



**M**  
**memoria**  
TORISME VAL D'ARAN  
2 0 1 5



**VAL D'ARAN**  
Era essència des Pirenèus

# contingut

	<b>1 INTRODUCCIÓ</b>	<b>3</b>
	<b>EL TURISME DE LA VAL D'ARAN EN XIFRES</b>	<b>5</b>
	Oferta	5
	Demanda turística	6
	<b>EL SERVEI D'INFORMACIÓ I ACOLLIDA DEL VISITANT DE LA VAL D'ARAN</b>	<b>10</b>
	Servei d'informació i acollida del visitant de la Val d'Aran	10
	Quantificació del servei i caracterització dels visitants	11
	<b>L'ACCIÓ DE MARQUETING TURÍSTIC DE LA VAL D'ARAN</b>	<b>15</b>
	<b>Projectes destacats de l'any 2015</b>	<b>15</b>
	Val d'Aran Destí Turístic Intel·ligent	15
	Finalista dels premis World Legacy Awards	16
	<b>Comunicació</b>	<b>16</b>
	Comunicació convencional (off-line)	17
	Comunicació online	18
	Edicions i reedicions	23
	<b>Promoció i suport a la comercialització turística</b>	<b>24</b>
	Promoció a través de "xarxes de col·laboració"	24
	Accions de promoció adreçades al públic professional	26
	Accions de promoció adreçades al públic final	31
	<b>Promoció i dinamització del comerç</b>	<b>32</b>
	<b>RESUM. DESGLOSSAMENT DE INVERSIÓ 2015</b>	<b>34</b>



# introducció

Anna Díaz Morelló. *Conselhèra de Torisme, Comèrç e Consum*. Vicepresidenta de *Foment Torisme Val d'Aran*.

Com cada any des del 2012, presentem les dades principals de l'activitat turística a la Val d'Aran de l'any 2015 amb l'objectiu de donar a conèixer a tots els actors turístics de la Vall i interessats, no només els resultats, sinó també els recursos invertits i les accions desenvolupades en l'àmbit del desenvolupament, la promoció, la informació i l'ajuda a la comercialització de la Val d'Aran realitzades pel Conselh i per Foment del Turisme a la Val d'Aran, d'ara endavant FTVA.

Aquest any 2015 és l'últim any de vigència del Pla Estratègic de Turisme de la Vall 2012-2015, pel que en el primer trimestre de l'any 2016 es presentarà, un cop s'hagi consensuat i validat per tots els socis de FTVA i pel Conselh Director i Executiu, el nou full de ruta en matèria turística de la Vall per al període comprés entre els anys 2016 i 2019. És per això que el nostre equip està fent una avaluació del pla anterior, un anàlisi de l'evolució de l'oferta, la demanda i les accions empreses i la identificació de nous programes i accions que guiran la política en matèria turística durant els propers anys.

Durant els darrers anys s'han desenvolupat accions que defineixen el model de desenvolupament del turisme de la Vall i per tant tindran continuïtat en el temps. Entre elles, l'última realitzada és la incorporació de la Val d'Aran als projectes pilot de Destins Turístics Intel·ligents que ha promogut la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A. (SEGITTUR), que depèn del Ministeri de Indústria, Energia i Turisme, i que s'adscriu a la Secretaria d'Estat de Turisme, és la responsable d'impulsar la innovació (I+D+I) en el sector turístic espanyol, tant al sector públic (nous models i canals de promoció, gestió i creació de destins intel·ligents, etc.) com al sector privat (suport a emprenadors, nous models de gestió sostenible i més competitiu, exportació de tecnologia espanyola).

A la Val d'Aran, l'any 2012 vam definir, i així consta al Pla Estratègic, una línia per a impulsar la sostenibilitat, la tecnologia i la innovació a la Vall, de tal manera que ens permeti apalancar algunes variables de competitivitat en un entorn molt canviant, dominat per la nova economia digital, amb un perfil de turista molt més exigent, informat, hiperconnectat i multicanal.

