

La Costa Daurada manté el seu pressupost per desenvolupar el Pla d'Actuació 2009

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona compta aquest any amb el mateix pressupost que el passat 2008, 4,1 milions d'euros, que han de permetre desenvolupar els plans d'actuació 2009 de la Costa Daurada (amb 3,3 milions d'euros) i de les Terres de l'Ebre (0,8 milions d'euros).

L'activitat del Patronat aquest any s'orientarà a fer front a tendències que ja es van apreciar el 2008 com una lleu disminució del volum de pernoctacions i una contenció de la despesa dels visitants a causa de la crisi, com apunta el president del Patronat de Turisme de la Diputació, Joan Aregio. Per a això els esforços se centraran en incrementar les accions publicitàries en mercats clau i de proximitat, en potenciar accions de co-marqueting, en incrementar les accions publicitàries en els nous territoris enllaçats via baix cost, en aprofitar noves eines de comunicació i, finalment, en incrementar les accions de comunicació a través d'Internet. Aspectes que han de reforçar les línies i objectius estratègics fixats pel període 2008-2011.

En els objectius operacionals per a l'any 2009 es troba seguir desenvolupant projectes d'assistència tècnica per als municipis de la demarcació, iniciatives de formació i

línies d'ajuts per a la difusió de la marca Costa Daurada. A més, se seguirà assistint a fires, encara que amb una tria més acurada segons els seus resultats i aprofitament, i s'organitzaran viatges de familiarització i work shops. El Patronat també establirà els acords necessaris perquè la demarcació segueixi sent seu del Rally Catalunya-Costa Daurada i per dur a terme una campanya de publicitat conjunta tant amb l'Associació de Càmpings de la Costa Daurada, com amb l'Estació Nàutica de la Costa Daurada. En l'àmbit de la promoció, el Pla d'Actuació estableix el desenvolupament del Programa per a la difusió de la zona com a destinació dels productes de reunions i incentius mitjançant el Costa Daurada Convention Bureau.

Per altra banda, el Pla d'Actuació anuncia dues iniciatives de formació que s'organitzaran durant l'any com les Jornades de Benchmarking adreçades a tècnics dels Patronats



Municipals de Turisme i Oficines de Turisme de la Costa Daurada, i el curs "Nous escenaris al sector turístic" en el que s'analitzaran les novetats que estan sorgint en el món del turisme. Respecte a la informació, el Patronat continuarà apostant per diversos mitjans com són Internet, el Bluetooth, les oficines d'informació, el newsletter o els mitjans de comunicació.



2

Curs online de turisme rural: una activitat formativa dirigida als empresaris de cases i hotels rurals per millorar la seva gestió i comercialització.



3

Campanyes de promoció conjunta: convenis de col·laboració en campanyes publicitàries amb Viatges Barceló i Viatges Ibèria.



4

Calendari de fires 2009: la Costa Daurada participarà en un total de 10 fires aquest any.

La Costa Daurada intensifica les accions promocionals a Dublín

Els Patronats de Turisme de la Diputació de Tarragona i de Salou, juntament amb PortAventura, van dur a terme a Dublín, el passat 11 de març, una presentació als principals mitjans de comunicació d'Irlanda amb l'objectiu de refrescar i intensificar el coneixement de la destinació i traslladar les novetats per aquest any. També hi van assistir els màxims representants de l'Associació d'Agències de Viatge receptives i de l'Associació d'Apartaments.

L'acció, que va respondre a la sol·licitud efectuada per la Federació de Tour Operadors Irlandesos (ITOF), es va celebrar al Writers Museum i va comptar amb la participació de representants de 17 mitjans irlandesos. Les dades transmises es van concentrar en subratllar l'adaptació dels productes i serveis de la Costa Daurada, de Salou i de PortAventura, per a les famílies.



La presentació es va tancar amb un dinar celebrat en un dels restaurants de més renom de la ciutat, Chapter One. La gastronomia va estar acompanyada per vins de la DOQ Priorat i la DO Penedès, cava de la Conca de Barberà i cervesa artesanal produïda a Tarragona; els dos últims productes gràcies al patrocini del Celler Carles Andreu de Pira i de Cerveses La Gardènia d'Alcover.

L'acció tindrà continuïtat amb l'edició d'un monogràfic especial sobre la Costa Daurada que es distribuirà als agents de viatge del país.



COSTA DAURADA

S'incrementen les línies de vols de baix cost a l'aeroport de Reus

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona posarà en marxa abans de l'estiu campanyes publicitàries a ciutats de l'Estat i de França per potenciar les noves destinacions amb les que queda enllaçada la Costa Daurada a través dels vols de baix cost i arribar als possibles visitants i prescriptors, com agents de viatges.

