampa (Estats Units)

També s'ha treballat de manera continuada amb altres xarxes de ciutat com Autoritat Portuària, Agència Catalana de Turisme i "Red Ciudades AVE". Aquestes relacions i treball permeten poder establir un marc per al intercanvi d'experiències i coneixements amb altres ciutats i , sobretot, donen la possibilitat de realitzar accions de promoció que per la seva magnitud seria impossibles de realitzar en solitari, podent arribar a mercats tant llunyans com els asiàtics o americans.

Dades de participació a fires i promocions segons mercats:

	FIRES, PROMOCIONS I PRESENTACIONS			MERCATS MADURS			MERCATS EMERGENTS			MULTIMERCAT		
	2014	2013	2012	2014	2013	2012	2014	2013	2012	2014	2013	2012
<b>Internacionals</b>	18	27	25	Alemanya Benelux Portugal Itàlia França EEUU Gran Bretanya Japó	Alemanya EEUU Japó Portugal França Gran Bretanya Benelux	Alemanya EEUU Japó Portugal França Gran Bretanya Austràlia Holanda	Xina Argentina Perú Xile Rússia	Xina Brasil Japó Índia Ucraïna	Xina Hong Kong Argentina Índia Rússia	Buy Catalonia	Uniter	Buy Catalonia
<b>Nacionals</b>	7	10	9	Madrid Barcelona Navarra	Madrid Barcelona Pamplona	Madrid Barcelona Pamplona València Valladolid Lleida St. Sebastià						

Es col·labora amb el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona aportant noves imatges pel banc d'imatges genèric de la marca.

Sota la gestió de l'Agència Catalana de Turisme (ACT), el PMTT forma part del Club Cultura, del Club Gastronomia i del Catalunya Convention Bureau (CCB)

Es col·labora amb la Generalitat amb el Pla de Gestió de Patrimoni Tarraco.

També es col·labora amb l'ACT amb Virtuoso de Llatinoamèrica (xarxa d'agents de viatge de luxe), amb el Club Experience, a més, es col·labora en el catàleg Any de Turisme Familiar i es renova la proposta del catàleg de Turisme Gastronòmic. Amb el CPT Benelux es col·labora amb Holidea Secret Cities, una agència de viatges online de Bèlgica. Dins de l'ACT també es col·labora en un curs de formació online, Turismo Urbano para famílies, per AAVV de mercat espanyol.

Amb el CPT de França insercions al blog Envie de Catalogne.

Conveni amb Natalie Tours Incoming, s'imparteix formació als guies russos per tal que coneguin la ciutat.

Es col·labora amb el Departament de Cultura acollint 4 instagramers amb motiu del Concurs de Castells de Tarragona.

S'inicien els tràmits juntament amb l'Agrupació d'Associacions de Setmana Santa, l'Ajuntament de Tarragona i la Generalitat de Catalunya per tal de declarar la Setmana Santa, Festa d'Interès Turístic Nacional.

## 2.1. Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España

El ser membres d'aquesta associació permet fer difusió de Tarragona a nivell nacional i internacional, i sobretot, a mercats de difícil accés. Per aconseguir aquesta promoció se signen convenis amb el sector i es realitzen publicacions. A banda de les fires i promocions ja contemplades en el quadre anterior cal destacar:

GCPHE	2014
Convenis: Turespaña, Renfe, Paradores, Madrid, Chinese Friendly Cities, Vuelta a España i Museo Thyssen.	7
Campanyes publicitàries: El País guia 2015 "El viajero", ABC "Viajar", <a href="http://www.elmundo/ocholeguas">www.elmundo/ocholeguas</a> i La Razón suplemento viajes	4
Publicacions: Edició Spain Heritage Cities en Revista Conde Nast India/Bombay, Edició fulletó localitzacions Film Commissions-OET Bombay, Reedició material de difusió, actualització amb Baez i Úbeda (GEO Descubre las Ciudades Patrimonio, TURESPAÑA Ciudades Patrimonio, Turismo Idiomático i Dossier Profesional 2014), Newsletters mensuals i redacció continguts fulletó de Turismo Familiar.	7+12 newsletters

## 2.2. Red Ciudades Ave

Promocions i Fires (a destacar):

- Presentació de la Red de Ciudades Ave als directors de les OET's a Fitur.
- Presentació a Colombia
- Fira ITB Berlín
- Fira COTTM Pekín
- World Travel Market Londres
- Accions comercials i promocionals a Argentina, Chile i Perú.
- Acció comercial a Moscú

Producte turístic: RENFE SPAIN PASS: col·laboració amb RENFE i Turespaña: turistes estrangers desplaçant-se en AVE per Espanya amb una tarifa plana. La ciutat de Tarragona ofereix el valor afegit d'una visita guiada.

Comunicació ( a destacar):

- Campanya Mupis, 26.631.053 impactes
- Campanyes a Facebook i twitter
- Reportatges sobre les destinacions AVE a premsa irlandesa
- La revista belga Grande dedica una pàgina complerta al Renfe Spain Pass
- La revista LADEVI fa menció a la Red de Ciudades Ave
- Reportatges a la Tailàndia a les revistes Traveller's Companion, Travel around the world i Honeymoon Travel.
- La Red de Ciudades Ave serveix com a plató pel rodatge de Divas hit the road, programa de la televisió de Hunan (Xina)
- S'actualitza la web [www.avexperience.es](http://www.avexperience.es)

Convenis: Renfe/Turespaña/Red Ciudades Ave, Comunidad de Aragón, Paradores, Dirección General de Turismo de Castilla y León, Generalitat Valenciana, Fundación pequeño deseo, Comunidad Autónoma de Madrid, NH Hotel Group i Junta de Andalucía.