Tot i que amb la certificació de la Vall com a destins sostenibles, atorgada pel Consejo Mundial de Turismo Sostenible GSTC, es va fer una passa important, amb el projecte de destí intel·ligent, la Vall disposa d'una sèrie d'accions i recomanacions en innovació, tecnologia i accessibilitat; treballant amb aquestes



quatre variàbils, la Vall pretén garantir el present i el futur del turisme a la Val d'Aran, buscant un major control del turisme, una gestió més eficient i sostenible i un increment de la seva rentabilitat i competitivitat en el conjunt de l'economia aranesa.

Vull acabar aquesta breu introducció a la memòria donant les gràcies als 196 socis de Foment Torisme Val d'Aran per formar part d'aquesta entitat, així com de participar en la política de promoció turística del nostre territori. Donem la benvinguda a 11 socis nous de tots els sectors incorporats recentment a FTVA, recordant que és una bona eina de tots i per a tots els actors relacionats amb el sector turístic d'Aran, una entitat on actualment hi estan representades totes les nostres institucions públiques, el 50% dels allotjaments, el 12% dels restaurants, el 6% dels bars, el 55% de les empreses de turisme actiu i el 12% dels comerços i empreses de serveis.

Convido a la resta d'empresaris, especialment els socis que s'han donat de baixa, a conèixer de primera mà l'activitat que desenvolupem, espero que trobin arguments per continuar contribuint al desenvolupament del turisme de la Val d'Aran a través de FTVA.

Anna Díaz Morelló  
Consellera de Turisme i Desenvolupament Econòmic



# el turisme de la Val d'Aran en xifres

Tal com figurava al pla 2012-2015, la informació és clau per a la presa de decisions tant en polítiques d'oferta com en polítiques de demanda. Disposar de sèries de dades històriques, recopilades amb els mateixos paràmetres metodològics, permet realitzar projeccions i previsions més encertades i fiables de cara al futur.

L'any 2015 s'ha consolidat l'àrea denominada "Sistema de Intel·ligència i informació Turística de la Val d'Aran", àrea responsable del procés d'anàlisi i monitorització de les fonts de informació disponibles sobre l'activitat turística, a continuació es presenten les dades principals d'oferta i demanda de la Val d'Aran a l'any 2015.

## Oferta

L'any 2015 l'oferta turística de la Val d'Aran es compon de 600 establiments d'allotjament turístic, 198 bars i restaurants, 34 equipaments culturals, esportius i d'oci, 46 empreses de turisme actiu i 348 comerços.

*A l'any 2015 totes les modalitats d'oferta turística de la Vall a excepció de l'allotjament, és a dir, restauració i serveis i oferta complementària, han registrat creixements respecte l'any 2014.*

	Establiments 2012	Establiments 2013	Establiments 2014	Establiments 2015
Allotjament turístic	249	251	604	600
Bars i restaurants	173	194	198	198
Equipaments culturals, esportius i d'oci	28	33	33	34
Empreses de turisme actiu	40	44	45	46
Comerços	326	334	342	348
<b>TOTAL</b>	<b>816</b>	<b>856</b>	<b>1.222</b>	<b>1.226</b>





## demanda

Cal recordar que el coneixement de la demanda es realitza mitjançant tres fonts de informació, una secundària (externa), i dues primàries (internes)

**Institut Nacional d'Estadística (INE).** (Font secundària externa). Proporciona les dades següents: nombre de viatgers, pernoctacions i estància mitjana als establiments hotelers de la Vall. Permet la comparativa amb altres zones del Pirineu i de Catalunya.

**Sistema Propi (SPTVA).** (Font primària). Des de fa més de deu anys, l'equip de FTVA, realitza una enquesta setmanal entre una mostra àmplia d'establiments d'allotjament hotelier de la Vall, i per les zones de la Vall. Aquesta enquesta permet conèixer en temps real la ocupació hotelera en tres zones de la Vall per categories. Durant l'any 2015 s'han realitzat més de 3.300 trucades per telèfon per a la recollida de dades.

