

La Costa Daurada protagonista a Un país para comérselo

Imanol Arias i Juan Echanove difondran la gastronomia de la Costa Daurada al programa de TVE "Un país para comérselo", amb la col·laboració del Patronat de Turisme de la Diputació. L'espai parlarà del calçot, el peix blau, la tonyina, la galera, el xató, el vi, el vermut o la coca de recapte, i hi col·laboren els patronats de Tarragona, Torredembarra, Cambrils, el Vendrell, Priorat, Reus i Riudoms, a més de diferents empresaris i particulars de la Costa Daurada.

La Costa Daurada serà protagonista d'un capítol sencer del programa de TVE *Un país para comérselo*, (cada dijous, a les 23,30h, a La 1). El programa, copresentat pels actors Imanol Arias i Juan Echanove, està previst que s'emeti la propera tardor i tractarà de les excel·lències de productes i especialitats culinàries del territori.

L'equip del programa, compost per 14 persones, va venir el passat mes de març a fer-hi els enregistraments, que van incloure una visita als cellers del Priorat; una calçotada a Valls; l'elaboració de plats amb peix blau de Tarragona, galeres de Cambrils i tonyina de Torredembarra; l'elaboració de xató al Vendrell; una recepta de coca de recapte feta a Riudoms, i un tast de vermut a Reus i de vi pimentat a Santes Creus. El capítol també parlarà dels bombons de vinagre, de les neules i d'altres productes de la gastronomia de la Costa Daurada, i oferirà imatges des de l'aire d'espais culturals i naturals del territori.

La Diputació va patrocinar aquest espai televisiu a través del Patronat de Turisme de la Costa Daurada -ens que va participar en l'assessorament, coordinació i finançament del capítol- i, amb la col·laboració



de les oficines i patronats municipals de turisme de Tarragona, Reus, Cambrils, el Vendrell, Torredembarra, Valls i el Priorat, a més de l'Ajuntament de Riudoms. El programa va comptar, així mateix, amb la col·laboració de la Colla Vella dels Xiquets de Valls i de diversos empresaris i particulars.

2



El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona presenta el Ral·ly RACC Catalunya – Costa Daurada 2011

3



Increment del mercat rus a la Costa Daurada

4



Campanya de publicitat a Logronyo

La Costa Daurada a Tripadvisor

La Costa Daurada ha dut a terme una campanya de promoció a internet amb el portal de viatgers més gran del món, Tripadvisor. L'acció tenia per objectiu una major presència de la destinació a un dels principals portals de la xarxa, de forma coordinada amb diferents patronats i oficines de turisme de la demarcació.

Al 2008 el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona va crear el còrner de Comunicació i Màrqueting, amb l'objectiu de portar a terme campanyes de publicitat conjuntes i coordinades amb els patronats i/o oficines de turisme, entitats i empreses de la demarcació.

Una de les accions que integren aquest còrner és la campanya de promoció a internet amb aliances estratègiques, acció que té per objectiu una major presència de la destinació a portals de viatges.

És per això que la Costa Daurada va escollir Tripadvisor per fer una campanya de promoció online. Aquest portal representa la comunitat de viatgers més gran del món, amb més de 32 milions de visitants al mes i 42,6 milions d'usuaris. Els portals de TripAdvisor contenen la major quantitat de crítiques i opinions d'usuaris de tot el món.

La campanya, que va estar activa durant 4 mesos, contenia un publireportatge de la Costa Daurada i dels municipis signants del còrner de màrqueting i comunicació: Calafell, Coma-ruga, El Vendrell, Torredembarra, Vila-seca, Salou, Cambrils, Montroig del Camp, Miami Platja i el Consorci de la Tarraco Romana (Roda de Barà, Altafulla i Tarragona), socis de l'acció.

El publireportatge es fonamentava en un bon estudi de segmentació basat en les recerques de l'usuari, que van ser: IP's del mercat espanyol que buscaven informació sobre Catalunya, Lleida, Barcelona, Costa Brava, Terres de l'Ebre, Costa Daurada, Patrimoni de la Humanitat, municipis de la nostra demarcació, PortAventura i la costa Espanyola en general. Es van contractar un total de 1.811.458 impressions.



