

MEMÒRIA D'ACTIVITATS ANY 2009

PATRONAT MUNICIPAL DE TURISME DE TARRAGONA

Durant l'any 2009, 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.

PROMOCIONS, FIRES I WORKSHOPS

El Patronat activa les vies de promoció i comercialització dels productes que ofereix la ciutat mitjançant la participació a 8 fires internacionals (Utrecht, Toulouse, Milà, Berlín, Miami, Göteborg, Moscou, Londres), a 3 fires i promocions nacionals (Madrid, Navarra i Bilbao) i a 1 estatal (Barcelona). També s'ha participat en 3 workshops (Màlaga, Girona i Tarragona).

Per segona vegada es duu a terme una promoció directa organitzada pel Patronat: a la ciutat de Barcelona (Setmana Santa).

TARRAGONA CARD

Aquesta tarja turística ha seguit funcionant per quart any consecutiu (el 3r any sencer). És un producte que ofereix una oferta conjunta dels recursos que disposa la ciutat aglutinant tots els recintes històrics i museus de la ciutat -convenis-, tiquets gratuïts al transport urbà i descomptes a multitud de restaurants, comerços i espais d'oci i diversió. Es pot comprar a les oficines de turisme o a través del web del Patronat. També es comercialitza a través del web de l'European Cities Marketing.

Vendes Tarragona Card	Targeta 24h. - 14 euros	858 targetes
	Targeta 48h. - 19 euros	95 targetes
	Targeta 72h. - 24 euros	20 targetes
	Total:	973 targetes

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Una de les funcions importants del Patronat, i que aquest any s'ha intensificat notablement, és l'acollida 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. Per aquest motiu, el Patronat 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.

Els fam-trips serveixen per a què els seus participants (tour operadors i agents de viatges) puguin incrementar el seu coneixement vers Tarragona i difondre la realitat de la ciutat en altres països. S'han atès un total de **13 famtrips**.

Els press-trip són una bona eina promocional ja que els seus resultats, els reportatges, actuen com un eficaç element prescriptor, i el cost que tindrien si es contractessin com a reportatges publicitaris és molt superior al de l'organització del press-trip. S'han atès un total de **24 presstrip**.

S'han contractat un total de **254 guies** que han cobert el servei d'atenció als fam i presstrip i d'altres grups, organitzant-se un total de **157 visites**.

PREMSA I ALTRES EMPRESES

L'acollida 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. Com a resultat de la tasca es reben els articles publicats sobre Tarragona donant-se aquesta a conèixer per tot el país i fins i tot per l'estranger.

La tasca de difusió es recolza en un seguit d'accions publicitàries i de comunicació: durant l'any 2009 s'han negociat amb 29 mitjans, impactes publicitaris de falques o dels anuncis institucionals d'"August" i del producte "Tarragona Card". Es dissenyen dos nous anuncis coneguts com el de "platja" i "patrimoni viu". A banda dels actes culturals fixos a la ciutat, es fa difusió d'activitats puntuals com "Tarragona de tapes", "Tarraco a taula", "El paisatge favorit de Catalunya" i "Jornada gastronòmica per a professionals".

Pla de medis: per primer cop, el Patronat contracta una empresa de comunicació externa per dur a terme un pla de medis (contractació de 16 mitjans de premsa escrita i ràdio). L'objectiu: divulgar l'activitat cultural i festiva anual més rellevant de la ciutat (carnestoltes, Dixieland, Setmana Santa, Tarraco Viva i Focs artificials). També recolzen diferents promocions exteriors (Fitur a Madrid i Setmana Santa a Barcelona) i fan un nou reportatge fotogràfic amb figurants.

Anàlisi del total dels impactes publicitaris segons temàtica i la seva valoració econòmica:

	Gen		Feb		Mar		Abr		Mai		Jun		Jul		Total	
	I	V	I	V	I	V	I	V	I	V	I	V	I	V	I	V
Fitur	7	14.000	5	13.600			1	740			1	833			14	29.173
Carnestolt.			5	15.200											5	15.200
Dixieland					3	16.975									3	16.975
Set. Santa					5	8.001	7	26.743							12	34.744
Tarraco Viv.							6	21.627	18	31.768	1	6.450			25	59.845
Focs Artific.											8.302	19	38.237	24	46.539	
Totals	8	14.877	14	55.945	16	39.358	20	57.653	22	41.483	5	55.036	26	62.889	126	327.242

I = Impactes informatius totals

V = Valoració econòmica total dels impactes informatius. Euros €

PÀGINA WEB

Amb l'objectiu d'aconseguir el bon funcionament de la web, el Patronat ha treballat de **forma continua** en els seus continguts. S'ha obtingut un total de 178.285 visites.

Principals accions:

- S'incorporen els pdf de tot el material editat pel Patronat per a poder ser descarregats (destaca el banner del catàleg de productes).
- Es linka amb les associacions d'hotels i càmpings.
- S'afegeix la connexió amb TRIP ADVISORS.
- Es crea un subapartat específic al "Què us oferim". L'internauta pot seguir l'itinerari per la Tarragona romana, medieval, modernista i la dels primers cristians fent un click sobre els diferents punts d'interès ubicats al plànol.
- Dins l'apartat d'oci del "Què Fer" s'afegeix la relació d'Espais d'Oci i de Turisme Actiu.
- Es renoven el bloc d'imatges superior amb animació de canvi, així com les fotos de la resta d'apartats del web.