**Gestor Estadístic Oficines de Turisme (GEOT).** (Font primària). Dades recollides a les oficines de Turisme de Vielha i Salardú dels turistes que visiten el destí i utilitzen el servei de informació turística. Les enquestes permeten conèixer el perfil del visitant actual, amb variables com nacionalitat, motiu del viatge, llocs d'interès, segment d'edat, tipus d'allotjament utilitzat, companyia al viatge i idioma utilitzat. La mostra recopilada és molt significativa, l'any 2015 s'han realitzat més de 47.000 enquestes.

**INE.** Viatgers, pernoctacions, estància mitjana i origen.

L'Institut Nacional d'Estadística proporciona dades relatives a demanda turística dels denominats punts turístics que corresponen a les zones de Vielha-Mijaran i Naut Aran. Per tal de disposar de dades relatives a les tres zones de la Vall, per a la zona de Baish Aran s'utilitza la metodologia d'estimació extrapolada, basada en l'ocupació de les places hoteleres existents a la zona recopilada per Torisme Val d'Aran i l'estància mitjana dels viatgers extrapolada del INE.

Durant l'any 2015 la Vall ha rebut 221.010 viatger allotjats en establiments hotelers, que han generat més de 660.000 pernoctacions. Les taules següents mostren els resultats dels tres últims anys per zones dins de la Vall.

*L'any 2015 s'han registrat resultats similars als de l'any 2013 representant un lleuger increment respecte l'any 2014, ha incrementat un 4,75% el nombre de viatgers i un 8,78% el nombre de pernoctacions.*

NAUT ARAN		
	ANY	TOTAL
VIATGERS	2012	82.718
	2013	75.240
	2014	68.211
	<b>2015</b>	<b>74.557</b>
PERNOCTACIONS	2012	262.195
	2013	238.222
	2014	235.140
	<b>2015</b>	<b>265.586</b>

VIELHA e MIJARAN		
	ANY	TOTAL
VIATGERS	2012	146.627
	2013	135.401
	2014	130.792
	<b>2015</b>	<b>135.046</b>
PERNOCTACIONS	2012	373.324
	2013	335.999
	2014	342.862
	<b>2015</b>	<b>366.632</b>

BAISH ARAN		
	ANY	TOTAL
VIATGERS	2012	12.419
	2013	11.104
	2014	11.992
	<b>2015</b>	<b>11.407</b>
PERNOCTACIONS	2012	36.015
	2013	32.205
	2014	34.645
	<b>2015</b>	<b>34.231</b>



Pel que fa als principals mercats emissors per origen, el turisme nacional rebut per la Vall ha incrementat en 10.645 viatgers i l'estranger en 88 persones, el que suposa un canvi en la tendència dels últims anys. S'han obtingut millors resultats en tots els indicadors exceptuant el nombre de viatgers internacionals, que es redueix en 1.855 persones.

En les taules següents es mostren els resultats per zones i la comparativa per anys.

SUMA ZONES	PROCEDÈNCIA	2013	2014	2015	2015 VS 2014	2015 VS 2013
VIATGERS	NACIONALS	162.731	152.903	163.548	10.645	817
	ESTRANGERS	47.910	45.967	46.055	88	-1.855
PERNOCTACIONS	NACIONALS	454.208	446.596	504.729	58.133	50.521
	ESTRANGERS	119.593	131.406	127.490	-3.916	7.897
ESTÀNCIA MITJANA	NACIONALS	2,79	2,92	3,09	0,17	0,30
	ESTRANGERS	2,50	2,86	2,77	-0,09	0,27

NAUT ARAN	NAUT ARAN	PROCEDÈNCIA	2013	2014	2015
	VIATGERS	NACIONALS		52.146	47.581
ESTRANGERS			23.094	20.632	21.384
PERNOCTACIONS	NACIONALS		170.638	165.169	197.143
	ESTRANGERS		67.164	69.971	68.444