Els resultats obtinguts han estat millors del que s'esperava. S'ha observat que la majoria dels usuaris accedien al publireportatge directament sense fer us dels bànners instal·lats de manera estratègica al web de Tripadvisor. Cal destacar que el client trigava una mitjana de 3,30 minuts en visitar el lloc i que els ratys per click van ser molt elevats (10,26%).

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona presenta el Ral·ly RACC Catalunya – Costa Daurada 2011

El passat mes de juny es va presentar el Ral·ly RACC – Costa Daurada 2011 al Palau de la Diputació de Tarragona. L'edició d'enguany tindrà lloc del 20 al 23 d'octubre i presenta una primera etapa mixta (terra-asfalt), així com novetats en els trams.

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona té previst en el seu Pla Anual d'Actuació l'ús de la sponsorització esportiva com a eina al servei de la promoció i la difusió. Els motius són diversos: la notorietat que genera, la credibilitat, l'accés a mercats de gran volum, per ser una eina menys saturada, pels valors positius associats a la pràctica esportiva i per l'elevat retorn de la inversió que genera.

El Ral·ly RACC Catalunya – Costa Daurada representa un doble valor per la demarcació. El volum de negoci que es genera al nostre territori és molt elevat i, al mateix temps, el valor de l'impacte mediàtic per les nostres marques també ho és (més de 26 milions d'euros i de 138 milions d'impactes publicitaris).

Tot això no seria possible sense la coordinació i col·laboració de les institucions i les empreses de la Costa Daurada: Diputació de Tarragona, Ajuntament de Salou, PortAventura i la Cambra de Comerç de Tarragona. A més, aquest any, s'ha aconseguit la participació de l'Agència Catalana de Turisme i de Turespaña.



COSTA DAURADA

Presentació de la Costa Daurada a 450 agents de viatges dels països Bàltics i de Bielorússia

Del 7 a l'11 del passat mes de febrer, el Patronat de Turisme de la Diputació conjuntament amb els patronats municipals de Turisme de Vila-seca/la Pineda Platja, de Salou, i PortAventura, van ser a Estònia, Letònia, Lituània i Bielorússia, per tal de presentar la Costa Daurada als principals agents de viatge dels 4 països.



Aquesta acció, va ser realitzada de la mà de TUI España i de l'operador turístic rus Teztour, qui disposa d'una forta implantació en aquests països, on desenvolupa al llarg d'aquest any una forta estratègia de promoció. A més, també es va comptar amb la participació dels hotelers Best Hotels, Tryp-Meliá i Grupo Reside, qui van presentar els seus establiments i les seves propostes comercials per a aquests mercats.

Les presentacions es van oferir a un total de 450 agents de viatge del conjunt dels països visitats. Els agents van poder conèixer amb profunditat la Costa Daurada, els municipis socis de l'acció - Vila-seca/la Pineda Platja, Salou, i PortAventura - i els principals recursos turístics.

L'acció s'emmarca en el conjunt d'accions de comàrqueting que El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona ve desenvolupant amb diferents operadors turístics dels principals mercats emissors de la Costa Daurada i d'aquells que tenen un alt valor estratègic.

El Patronat de la Costa Daurada va valorar positivament el resultat de l'acció, per la coordinació dels ens públics i privats a l'hora d'apostar per aquest tipus d'instruments de promoció, ja que són el resultat de la suma d'esforços i tenen un efecte directe sobre els processos de venda.

Jornada de formació d'innovació al sector turístic

El proper 19 d'octubre tindrà lloc una Jornada sobre la innovació al sector turístic.

La jornada formativa, la qual es dedicarà a la innovació al sector turístic, estarà dirigida a tècnics de turisme de la província de Tarragona, tant del sector públic com privat.

Els ponents de la jornada vindran del Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci, l'Institut Tecnològic Hoteler, Invattur - OppenApps Comunitat Valenciana, la Fundació CIDTUR (Centre d'Investigació, Desenvolupament i Innovació en Turisme), La Fundació iBit (Illes Balears Innovació Tecnològica), Turistec i Microsoft Innovation Center.