La campanya de publicitat, que tindrà lloc abans de l'estiu a Sevilla, Santiago de Compostela i París, constarà de diverses accions en diferents suports, que mostraran els productes de la Costa Daurada per afavorir la seva comercialització. L'objectiu de totes les campanyes és transmetre la idea de proximitat amb aquestes ciutats gràcies als vols de baix cost.

En els casos de Sevilla i Santiago, la campanya es canalitzarà a través de la presència en un circuit de tanques publicitàries, l'esponsorització de programes de ràdio i el servei Bluetooth actiu a la ciutat i tindrà lloc a l'abril, com a prèvia al pont de l'1 de maig. Mentre que la iniciativa a París es troba en període de concreció. Així mateix, per tal de tirar endavant les campanyes, el Patronat espera comptar amb el suport de patronats i oficines de turisme de la Costa Daurada.

Amb la inauguració, el passat 5 de novembre, d'una base aèria de la companyia Ryanair a l'aeroport de Reus, es van incrementar de manera considerable les connexions amb aquesta destinació.

Aquest mes de març, Ryanair ha anunciat una nova ruta que enllaçarà la Costa Daurada amb Dusseldorf (Alemanya) a partir del proper 4 de juny. Amb aquesta ruta són dinou les destinacions que ofereix la companyia irlandesa des de l'aeròdrom reusenc.



Curs on line per als establiments de turisme rural

El 4 de febrer es va inaugurar el curs de formació "Gestió i comercialització d'allotjaments de turisme rural" organitzat pel Patronat de Turisme de la Diputació amb l'objectiu de dotar els empresaris de cases i hotels rurals d'eines per a la millora de la gestió i comercialització del seu establiment. Com a novetat aquest curs, que té una durada de 25 hores i acaba el proper dia 27 de març, és on line per facilitar que els empresaris el puguin seguir des de casa i adaptar-lo al seu horari.



En una època complicada com l'actual, es vol dotar als establiments de valor afegit i ajudar aquests empresaris a ampliar els seus coneixements en la matèria, sense els condicionaments d'horari i de lloc que tenen les activitats presencials. Per això, la dispersió de les cases rurals arreu del territori i la necessitat d'optimització dels recursos va portar el Patronat de Turisme de la Diputació i la Unitat de Formació de la Diputació de Tarragona a organitzar aquesta activitat formativa online.

El curs compta amb quatre mòduls: gestió i organització d'establiments de turisme rural, promoció i comercialització, atenció al client i qualitat de servei, i decoració i ambientació. L'equip de docents està format per Enric López Carrillo, coordinador de màsters i director del màster oficial en Gestió Estratègica de les Empreses Turístiques "e-tourism: Estratègies de Màrqueting i Comercialització de l'EUHT CETT-UB", Glòria Sanmartín Antolín, cotitular de Gestió de l'Allotjament II de la diplomatura de Turisme de l'EUHT CETT-UB i consultora de CETTConsultors, Patrícia Rodríguez Navarro, cotitular de Gestió de l'Allotjament II de la diplomatura de Turisme de l'EUHT CETT-UB i directora del màster oficial de Direcció d'Empreses Hoteleres de l'EUHT CETT-UB, i Marta Maiques Valls, diplomada en Interiorisme i Disseny per l'Escola EINA i postgrau en Disseny per ordinador.

Publicitat conjunta amb Viatges Barceló i Viatges Ibèria

Aquest 2009 s'ha reeditat, per segon any, el conveni entre el Patronat de Turisme de la Diputació i Viatges Barceló, i s'ha signat un conveni amb Viatges Ibèria, apostant per la col·laboració públic-privada en campanyes de publicitat. La cobertura tindrà un àmbit estatal a través de premsa diària i en alguna publicació 'femenina'. A més, s'incorporaran promocions a Internet i publicitat gràfica a les oficines de les agències. La campanya té com a objectiu posicionar la Costa Daurada en el mercat de reserves de viatges per a Setmana Santa i estiu.

El Patronat ha valorat positivament, per segon any consecutiu, la proposta de Viatges Barceló per a una promoció conjunta a l'Estat. El conveni consisteix en una campanya de publicitat en premsa, als mitjans ABC i Yo Dona, i una campanya a Internet amb banners, un microsite a la web de l'agència i un newsletter que s'enviarà a la seva base de dades de clients. El 2008, l'acció conjunta amb Viatges Barceló va obtenir com a resultat un increment de gairebé un 6 per cent de les vendes respecte a 2007.