VIELHA e MIJARAN	VIELHA e MIJARAN	PROCEDÈNCIA	2013	2014	2015
	VIATGERS	NACIONALS		110.585	105.322
ESTRANGERS			24.816	25.335	24.671
PERNOCTACIONS	NACIONALS		283.570	281.427	307.586
	ESTRANGERS		52.429	61.435	59.046

*El turisme d'origen estranger ha representat l'any 2015 el 22% de la demanda de la Vall, mentre que els anys 2013 i 2014 va representar el 23%. S'ha estabilitzat la contribució del turisme estranger a la Vall, ja que durant els últims anys es manté entre un 23% i 22%. Aquesta tendència és el resultat de l'esforç realitzat per FTVA en la promoció del destí al mercat estranger.*



SUMA ZONES	PROCEDÈNCIA	2013	2014	2015
VIATGERS	NACIONALS	77%	77%	78%
	ESTRANGERS	23%	23%	22%
PERNOCTACIONS	NACIONALS	80%	77%	80%
	ESTRANGERS	20%	23%	20%

### Sistema Propi (SPFTVA). Ocupacions per setmanes

La Val d'Aran presenta l'any 2015 un balanç d'ocupació més positiu que el dels últims anys al Naut Aran i a Vielha Mijaran, amb increments en el conjunt de tot l'any del 0,24% i del 1,92% respecte l'any 2014. El Baish Aran ha obtingut una mitjana d'ocupació anual del 24,52%, un 1,68% inferior a la de l'any 2014 però superior a la dels anys anteriors

En les taules següents es mostren els resultats d'ocupació per mesos, les dades les proporcionen directament els establiments.

### NAUT ARAN

	GEN	FEB	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DES	MITJA
<b>2012</b>	55,95%	65,38%	49,82%	19,25%	4,96%	9,73%	28,22%	53,16%	28,21%	8,40%	5,81%	39,13%	<b>30,67%</b>
<b>2013</b>	51,75%	55,26%	52,63%	21,93%	5,97%	7,86%	31,69%	51,67%	27,02%	8,13%	17,11%	46,51%	<b>31,46%</b>
<b>2014</b>	50,31%	58,61%	51,77%	38,10%	4,03%	10,72%	33,34%	58,84%	17,42%	6,12%	11,33%	35,45%	<b>31,34%</b>
<b>2015</b>	<b>63,73%</b>	<b>64,73%</b>	<b>62,26%</b>	<b>24,39%</b>	<b>8,16%</b>	<b>3,97%</b>	<b>45,16%</b>	65,06%	25,17%	8,07%	10,30%	38,89%	<b>31,58%</b>

### MIEI ARAN

	GEN	FEB	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DES	MITJA
<b>2012</b>	61,69%	59,78%	51,06%	27,94%	18,76%	24,54%	39,75%	60,17%	41,44%	27,74%	27,74%	33,34%	<b>38,57%</b>
<b>2013</b>	44,31%	49,19%	49,38%	29,87%	17,71%	22,61%	31,61%	61,03%	40,85%	28,50%	19,83%	43,71%	<b>36,55%</b>
<b>2014</b>	48,53%	49,49%	45,39%	28,13%	16,82%	25,44%	35,96%	67,58%	31,25%	30,31%	28,18%	34,70%	<b>36,82%</b>
<b>2015</b>	53,77%	57,55%	48,08%	<b>26,02%</b>	<b>28,71%</b>	<b>23,67%</b>	45,53%	73,45%	36,21%	39,20%	32,62%	34,86%	<b>38,74%</b>

### BAISH ARAN

	GEN	FEB	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DES	MITJA
<b>2012</b>	16,49%	11,90%	12,39%	12,88%	13,40%	26,78%	26,26%	42,89%	29,70%	22,97%	9,33%	20,85%	<b>18,75%</b>
<b>2013</b>	10,03%	10,74%	21,65%	9,40%	12,19%	9,33%	19,39%	44,63%	20,77%	12,29%	18,30%	23,33%	<b>17,67%</b>
<b>2014</b>	47,00%	31,07%	26,89%	18,62%	11,03%	18,54%	42,86%	47,68%	22,59%	7,95%	10,58%	27,57%	<b>26,20%</b>
<b>2015</b>	<b>26,45%</b>	33,51%	21,08%	23,65%	<b>18,05%</b>	19,55%	<b>24,46%</b>	53,84%	<b>32,58%</b>	<b>35,65%</b>	5,42%	17,89%	<b>24,52%</b>