L'objectiu d'aquest curs és fer una jornada de formació intern orientat a la millora de l'oferta turística de la demarcació, introduint continguts i presentacions al voltant del coneixement, la innovació i la recerca en matèria turística.



Increment del mercat rus a la Costa Daurada

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona augmenta els seus esforços per donar una millor cobertura al mercat rus.



El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona ha donat suport en la organització de diferents viatges de familiarització, entre els mesos d'abril i juny, adreçats a un total de 1.050 agents de tour operadors russos -Pegas, Teztour, VKO, Natalie Tours, Vremia, Lantatur i Neva Travel-. Cal tenir en compte que al 2010 la Costa Daurada va obtenir 1.500.000 pernoctacions de russos.

Per tal de donar cobertura a aquest mercat, des del Patronat de Turisme de la Diputació, durant aquest any es realitzen diferents accions coordinades amb la tour operació: viatges de familiarització, es col.labora en l'organització del congrés de TUI-VKO, es desenvolupen accions de comàrqueting de la mà de touroperadors russos, s'ha editat un nou material gràfic en rus i s'està treballant amb la incorporació del rus al web www.costadaurada.info.

Campanya de publicitat a Logronyo

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona va realitzar del 4 al 18 d'abril una campanya de publicitat dirigida a la població de Logronyo, per potenciar l'arribada de turistes de La Rioja.



Aproximadament el 50% dels visitants de la Costa Daurada procedeixen de l'Estat espanyol. Històricament aquests visitants vénen de mercats de proximitat, com poden ser Aragó, la Comunitat Valenciana, el País Basc i La Rioja.

Els objectius de l'acció de Logronyo van ser generar accions de comunicació multicanal en aquest nou territori, fer-ho de forma associada a la idea de proximitat i la relació històrica de flux de visitants de La Rioja a la Costa Daurada, aprofundir en el coneixement de la nostra destinació i aconseguir notorietat de marca.

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona va realitzar aquesta acció conjuntament amb els municipis signants del conveni córner de comunicació i màrqueting. Els municipis, que van presentar la seva pròpia oferta a promocionar, van ser: Calafell, El Vendrell, Roda de Barà, Torredembarra, Al-

tafulla, Tarragona, Vila-seca. La Pineda Platja, Salou, Cambrils, Mont-roig del Camp. Miami Platja, L'Hospitalet de l'Infant, Montblanc i Tarraco Romana.

Les accions dutes a terme van constar d'una campanya en premsa, amb l'edició especial d'un suplement de 8 pàgines a Noticias de La Rioja i Diario La Rioja, publicitat exterior durant 15 dies, amb la contractació de 14 marquesines al centre de Logronyo, i publicitat en ràdio, realitzant un total de 234 falques de 20" de durada cada una i 39 microespais a la Cadena Cope, Cadena Ser i Onda Cero dedicats als municipis participants de l'acció.

Com a cloenda de la campanya de promoció, entre el 6 i 8 de maig, un grup de 7 periodistes de diferents mitjans de comunicació de La Rioja es va desplaçar fins a la Costa Daurada per conèixer els principals atractius de la destinació.

FAMTRIPS I PRESSTRIPS

Un total de 58 viatges de promoció i accions de la Costa Daurada organitzats entre gener i juliol de 2011.

- 36 famtrips (viatges de familiarització adreçats a agents de viatge)
- 19 presstrips (viatges adreçats a periodistes dels mercats d'origen)
- 3 workshops
- 1 roadshow

PRODUCTES PROMOCIONATS:

Turisme en família, litoral, interior, enoturisme, cultura, gastronomia, festes i tradicions, turisme actiu (escalada, cicloturisme), allotjament (hoteler, rural i càmpings) i turisme de negocis.

PROCEDÈNCIA

Catalunya, Espanya, Xina, França, Itàlia, Regne Unit, Rússia, Polònia, Geòrgia, Àustria, Suècia, Països Baixos i Argentina.