### 2.3. Xarxa Consorci Turístic del Baix Gaià

Seguim sent membres del Consorci Turístic del Baix Gaià, entitat que promou la sub-comarca del Baix Gaià com àmbit territorial d'actuació turística diferenciat. Participen 12 municipis. A banda de tota la informació sobre Tarragona que apareix al web, s'edita un nou opuscle amb informació dels municipis que hi formen part.

S'editen pòsters amb fotografies panoràmiques de cada municipi i s'instal·la un plafó, en aquest cas al mirador de la Urbanització de la Móra amb la fotografia panoràmica corresponent al municipi de Tarragona.

### 3. Viatges de premsa i familiarització

Una de les funcions importants del Patronat és l'acolliment de professionals del turisme o bé de grups que, atesa la seva condició, necessiten un tractament especial, tenint en consideració els mercats d'on provenen i que la majoria d'ells estan interessats en el turisme cultural, religiós, natural, familiar, de luxe, d'aventura i gastronòmic: 19 fam-trips (1.076 TTOO i programadors oficials), 20 press-trip (306 periodistes) i 2 blogtrips (40 bloggers). Per aquest motiu, el Patronat Municipal de Turisme ofereix a aquests sectors de la intermediació, la premsa especialitzada i d'altres prescriptors, visites guiades, així com a material turístic que pugui complimentar els seus coneixements.

Es realitza un blogtrip amb 4 bloggers de Minube on es porten a terme diferents accions de promoció:

- Actualització de la guia d'oci
- Realització d'un vídeo promocional
- Accions en xarxes socials
- Publicació de tres esdeveniments al calendari
- Patrocini al web de Minube
- Inclusió a l'apartat recerques suggerides del web
- Newsletters

#### VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

	2014	2013	2012	2011	2010
<b>Famtrips</b>	19 (1.076 TTOO i programadors professionals)	22 (1.200 TTOO i programadors professionals)	16 (1.172 TTOO i programadors professionals)	33	20
<b>Presstrip</b>	20 (306 periodistes)	18 (270 periodistes)	15 (165 periodistes)	17	34
<b>Blogtrips</b>	2 (40 bloggers)	7 (60 bloggers)	3 (29 bloggers)	--	--
<b>Visites institucionals</b>	12 (200 persones)	15 (250 persones)	31 (410 persones)	141	130
<b>Total visites organitzades</b>	47	62	65	191	184
<b>Guies contractats</b>	60	80	70	219	238

### 4. Premsa i comunicació

L'acolliment de les peticions dels professionals del món de la comunicació i altres empreses de diferents sectors, consisteix en l'assessorament i l'assistència a tècnics, com ara la tramitació de permisos, la concertació d'entrevistes, l'organització de visites, la tramesa d'informació sobre la ciutat o qualsevol altra petició. L'objectiu és promoure la presència activa en el mercat turístic.

La tasca de difusió, què té com a objectiu divulgar l'activitat cultural i festiva anual més rellevant de la ciutat, es recolza en un seguit d'accions publicitàries i de comunicació:

A nivell radiofònic:

RAC 1 Tarragona – 350 falques

RAC 1 Desconnexions – 150 falques a cada zona (Barcelona, Girona, Catalunya Central i Lleida)

RAC 1 – Tarraco Talgo- 50 falques

40 Principals Tarragona- Campaña Night & Shop by Tarragona- 30 falques

Cadena Ser –campaña Setmana Santa – 200 falques

Cadena Ser Tarragona – 100 falques

Cadena Dial Tarragona – 100 falques

40 Principals Tarragona – 100 falques

Col·laboració de Tarragona Ràdio en la difusió de les campanyes The Family Week i Night & Shop by Tarragona.

RAC 105 promoció al programa Fricandó

A nivell premsa escrita – un total de 49 impactes controlats:

10 anuncis entre el Diari El Punt Avui i el suplement Presència

1 anunci a El Punt Avui –a la revista Presència amb motiu de l'especial Turisme a casa.

1 anunci a l'opuscle Guia de Setmana Santa

1 anunci + saluda a la guia dels principals actes de la Setmana Santa

1 redaccional a la guia turística Turismedia

3 anuncis a la revista Gastronomia i Turisme

Varis articles al suplement rus del Diari de Tarragona durant l'època estival

5 anuncis a Sàpiens publicacions

1 anunci al "Què Fem", suplement de La Vanguardia (desembre)

1 anunci a la Revista Gastronomas

1 anunci a la revista CUINA

1 anunci a la revista ARA

1 anunci a Cap Catalogne

2 anuncis + redaccional a la revista anual russa Вестник

1 anunci a la revista Horse

Col·laboració amb imatges a la web corporativa de Repsol

Col·laboració amb ajuntament de Tarragona per publicitar la ciutat a una revista de Fuengirola

1 anunci a la revista russa Daurada Magazine 2014

1 anunci a la revista russa Costa Daurada

1 col·laboració amb informació i fotos a la revista Viu Tarragona

1 anunci a la revista Glamour de la Costa Daurada

2 anuncis a la revista Tarragona Shopping

2 insercions publicitàries a la revista Catalonia Today

4 insercions publicitàries a la revista MUM'S

1 menció a la Revista Viajar dins del reportatge "Costa Daurada, 10 rutas desde la playa"