Com s'observa en les taules anteriors, la Val d'Aran ha experimentat una ocupació major durant la majoria de mesos de l'any al Naut Aran i a Vielha e Mijaran. Al Naut Aran l'increment s'ha produït especialment durant els mesos de gener, març i juliol i a Vielha e Mijaran al mes de maig. També cal destacar un increment en l'ocupació del mes de maig al Naut Aran, mes que històricament ha obtingut nivells d'ocupació molt reduïts. Tot i així, els mesos d'abril i juny han registrat una disminució en les dues zones.

Pel que fa al Baish Aran, es manté la inestabilitat en el grau d'ocupació mensual, registrant increments rellevants durant els mesos de maig, setembre i octubre i disminucions fortes en els mesos de gener i juliol.

## EM Val d'Aran Vielha e Mijaran 2015

	GEN	FEB	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DES
Mitjana temperatures màximes diàries (°C)	8,2	9,1	13,1	17,1	16,9	23,2	22,9	22,5	22,6	21	13	5,6
Mitjana temperatures mínimes diàries (°C)	1	-1	1,2	4,5	4,8	9,9	10,8	11,2	9,5	7,8	3,9	-1,1
Temperatura màxima absoluta (°C)	18,1	17,8	23,1	23,6	25	29,5	32,7	29,8	29	25,9	21,4	13,6
Temperatura mínima absoluta (°C)	-3,2	-4,3	-4,5	1	0,5	4,9	7,3	7,3	2,1	3	-0,7	-8,3
Precipitació acumulada (mm)	163,1	69	92,2	86,1	109,1	113,7	85,9	72,2	57,6	51,3	98,8	95,5

## EM Vielha e Mijaran 1961-1990

	GEN	FEB	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DES
Mitjana temperatures màximes diàries (°C)	7,3	8,8	11,3	13,0	17,2	21,2	24,7	24,3	22,1	17,3	11,1	7,1
Mitjana temperatures mínimes diàries (°C)	-2,2	-1,5	-0,2	2,2	5,3	8,6	11,2	10,8	8,4	4,9	0,7	-1,9
Temperatura màxima absoluta (°C)	15,3	16,8	20,9	22,8	26,2	30,0	33,5	32,9	30,1	25,4	19,5	15,2
Temperatura mínima absoluta (°C)	-10,3	-8,7	-7,3	-3,1	-0,5	2,7	5,8	5,0	2,0	-1,6	-6,8	-10,0
Precipitació acumulada (mm)	75,1	60,1	63,6	89,7	100,3	78,1	64,5	78,6	73,6	69,1	95,9	91,1



# el servei d'informació i acollida del visitant de la Val d'Aran

## Servei d'informació i acollida del visitant de la Val d'Aran

El "Sistema de Intel·ligència i informació Turística de la Val d'Aran" s'encarrega també de la gestió de les oficines de turisme i la prestació de **serveis de informació i acollida al visitant**.

Des de les oficines de turisme es presten els serveis següents:

- Informació turística comarcal i local
- Distribució de material turístic: mapes, tríptics, fulletons, *flyers*...
- Atenció de consultes telefòniques de turistes potencials interessats en visitar la Vall, i enviament d'informació per correu postal i electrònic.
- Venda d'entrades de diversos actes i activitats que es realitzen a la Vall
- Ajuda en la preparació del material de la fira i merchandising d'activitats de promoció.
- Confecció agenda setmanal d'activitats a la Val d'Aran
- Col·laboració en la confecció i rectificació dels fulletons i mapes
- Revisió i preparació en la gestió de la Q de qualitat.
- Recollida de dades dels visitants al programa de gestió de la Generalitat