També s'ha signat un conveni de col·laboració amb Viatges Ibèria, de la corporació Orizonia, per a la promoció conjunta a l'Estat. Es tracta d'una campanya "last minute" per incentivar les vendes en la que es publicaran anuncis en mitjans com El Mundo, ABC, Correo, Diario Vasco, Diario de Navarra i Heraldo de Aragón, i, a més, es distribuirà un pòster d'aparador a les 700 oficines de la seva xarxa. A Internet, es desenvoluparà un super-banner redireccionat al banner del producte.

Viatges per a premsa i de familiarització

El primer trimestre d'aquest 2009 s'han dut a terme diversos presstrips i famtrips per promocionar la Costa Daurada entre prescriptors, com periodistes i agents de viatges, i aconseguir multiplicar el coneixement de la destinació i la seva difusió.



A finals de gener, aprofitant la celebració d'un workshop al voltant del món del vi celebrat per Wine Pleasures a Sitges, el Patronat de Turisme de la Diputació va organitzar un viatge de familiarització adreçat a agents de viatge especialitzats en enoturisme, en el que van participar 24 persones. Els agents, d'Holanda, Alemanya, la Índia, Noruega, els Estats Units, Estònia, Lituània, Finlàndia, Brasil i Polònia, van realitzar un tast de vi i oli i van visitar la Cartoixa d'Escaladei, la ruta romana de Tarragona i Montblanc.

Del 2 al 4 de març, representants de l'Associació Automobilística d'Alemanya van visitar també la Costa Daurada per actualitzar els mapes en format tríptic que distribueix entre els seus socis, els TourSets. L'actualització es fa anualment i contenen informació sobre la regió de què tracten.

Per altra banda, del 13 al 24 de gener, el periodista Guillermo Esaín va visitar la Costa Daurada per elaborar rutes per la demarcació que s'inclouran en una guia editada per El País - Aguilar. El periodista publicarà els sis recorreguts en una guia de rutes en cotxe per Catalunya i, a més, ha elaborat reportatges per al suplement El Viajero de El País. Aquest març, del 8 a l'11, el programa de televisió "España Directo" va visitar la destinació per elaborar reportatges sobre els calçots, la ciutat de Tarragona i un vol per sobre la Costa Daurada.

El primer trimestre es van organitzar quatre presstrips més, sobre el producte gastronòmic de la demarcació i sobre l'oferta del Convention Bureau.

Promoció a través del Bluetooth a l'Estació d'Atocha

Des de finals de novembre i fins a la celebració de Fitur a principis de febrer, el Patronat de Turisme de la Diputació va realitzar una campanya interactiva de màrqueting mòbil de la Costa Daurada a l'estació de l'Ave d'Atocha a Madrid.

La campanya va permetre als usuaris de l'Ave, amb destinació al Camp de Tarragona, descarregar-se al seu telèfon mòbil de manera gratuïta una guia sobre la Costa Daurada, mitjançant la tecnologia Bluetooth. La guia, en diversos idiomes, s'instal·la al mòbil, oferint la possibilitat d'actualitzar l'apartat d'agenda, on apareixen els principals esdeveniments que tenen lloc a la Costa Daurada.



Després de l'experiència es conclou que hi ha un gran tràfic de l'Ave a l'Estació d'Atocha, que encara és més gran en moments d'esdeveniments específics com Fitur, aconseguint-se un efecte multiplicador a nivell de descàrregues.

El Patronat de Turisme de la Diputació considera satisfactori que es registrés un 15 per cent de descàrregues sobre el total d'invitacions enviades. Del 26 de novembre al 2 de febrer, es van enviar invitacions d'informació a 125.554 mòbils.



El calendari de fires inclou 10 cites, 5 a l'Estat i 5 internacionals

El programa de fires del Patronat de Turisme de la Diputació per la marca Costa Daurada per aquest any s'ha dissenyat tenint en compte que només es participa en aquells certàmens en els que és evident el seu aprofitament, de forma que s'ha definit l'assistència a deu fires.

A nivell nacional s'assistirà al SITC i a l'EIBTM, a Barcelona; a nivell estatal, a Fitur (Madrid), Navartur (Pamplona) i Expovacaciones (Bilbao); i a nivell internacional, a Vakantiebeurs (Utrecht), Salon de Tourisme de Toulouse (Tolossa), ITB (Berlín), MITT (Moscou) i World Travel Market (Londres).

A la fira celebrada a Madrid, Fitur, el Patronat de Turisme de la Diputació va promoure els atractius de la Costa Daurada conjuntament amb 19 patronats municipals de turisme de la demarcació, a través del conveni còrner 2009. Aquest conveni es va signar a principis de 2009 per vuitè any consecutiu i té com a objectiu prioritari la participació conjunta i coordinada de les institucions signants als programes de fires internacionals, nacionals i estatals de Turisme de Catalunya.