1 menció a la Revista Viajar dins del reportatge "Productos y restaurantes estrella de la Costa Daurada"

Col·laboració amb la Revista Condé Nast Traveller amb el reportatge "Balcón del Mediterráneo"

Altres:

2 vinils diferents als busos de l'EMT: Tarraco Viva i Tarragona Història Viva

2 vinils al Tarraco Trenet Turístic: Tarragona Ciutat de Castells i Tarragona Història Viva

Conveni amb Port Aventura: es renova la col·laboració conjunta entre el parc temàtic i el Patronat

Mercat del Fòrum: vinils Tarragona Monumental, representació gràfica de la Tarraco romana d'Hugo Prades, Tarragona Història Viva i Tarragona ciutat de castells

El córner de màrqueting i comunicació organitzat pel Patronat de Turisme de la Diputació contempla:

Acció Radio Mercat Català  
Campanya publicitat TIMEOUT.cat  
Campanya Saragossa  
Campanya TripAdvisor  
Campanya TTOO Francès  
Campanya Rhone Alpes-Aquitaine

## 5. Web i noves tecnologies

Presentació del nou web a finals de juliol amb apartats de nova creació i nous pilars de comunicació: La ciutat de la història, Essència mediterrània, Ciutat de Castells, Amb gust a Tarragona (Tarragona gastronòmica i les 3 associacions + Tàrraco a Taula + Slow Food), L'essència de Tarragona, Espai Turisme i Espais Verds. A més, cal destacar la incorporació d'una plataforma de venda de productes i experiències.

Es continua apostant pel bloc de Tarragona turisme: Tarragona Experience, i pels nostres canals 2.0 (Facebook, Twitter, Google +, YouTube, Vimeo, Flickr, Instagram, Foursquare i Issuu). Així mateix per l'espai Tarragona en imatges al qual s'hi van incorporant noves fotografies i vídeos. Menció especial a la promoció dels vídeos següents: Disfressa d'or de Rafael López-Monné i Rafa Pérez , Rues d'Artesania i Lluïment de Rafael López-Monné i Manel R. Granell, minube trip, "Del marbre a la vida" de Manel R. Granell, Enjoy Tarragona de la campanya de Patrimoni i Compres, Història Viva de Manel R. Granell i 4 de castells (assaig i visita guiada, escola de castells, nan casteller i concurs de castells) de Manel R. Granell per a la secció *Tarragona vista en imatges* i per a l'àrea de *Professionals*.

Home dinàmica amb imatges potents a la capçalera que es van canviant segons el calendari festiu, així doncs: Carnaval, Setmana Santa, Tàrraco Viva, Castells, Història Viva i Santa Tecla. Una home a més amb promocions destacades, d'actualitat o recomanades: 150 esdeveniments.

Es posa en valor als allotjaments, restaurants, museus i monuments, centres comercials, locals Plataforma Nits Q, platges, empreses d'activitats, guies i calendari de festes en una tasca contínua d'actualitzar els seus continguts.

A allotjaments (hotels, càmpings, pensions i apartaments) s'afegeix el NIRC (núm. d'inscripció al Registre de Catalunya) atenent a la llei en matèria de publicitat d'establiments turístics.

Afegit un apartat de *Tax Free* a l'apartat de Compres

Incorporació del cercador de viatges on line GoEuro a Tarragona dins d'Europa i Mitjans de Transport

Es continua apostant pel format de minisite per a la campanya Tarragona Family Week i es creen de nous: Tarragona ciutat de castells i Tarragona Història Viva

Renovació del servei d'audioguies-geolocalitzades gratis (C/E/FR/GB) a woices.com: Infospot Tàrraco Romana. Baner al nostre web amb enllaç a aquest Infospot així com 2 baners més amb enllaç a les app per a iOS i Android.

Presentació oficial de l'App turística Tarragona 24 h en roda de premsa (19 de febrer) en els idiomes següents: C/E/FR/EN/D/RU, publicada amb la col·laboració de W3IS2, Internet Solutions & Internet Systems, SL, spin-off de la URV, i descarregable gratuïtament a Google Play i App Store.



Des del Patronat Municipal de Turisme de Tarragona s'ha assumit la confecció d'una agenda en dos idiomes, català i castellà i esdeveniments puntuals en francès i anglès, de manera que agafa totes les activitats que es realitzen a la ciutat i rodalies: [www.agendatarracoromana.cat](http://www.agendatarracoromana.cat).

Altres webs – col·laboració i cessió d'imatges:

Web de Tarragona Cruise Port. Col·laboració amb el Port de Tarragona

Web PT de Salou: apartat de Tarragona al nou web

Reportatge a la revista gastronòmica Gastronomas [www.revistagastronautas.es](http://www.revistagastronautas.es).

Portal de promoció turística [www.espaunica.com](http://www.espaunica.com).

Skyscanner (Escòcia): article de festes

Web: (font: Google Analytics)	2014	2013	2012	2011	2010
Visites Web	326.694	269.291	135.808	251.635	202.130
Nombre de pàgines vistes	1.235.911	1.145.128	677.513	--	--

Posicionament Alexa . Un dels indicadors que s'utilitzen per mesurar la popularitat, l'èxit i el trànsit d'un web és l' índex numèric, que va crear la companyia americana Alexa.com –subsidiària d'Amazon-, el valor del qual ens dona una mesura de la popularitat en base a les visites que es tenen. Els webs més populars d'Internet se situen entre els 100.000 primers. Els webs amb poc trànsit hi són entre els 2 i els 4 milions.