CREUERS

A cadascú dels **11 creuers** que han fet escala a la ciutat, s'instal·len unes oficines temporals de recepció, recolzades amb personal del Patronat i material turístic.

13a EDICIÓ DELS PREMIS TARRAGONA TURISME

Per primer any es canvia el format de lliurament de premis: Teatre Metropol amb posterior aperitiu. L'acte aglutina els representants del sector turístic, comercial i social de la ciutat.

PRODUCTES I EDICIÓ DE MATERIAL

El Patronat realitza diverses edicions del material gràfic de divulgació i altres productes en funció de les necessitats que es determinen al llarg de l'exercici, per ser distribuïdes en les promocions exteriors i a través de les oficines de turisme què disposa.

La novetat de marxandatge es la creació d'un MP4 (es pot llogar o comprar) que conté la ruta romana de la ciutat.

S'edita per primer cop un Catàleg de productes en format paper i CD.

A les visites guiades per la ciutat (ruta romana, medieval i modernista) s'afegeix per primera vegada i durant la temporada d'estiu la ruta de les festes i tradicions. Un total de **3.366 persones gaudeixen de les visites guiades** ofertes pel Patronat (1.909 persones de Catalunya, 1.224 de la resta de l'Estat i 233 estrangeres).

CONVENIS

- URV: acollir estudiants de pràctiques.
- Patronat Turisme Diputació de Tarragona: Conveni Còrner 2009 – assistència a les fires nacionals i internacionals amb la fórmula còrner on participen els municipis de la Costa Daurada.

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.

PARTICIPACIÓ EN ASSOCIACIONS NACIONALS I INTERNACIONALS

El Patronat Municipal de Turisme de Tarragona és membre actiu de l'**European Cities Marketing**, associació d'oficines de turisme de ciutats europees. Es participa a l'ECM Spring Meeting (Dublin) i a l'ECM City Break (Goteborg).

A nivell nacional, segueix formant part de la **Red Ciudades AVE** i s'inicia la participació en la **Xarxa de Ciutats Catalanes TAV**: se signa el conveni de col·laboració entre les set ciutats membre i es presenta el nou fullet divulgatiu a Perpignan.

Sota la gestió de Turisme Catalunya, el Patronat forma part del **Club Cultura** i del **Club Gastronomia**.

Un apartat destacat és la participació del Patronat Municipal de Turisme de Tarragona com a membre del '**Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España**' (GCPHE). Treballa de manera directa en la comissió tècnica de turisme i s'encarrega de les accions a nivell de promoció turística que realitza el GCPHE tant a nivell nacional com internacional. De manera conjunta amb el GCPHE, es participa en una promoció especial a Madrid (aprofitant la fira del llibre) i en 4 workshops ens els que prèviament es presenten de manera àmplia les 13 ciutats membre: Madrid; Amsterdam - Brussel·les; Ginebra - Zúrich i Boston - Nova York.

OFICINA DE TURISME

Per primera vegada, el Patronat instal·la un punt d'informació interactiu 24 h amb xarxa d'emissió bluetooth. El lloc escollit és la estació d'autobusos..

ESTADÍSTIQUES GENERALS:

Consultes ateses des dels punts d'informació:

	Gen	Feb	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Des	Total	%
Catalunya	2.512	3.822	4.873	9.619	9.275	6.327	7.768	15.674	18.440	4.589	4.063	3.503	90.465	38,27
Resta Esp	1.326	2.644	3.757	8.231	4.544	6.102	10.352	13.018	7.237	4.161	1.791	1.600	64.763	27,39
Alemanya	99	103	187	581	528	1.022	1.536	1.403	1.444	622	147	68	7.740	3,27
França	171	651	567	3700	2181	1.986	6894	11260	3337	2358	2174	426	35705	15,10
Holanda	22	25	66	290	483	826	1295	1460	1032	540	52	44	6135	2,59
Itàlia	258	81	222	438	208	700	780	2404	699	300	132	135	6357	2,69
Regne Unit	164	241	352	1167	1238	2627	3294	2955	3878	1233	248	148	17545	7,42
Alt. Europa	22	32	87	121	187	340	413	450	343	99	169	61	2324	0,98
USA	85	98	221	233	327	625	812	285	328	143	186	64	3407	1,44
Alt. Àsia	29	25	20	105	28	81	127	133	202	58	87	27	922	0,39
Àfrica	0	26	1	20	8	59	85	89	54	15	13	3	373	0,16
Austràlia	16	3	26	39	33	86	100	84	55	56	26	19	543	0,23
Alt. Oceania	8	0	4	5	4	5	30	49	15	9	5	4	138	0,06

Atenció telefònica	3112 trucades
Atenció correu turístic	786 cartes
Atenció e-mails	557 e-mails

TRANSFORMACIÓ DEL PATRONAT MUNICIPAL DE TURISME DE TARRAGONA

El Patronat Municipal de Turisme de Tarragona, preveient la seva transformació en empresa privada per l'any 2010, inicia viatges d'inspecció a municipis espanyols que han sofert el mateix procés i es mantenen reunions amb les taules sectorials.