Concretament s'han desenvolupat dos projectes conjunts de participació en un únic "còrner" en un total de vuit fires: quatre d'internacionals (ITB, Mahana, Vakantiebeurs i WTM) i Expovacaciones, Fitur, Navartur i SITC. Durant l'acte de signatura del conveni el president del Patronat de Turisme de la Diputació, Joan Aregio, es va referir a l'acord com "un model d'èxit" i el president de la Diputació, Josep Poble, va destacar que es tracta d'una iniciativa amb la qual es pretén "estalviar recursos i potenciar les nostres marques i destinacions turístiques amb unitat de criteri i de gestió".

Respecte a les fires nacionals es va participar ja també a Navartur, que va tenir lloc a finals de febrer, i les altres se celebraran a l'abril, el SITC, al maig, Expovacaciones, i al desembre l'EIBTM. La promoció en l'àmbit internacional es va inaugurar del 13 al 18 de gener amb la presència del Patronat a Vakantiebeurs a Utrecht, a finals de febrer



es va anar a Tolossa, a meitats de març a Berlín, a finals de març es va a Moscou i el proper mes de novembre s'assistirà a la fira WTM de Londres.

A Fitur, el Patronat va mantenir diverses reunions de treball amb agències de viatges i altres empreses del sector. I, a més, va assistir a actes de promoció vinculats a la demarcació com la presentació del primer catàleg de productes a càrrec del Patronat Municipal de Turisme de Tarragona o la visita a l'estand sobre el Pla de Foment Turístic dels Castells del Baix Gaià.

A la fira Vakantiebeurs d'Utrecht es van dur a terme presentacions sobre la Costa Daurada tenint en compte els productes que generen més interès en el mercat holandès. Entre els productes que es van mostrar hi ha la comarca del Priorat, les propostes de senderisme a la Serra de Prades, les rutes de cicloturisme per la Costa Daurada des de Cambrils o la pràctica de la marxa nòrdica per la destinació, presentant les activitats que s'organitzen des de Calafell.

Finalment, a Pamplona va destacar una activitat adreçada al públic infantil de la fira com van ser sessions de contacontes en les que es va explicar la llegenda de Sant Jordi de Montblanc. Tots els nens van rebre un obsequi ben singular com és una rosa de caramell.

Les aparicions en premsa el 2008 haurien costat més de 700.000 euros

La Costa Daurada va donar molt de què parlar l'any 2008, ja que gràcies a promocions, campanyes i viatges de premsa i familiarització, va ser present en més de 40 publicacions de l'àmbit nacional i internacional, i de diversa temàtica

En aquestes publicacions estatals, com *Viajes y vacaciones*, *Paisajes desde el tren*, *De viajes*, *Descubrir*, *Natura*, *GEO*, *Aire Libre*, *Mucho viaje...*, i internacionals, com *Cap Catalogne*, *Kochen*, *Promenadenmischung*,... s'han publicat més de 250 pàgines amb reportatges i rutes que parlaven de la Costa Daurada i diversos municipis i espais que agrupa aquesta marca turística. Segons ha pogut calcular el Patronat de Turisme de la Diputació, si s'haguessin pagat aquests espais segons el preu de les tarifes publicitàries corresponents, hauria suposat una quantitat de més de 700.000 euros.

Es tracta d'un estalvi destacat que s'ha aconseguit, un any més, amb una bona gestió de la comunicació, el marketing i la publicitat, així com la realització d'iniciatives concretes per arribar als clients finals de forma segmentada. Per això s'ha ofert a aquest mitjans, diaris i revistes, informació sobre l'ampli ventall de productes de la Costa Daurada, sempre adaptant-la als interessos dels seus lectors. Amb aquests reportatges, s'ha arribat a milers de lectors de diversos segments, tant a nivell nacional com internacional, a través de publicacions especialitzades en turisme i viatges, escapades, rutes de senderisme o cicloturisme, esports d'aventura, càmpings, gastronomia, vi, cultura, patrimoni, congressos i negocis, sèniors o famílies.

L'any passat, el Patronat també va organitzar un viatge de premsa amb mitjans romanesos, juntament amb Blue Air, del 2 al 6 de setembre, a partir del qual es van aconseguir deu aparicions en cinc diaris d'aquest país, a la televisió pública i en una publicació empresarial, que haguessin suposat un cost de 16.000 euros si els espais s'haguessin pagat segons les tarifes publicitàries.