Al novembre del 2011, el web de Tarragona Turisme estava posicionat al lloc 2.180.290.

En l'escalada de posicions, s'arriba a ocupar el millor resultat al setembre del 2014: 641.683.

Web: procedència de visitants (10 primers països)

País / Territori	2014		2013		2012	
	Visites	% Visites	Visites	% Visites	Visites	% Visites
Espanya	236.035	72,25%	199.432	74,06%	108.299	79,74%
França	25.569	7,83%	19.941	7,41%	5.294	3,90%
Rússia	6.624	2,03%	6.859	2,55%	3.824	2,82%
Alemanya	8.330	2,55%	6.541	2,43%	2.788	2,05%
Regne Unit	8.093	2,48%	6.527	2,42%	2.186	1,61%
Estats Units	6.196	1,90%	3.667	1,36%	1.262	0,93%
Itàlia	6.701	2,05%	3.379	1,25%	1.846	1,36%
Bèlgica	2.715	0,83%	2.197	0,82%	821	0,60%
Holanda	2.287	0,70%	1.818	0,68%	831	0,61%
Suïssa*			1.669	0,62%	--	--

\*Al 2014 Suïssa no està entre els 10 primers països, hi és a l'11è lloc. Entre els 10 primers, a la 9ena posició, caldria afegir Brazil amb 2.504 visites (0,77%)

Evolució al perfil de Facebook:

	2014	2013	2012	2011	2010
Amics al perfil de Tarragona Turisme	5.000	5.000	5.000	3.391	56
Increment d'amics respecte l'any anterior	0 ( màxim permès)	0 ( màxim permès)	+ 1.609	+ 3.335	--

Evolució a la pàgina de Facebook:

Evolució a la pàgina	2014	Increment fans (2014-2013)	2013	Increment fans (2013-2012)	2012	Increment fans (2012-2011)	2011	Increment fans (2011-2010)	2010
Facebook català	6675	+1284	5.391	+3.985	1.406	+886	527	+520	7
Facebook castellà	1531	+203	1.328	+1.196	132	+98	34	+31	3
Facebook anglès	302	+57	245	+203	42	+30	12	+11	1
Facebook francès	248	+52	196	+173	23	+20	3	+2	1

Facebook – total:

	2014	2013	2012
Tarragona turisme (4 idiomes)	13.756 amics	12.160 amics	6.603 amics

Twitter:

	2014		2013		2012	
Tarragona Turisme	7.187 seguidors	4.223 piulades	5.572 seguidors	12.967 piulades	2.910 seguidors	6.117 piulades

Instagram:

	2014	2013	2012
TGNturisme	4.044 seguidors	2.218 seguidors	579 seguidors

Altres:

	2014	Increment (2014-2013)	2013	Increment (2013-2012)	2012
Flickr	202	+1	201	+122	79
Google+	279	+154	125	--	--
Youtube	126	+56	70	+57	13

## 6. Projecció imatge

Seguiment de la correcta aplicació de la imatge i comunicació en qualsevol element corporatiu.

Es dissenyen els nous logotips de marca Tarragona Història Viva en C/E/FR/EN/D/IT/RU.

Reedició de la guia professional, format web, en C/E/GB

S'amplia l'arxiu fotogràfic amb les il·lustracions i imatges següents:

14 il·lustracions © Hugo Prades

1.045 imatges diverses de Carnaval, Setmana Santa, Història Viva, Tàrraco Viva, Slow Food, Castells, Tarraco Talgo, panoràmiques, festes i platges de Manel R. Granell, Rafael López-Monné, Montse Riera i Joan Capdevila.

Col·laborar amb el Port en l'edició del catàleg Port Tarragona 2015 tot facilitant imatges. També es col·labora en aquest sentit amb Tarragona Smart City per al Smart City Expo World Congress.

Edició de material i marxandatge:

	Reedició	Nova edició
Plànol "Tarragona Monumental"	100.000 (C/E/FR/EN)	200.000 (C/E/FR/EN)

		50.000 (D/IT/RU/NL)
Guia presentació de Tarragona		5.000 (E/EN)
Directori de restaurants		3.000 (C/E/EN/FR)
Cartell Setmana Santa		2.500 C
Guia "Tarragona, ciutat de castells"		20.000 (C/E/FR/EN)
Cartell "Tarragona, ciutat de castells"		250 (C/E/FR/EN)
Guia "Tarragona, Història Viva"		20.000 (C/E/FR/EN)
Cartell "Tarragona, Història Viva"		250 (C/E/FR/EN)
Guia de platges		10.000 (C/E/FR/EN/D)
Guies "Ruta dels primers cristians de Tàrraco"	20.000: 6.000 C+6.000 E+4.000 EN+4.000 FR	
Carnet "Ruta dels primers cristians de Tàrraco"		500 (C/E/FR/EN)
Cartell del Seguici Popular (il·lustració d'Hugo Prades)		1.500 C
Mapa de Tàrraco (representació gràfica al s.II d'Hugo Prades)		2.000 (C/E/FR/EN)
Tríptic Famtrip cicloturisme		1.000 (EN)
Bosses promocionals (reutilitzables de TNT)		20.000
Adhesius Tarragona	5.000	
Lanyards	5.000	
Tiquet campanya museus – PortAventura		2.000 (C/E/EN/FR/D)
Targeta saluda	7.000 (C/E/EUSK/EN/FR/D/IT/RU/NL)	
Punts de llibre	5.000: 1.000 El Gegant Moro 1.000 La Geganta Mora 1.000 El Gegant Negrito 1.000 La Geganta Negrita 1.000 El Nano Capità	
DVD veni vidi visit+time lapse		500 (C/E/FR/EN/D/IT)
Programa de Santa Tecla		5.000 (E/FR/EN)
Programa de Sant Magí		1.400 (E/FR/EN)
Clauer imatge balcó	50	
Imant blanc imatge balcó	100	
Imant negre imatge balcó	100	
Samarreta imatge balcó	250	
Xapa blanca imatge balcó	150	
Xapa negra imatge balcó	150	
Samarreta negra Tarragona	500	
Retallable gladiador	500	
Puzzle gladiador	30	
Preus càmpings		500 (C/E/FR/EN/D/ITA)
Preus hotels		1000 (C/E/FR/EN/D/ITA)

Difusió del llibre *A peu per Tàrraco*, editat en C/E/FR/EN.

Difusió del llibre *Amphitheatrum, Memoria Martyrum et Ecclesiae. Les intervencions arqueològiques a l'amfiteatre de Tarragona (2009-2012)* de Judit Ciurana, Josep Maria Macias, Andreu Muñoz, Imma Teixell i Josep Maria Toldrà.

Col·laboració amb Associació Cultural Sant Fructuós en l'edició del llibre "La Tàrraco del primers cristians"

Adquisició del llibre Tarragona Patrimoni Humà de Triangle Postals: 100 E, 60 EN, 40 FR, 10 D i 40 RU amb díptic editat amb l'eslògan promocional de Tarragona turisme

## 7. Planificació, organització i gestió del producte turístic

### 7.1.Tarragona, Història Viva III edició

- Producte de reconstrucció històrica pensat per als visitants de la ciutat
- 3.474 persones gaudeixen de Tarragona Història Viva

12/07 a 06/09	Nombre d'assistents
Reconstrucció històrica	919 persones
Familiar	311 persones
Gastronòmica	43 persones
Visites comentades	37 persones
Monòlegs-Gent d'August	150 persones
Visita lliure Especial August	2014 persones

Procedència dels assistents	Percentatge any 2014	Percentatge any 2013
Zona Tarragona	42%	39%
Zona Barcelona i resta Catalunya	24%	29%
Resta d'Espanya	18%	16%
Europa	15%	14%
Amèrica	1%	2%

### 7.2.Tarragona, Ciutat de Castells

- Producte cultural consistent en activitats relacionades amb el món casteller com visites guiades, participació en assajos, escola de castells, taller familiar del nan casteller i creació d'una nova diada.
- Mostra paral·lela amb imatges i audiovisual sota el títol " El cel dels castells".

Procedència dels assistents als assajos	Percentatge any 2014	Percentatge any 2013
Catalunya	14%	14%
Resta Espanya	20%	21%
França	38%	29%
Itàlia		7%
Holanda	8%	
Alemanya	7%	
Bèlgica	4%	
Regne Unit		8%
Rússia	2%	
Altres Europa	2%	
Estats Units		6%

### 7.3 Tarraco Talgo

Iniciativa de Renfe amb la col·laboració de l'Ajuntament de Tarragona, Talgo i el Museu del Ferrocarril de Catalunya per a recuperar el tren "Catalan Talgo" de l'any 1969.

Inclou el viatge d'anada i tornada amb inici a l'estació de França de Barcelona, estació de Sants a Barcelona o Estació de Vilanova i la Geltrú, una visita guiada amb entrada als monuments i

museus municipals, descomptes en altres com la Catedral i el Museu Arqueològic i promocions en comerços i restaurants de la ciutat.

Des del 31 de maig i fins el 4 d'octubre es comptabilitzen un total de 1.631 passatgers, la majoria, 1.030 inicien el seu viatge a l'estació de França de Barcelona.

- Valoració del servei

La valoració global del servei ha estat molt positiva i el 83% dels passatgers valoren amb un 4 o un 5, en una escala de 0 a 5. Els elements més valorats són: la tematització del tren 97%, la visita guiada a Tarragona 95% i la documentació facilitada durant el viatge, 91%

Respecte als monuments i museus de la ciutat, la visita més valorada ha estat el Circ romà, 20%, seguida de l'amfiteatre, 15% i el Pretori amb un 10%.

La majoria dels bitllets han estat venuts a través del portal web [www.renfe.com](http://www.renfe.com) a l'apartat Ocio en el tren, el 79% dels passatgers han estat adults majors de 45 anys i entre les motivacions, trobem l'atractiu del producte, 51% i per gaudir de l'experiència del viatge, 28%.

- Difusió en mitjans de comunicació

Notícia al telediari deTV3.

Anunci a la revista Sapiens, grup Descobrir.

Falques a RAC1.

Reportatge al suplement de La Vanguardia.

Difusió a Twitter i Facebook (Tarragonaturisme)

peça a l'agenda cultural de l'Ajuntament de Tarragona

Banner al portal turístic [tarragonaturisme.cat](http://tarragonaturisme.cat)

- Edició de material

Quadern infantil Tarraco Talgo (C/E/FR/EN)

Bitllet Tarraco Talgo

Diari Tarraco Talgo (C/E/FR/EN)

Tríptic Tarraco Talgo (C/E/FR/EN)

## 8. Especialització de la destinació – dinamització d'activitats organitzades i coorganitzades

S'ha continuat amb l'objectiu d'aconseguir que la destinació Tarragona sigui un lloc referent alhora d'entendre el patrimoni romà. A nivell de divulgació històrica, l'acte clau i referent internacional és el Festival Tàrraco Viva. S'ha treballat en ell per tal de generar una activitat i indústria cultural que aporti tot l'any el valor afegit necessari vers altres destinacions.

Amb la finalitat de consolidar una imatge de ciutat viva i dinàmica mitjançant la valorització dels esdeveniments a partir de l'estructuració i difusió d'aquests sota la visió turística, s'han dinamitzat diverses activitats, aprofitant tot el moviment d'associacionisme tarragoní (associacions de comerciants, restauradors, esportives, etc):

- Parc ecològic Hort de la Sínia (visites guiades tot l'any)
- Carnaval (24 febrer - 4 març)
- El tren de los "calçots". Un fin de semana gastronómico en Tarragona (sábados y domingos, desde el 15 de febrero al 9 de marzo)
- Festival Internacional Dixieland de Tarragona (7 - 13 abril)
- III edició del Tarragona Family Week (turisme familiar) (11 - 17 abril)
- Setmana Santa (13 - 20 abril)
- Tarraco Viva (5-25 maig)

- Fira del Vi de la DO Tarragona (30 maig - 1 juny)
- IV Festival Minipop Tarragona (turisme familiar) (6 - 8 juny)
- Night & Shop by Tarragona (campanya comercial) (13 juny)
- Tarragona, ciutat de castells (24 juny - 5 octubre)
- Tarraco Talgo (31 de maig-4 octubre)
- III edició de Tarragona Història Viva (12 juliol – 6 setembre)
- Concurs Internacional de Focs Artificials (2 - 5 juliol)
- La Imagina (14-17 agost)
- Sant Magí (19 agost)
- Santa Tecla (23 setembre)
- Tallers oberts (1a quinzena de setembre)
- Night & Shop Autumn by Tarragona (campanya comercial) (5 desembre)
- Jornades de l'arròs (del 13 al 30 de novembre)
- SCAN (16 octubre - 21 desembre)
- REC (del 3 al 8 de desembre)
- Campanya genèrica de Nadal de comerç (desembre)
- Exposició al pati de Jaume I de l'ajuntament: "Tarragona, una història de castells" (de l'1 al 31 d'agost)
- Activitats a l'Espai Turisme:
  - "Rastres" de Manel R. Granell (des del 18 de desembre de 2013 al 23 de febrer de 2014). Exposició fotogràfica
  - Tast i maridatge de vermouth Yzaguirre amb delicatessens del restaurant La Grava (15 de febrer de 2014)
  - "Carnaval 2014, Retrospectiva 2013" (del 24 de febrer al 16 de març de 2014). Exposició fotogràfica
  - Tarragona en 365 imatges (del 20 de març al 9 de maig de 2014). Exposició fotogràfica
  - Tast i maridatge de "Rosita": la cervesa artesanal de Tarragona (29 de març de 2014)
  - "El cel dels Castells" (del 24 de juny al 20 de juliol de 2014). Exposició fotogràfica
  - Tallers del Nan Casteller (del 28 de juny al 6 de setembre de 2014)
  - "25 anys de Concurs". Els 25 Concursos de Castells a través dels seus cartells (del 21 de juliol al 7 de setembre de 2014)
  - Taller de preparació i degustació de còctels amb Chartreuse (18 i 19 de setembre de 2014)
  - Tast i maridatge de vermouth Yzaguirre amb elaboracions del restaurant Almosta (22 de novembre de 2014)
  - Exposició ÍDEM amb fotografies de Ram(on) Giner i Filella (del 21 d'octubre al 21 de desembre de 2014)
  - Exposició "44a edició del Concurs del Trofeu Cèsar August" (del 24 de gener al 8 de febrer de 2015)
- Ruta dels primers cristians

## 9. Gastronomia

Es segueix impulsant la federació Tarragona Gastronòmica que agrupa les 3 associacions existents: ARPA, ARCS i ARTE

S'ha col·laborat en un total de 13 activitats relacionades amb la gastronomia:

- La Part Alta somriu a la Crisis. Del 7 de febrer al 2 de març.
- Tarragona Restaurant Wine. Del 19 de març al 4 d'abril.
- Art Chartreuse a Taula. De l'1 al 27 d'abril.
- VI Tarragona dTapes. Del 25 d'abril a l'11 de maig.
- Tarraco Tapes. Del 25 d'abril a l'11 de maig.
- Tàrraco a Taula. Del 5 al 25 de maig.
- XVI Fira del vi de la DO Tarragona. Del 30 de maig a l'1 de juny.
- Sopars sota els focs. Del 3 al 6 de juliol.

- 3er Festival Arpa. Sopar i música en viu. Juliol-setembre.
- Espineta i arrossos. 14 de setembre.
- I Tarragona dPintxos. Octubre.
- 4rt Festival Arpa. Octubre-desembre.
- III Mostra gastronòmica de la DOP Siurana a Tarragona. Del 27 de novembre al 7 de desembre.

Amb l'objectiu de donar a conèixer els productes gastronòmics de proximitat i km 0 es realitzen diversos tast i maridatges amb aquests a l'Espai Turisme.

## 10. Comerç

En aquest àmbit s'ha continuat treballant amb El Corte Inglés (es col·labora i en la difusió del seu plànol, així com de la seva agenda cultural) i amb La Via T (edició i difusió de la revista Tarragona Shopping C/E/GB/FR/RU).

Campanya genèrica del Nadal en mitjans de comunicació.

Campanya Night & Shop by Tarragona els dies 13 de juny i 5 de desembre.

Campanya Enjoy Tarragona: col·laboració en la campanya dirigida al mercat rus – 40.000 mapes de la campanya –9 pantalles – 45 adhesius – 1 tanca publicitària – durada: estiu 2014

Propostes temàtiques dirigides al mercat rus.

## 11. Turisme de creuers

Continua en vigor el conveni de col·laboració entre Ajuntament de Tarragona, Autoritat Portuària, Cambra de Comerç i Patronat Costa Daurada.

Es participa en la Fira Seatrade de Miami i es col·labora en la Fira Seatrade Med (Barcelona)

Es disposa un punt d'informació i atenció al taulell en els creuers Sea Cloud del 8 de maig, Aegean Odyssey el 2 de juny i Horizon del 30 d'agost.

### CREUERS

Any	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Creuers	3	3	0	2	2	11	15	15

## 12. Observatori del turisme

La Fundació d'Estudis Turístics – Observatori Costa Daurada facilita els dos estudis del perfil del visitant duts a terme durant l'any (d'octubre a febrer i de març a setembre) així com les dades d'allotjament mensual. Cal destacar el bon comportament de Tarragona com a destinació turística. Es comprova analitzant la mitjana de pernотacions.

### OBSERVATORI DEL TURISME

Establiments / Any		2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
Ocupacions	Hotels	44%	46%	48%	49%	48%	53%	64 %
	Càmpings	59%	59%	61%	28%	28%	ND	55 %
Pernотacions	Hotels	381.208	394.816	424.265	440.076	423.727	448.809	561.688
	Càmpings	795.889	796.654	781.439	662.893	673.765	ND	767.690

Mitjana de nits	Hotels	1,7	2	2,3	2,2	2,2	1,9%	2,4
	Càmpings	4,3	4	3,8	3,3	2,8	ND	3,2

Pel que fa a l'Oficina Tarragona Convention Bureau (TCB)

## 1. Imatge i comunicació

### 1.1 Imatge corporativa

Logotip - Disseny nou Logotip Tarragona Convention Bureau

Claim– Proposta nou claim comercial “El teu esdeveniment farà història”

Suport Roll-up

Guies professionals

- Reedicció Guia Professionals en Congressos 2014-2015  
Suport Paper (400 exemplars) + Digital (ISSUU)
- Reedicció Guia del Congressista 2014  
Suport Paper (4000 exemplars) + Digital (Issuu I Qr Code) + Rollup Qr Code

### 1.2 Eines comunicació

- USB Welcome Pack Digital TCB (500 unitats)
- Web [www.tarragonacb.cat](http://www.tarragonacb.cat)
- Xarxes Socials: Facebook 2.200 seguidors, Twitter 2183 tweets i 1274 seguidors, LinkedIn, Instagram o Youtube.
- Banc d'imatges- Reportatges Ampliació Imatges d'esdeveniments
- Presència als mitjans de comunicació especialitzats: notes de premsa i reportatges
- Campanya Grup Eventoplus: Anunci i reportatges als numerous #50 i #51 d'Eventos Magazine (FITUR I MIS) i a l'especial Spain For Events (IMEX)
- Presència al portal professional Eventplanner Spain (online)
- Newsletter i/o notícies: EventPlannerSpain, Diari de Tarragona, Mes Tarragona, Ajuntament Tarragona

### 1.3 Altres insercions / publicacions

- Actualització continguts TCB Guia de Vendes CCB
- Actualització continguts TCB Catàleg Convencions, Inc. i Esdv. CCB
- Reedicció tríptic Busines&Events TCB/CDC

## 2. Participació en accions de formació especialitzada

- I Fòrum de Turisme de reunions - CCB - Barcelona 11-02-14
- II Trobada Turisme de reunions - SCB - Granada 5-6/06/2014
- Jornades de Formació per als socis TCB - Tarragona Novembre 2014
- I Jornada Tècnics Spain Convention Bureau - SCB - Burgos 12-12-14

## 3. Participació en associacions / col·laboracions / convenis



- Socis SCB, CCB, MPI, CLUB EVENTOPLUS
- Col·laboradors Korazza Tarragona 2017, Tarragona Cruise Port, FURV
- Col·laboradors Renfe Viajeros (Tarraco Talgo)
- Convenis de col·laboració RENFE CONGRESSOS i EMT

RENFE CONGRESSOS – Conveni de col·laboració, gràcies al qual, s'obté una reducció del 35% sobre el preu de tarifa general vigent en els trens de: "Alta Velocitat - Llarg Distància", "Alta Velocitat - Mitja Distància", "Rodalies - Mitja Distància" per a tots els assistents i expositors d'esdeveniments que tinguin lloc a Tarragona.

E.M.T. – Conveni de col·laboració en tots aquells congressos que s'organitzin o als que es presenti candidatura de la ciutat i què per tal que es pugui incentivar als organitzadors, s'ofereixen preus especials i serveis d'autobús, sempre en funció del que es determini en cada cas.

#### 4. Assessorament i consultoria

Accions de suport als organitzadors de congressos, esdeveniments i atenció als socis.

- Enviament d'informació i canalització de contactes sol·licitats directament al TCB: 133 (2013 72)
- Assessorament i visites d'inspecció
- Disseny programa social
- Cèdules descompte 35 % RENFE
- Material promocional
- Visites Guiades
- Suport i presentació candidatures

#### 5. Activitat promocional i comercial

Amb l'objectiu de promocionar la destinació i captar congressos per Tarragona, des del departament comercial s'ha treballat amb els següents mitjans

##### 5.1 Fires i workshops

Durant l'any 2014 el TCB ha estat present directament en les fires i workshops que es detallen a continuació i també ha estat representat a les fires on ha assistit el Patronat Municipal de Turisme.

- FITUR - VI Congreso Nacional Business Travel - TCB - Madrid 21-23/01/14 Cites programades/#50 Eventos magazine / Signatura conveni RENFE
- Meeting & Incentive Summit 2014 - CCB/TCB - Madrid 26-03-14 Stand Catalunya 15 cites programades / #51 eventos magazine
- WS invers Alemanya - CCB/TCB - Seva 08-05-14 Cites programades (17)
- WS invers França - SCB/TCB - Sevilla 19-09-14 Cites programades (21)
- WS BUY CATALUNYA - ACT/TCB - Barcelona 09-10-14 Cites programades (19)
- WS Europe Autumm CCB /TCB - Sitges 21-25/10/14 Cites programades (53)
- EIBTM - CCB/TCB - Barcelona 18-20/11/14 Stand Catalunya / Cites programades (37)

##### 5.2 Famtrips- Presstrips Tarragona CB

Visites a la destinació i instal·lacions per conèixer les opcions del turisme de reunions, esdeveniments i viatges de negoci.

- FT PRE EVENT IBERIAN MICE FORUM- CCB/TCB - Tarragona, Costa Daurada

- 15-16/02/14 Participació 14 agents comercials (Venues, Hotels i Patrimoni)
- PT Voyages d'Affaires - CDCB/TCB 02-06/04/14 Reportatge Voyages d'Affaires (mice)
- FT WS Invers Mercat Alemany - CCB/TCB - Tarragona
- 09-05-14 Participació 9 agents comercials (Venues, Tarraco Viva)
- FT Braztoa Brasil - ACT/Costa Daurada/TCB - Tarragona, Costa Daurada
- 12-05-14 Participació 13 agents comercials (Venues i Patrimoni)
- FT RTA Group - TCB - Tarragona, Costa Daurada 01-02/08/14 Participació directora comercial i 2 consultors esdeveniments
- FT Concurs de Castells - TCB/CDCB - Tarragona, Costa Daurada 03-05/10/14 Participació 12 agències (WS socis 03-10-14)
- FT Polònia RTA/TCB - Tarragona, Costa Daurada 20-22/11/14 Programa incentius

Famtrips- Presstrips Costa Daurada i Tarragona Turisme/ TCB

- FT Tarraco Viva TT-TCB 05-25/05/14 Coordinació blogtrip
- PT Revista Viajar Costa Daurada/TT-TCB - Tarragona, Costa Daurada 12-13/05/14 Reportatge Viajar
- PT Traveler - Costa Daurada/TT-TCB - Tarragona, Costa Daurada 9-12/06/14 Reportatge Conde Nast Traveler
- Descobreix Tarragona TT-TCB 29-06-14 Coordinació Trobada 2.0 Igers Catalunya
- "PT CIUDADES AVE ""Mola Viajar"" TT-TCB" 12-13/09/14 Coordinació blogtrip

### 5.3 Patrocini

Aquest tipus de participació va permetre tenir presència gràfica amb la inserció del logo del TCB a totes les comunicacions, web i continguts de l'esdeveniment, alhora es va repartir informació digital de la destinació Tarragona així com la guia pels professionals en congressos entre els assistents (executius representants associatius de tota Espanya) i participació directa en l'activitat formativa amb els executius d'associacions.

- Foro Innovación Mundo Asociativo Korazza 2014 - TCB - Barcelona 13-02-13 Patrocini zona expositors, 15 contactes associatiu

### 5.4 Visites comercials

- Visites comercial Lió CCB - TCB/CPT França/Partance 16-17/09/14 Cites programades (8 entrevistes)

### 5.5 Altres accions comercials

- Presentació Programa Ambassadors: 1a Trobada Territorial Programa Ambassadors CCB/TCB - Tarragona 27-10-14

## 6. Resum socis TCB

El nombre de socis a data de desembre de 2014 és de 84 socis i durant aquest any hi ha hagut el següent moviment, que reflexa el constant treball de captació de nous associats amb un augment de 15 empreses associades, amb referència a l'any 2013:

ALTES

Restaurant El Llagut

Restaurant Sol de Mar

Restaurant Taller de Cuina

BAIXES

Htl La Figuerola

Restaurant Xaloc

Msm Fashiongroup

Restaurant Tropical Fusion  
Moon Catering  
La Violeta Events  
Vintage Marketing&Co  
Origina  
Arrel Cultura i Arqueologia  
Bettatur  
Electrokars  
Tuna-Tour  
Art Mostra Espai Escènic  
The Day  
Autolux