Les oficines obertes tot l'any són:

**Oficina de Turisme de Vielha** (o.torisme@aran.org) amb horari de 9.30 a 13.30 i de 16.00 a 20.00 cada dia durant la temporada d'hivern. Del 23 de juny al 15 de setembre l'horari és: de 9.00 a 13.30h. i de 16.00 a 20.00h cada dia (excepte el mes d'agost que està oberta cada dia de 09.00 a 20.00 h. I en temporada baixa de dilluns a dissabte de 10.00 a 13.30 i de 16.30 a 20.00h. tancada els diumenges. També tanca els dies 1 i 6 de gener, 17 de juny, 8 de setembre, 8 d'octubre i 24 i 25 de desembre.

**Oficina de Turisme de Salardú** (o.s.torisme@aran.org) amb horari en temporada d'hivern de 09.30 a 12.30h i de 16.00 a 19.00h de dilluns a dissabte, els diumenges tancada igual que els dies 1 i 6 de gener, 3 de maig, 17 de juny, 24 i 25 de desembre. Durant la temporada d'estiu (mesos juliol i agost) de 9.30 a 12.30h i de 16.00 a 19.00h cada dia.

Les oficines obertes a l'estiu són:

**L'Oficina de Turisme d'Arties** (o.a.torisme@aran.org) amb horari de 9.00 a 14.00h i de 16.00 a 19.00h de dimarts a diumenge.

**Oficina de Turisme de Bossòst** (torisme@bossost.es) amb horari de dilluns a dissabte de 10.00 a 13.30h i de 16.00 a 19.00h. Aquesta oficina no està gestionada per FTVA, només s'hi entrega material informatiu i de promoció turística.

**Oficina de Turisme de Les**, amb horari de 11.00 a 14.00h i de 15.00 a 19.00 de dilluns a dissabte. Aquesta oficina no està gestionada per FTVA, només s'hi entrega material informatiu i de promoció turística.

**Oficina de Turisme d'Aran Park**, amb horari de 11.00 a 17.00h de dilluns a dissabte.

## Quantificació del servei i caracterització dels visitans

*Les oficines de turisme de Vielha i Salardú han atès durant l'any 2015 a més de 57.000 turistes, d'aquests un 89% a l'oficina de turisme de Vielha. Si hi sumem els altres punts de informació turística oberts temporalment, la xifra total de visitans atesos puja a 68.590 persones.*

Principals característiques del visitant de les oficines de turisme l'any 2015 i canvis significatius en el seu comportament respecte l'any 2014:

- El 97,07% dels turistes visita la Vall per motius de vacances, percentatge similar al comportament del 2014.
- El 73,72% dels turistes té edats compreses entre els 36 i els 65 anys, suposant un increment significatiu respecte l'any anterior. També incrementa el segment de majors de 65 anys, on es registra una proporció superior a la dels últims anys, representat el 9,35% dels visitans.
- El 57,58% pernocta en oferta d'allotjament hotelier, percentatge lleugerament inferior al 2014. Puja el volum de viatgers que declaren pernoctar en Càmpings i Albergos, mentre que els visitans allotjats en apartaments turístics es redueixen de forma significativa.



- La meitat de la informació sol·licitada es refereix a informació de l'oferta turística, el 51,98% dels visitants. La informació referent als comerços s'ha duplicat respecte l'any 2014, representant un 7,58% l'any 2015.
- El material que més s'ha lliurat a les oficines és el mapa turístic i el mapa de senderisme, seguit pel fulletons sobre el patrimoni i el mapa de Vielha.
- El 85% dels visitants de les oficines de turisme són d'origen nacional i el 15% d'origen estranger
  - Dins del mercat nacional, la meitat dels turistes que acudeixen a les oficines de turisme són de Catalunya, representen el 50,9% de les consultes de turistes nacionals (el 76,5% procedeix de Barcelona, representen el 39,1% de les consultes totals de les oficines de turisme), seguits dels de la Comunitat de Madrid i la Comunitat Valenciana, que representen el 10% i el 8,7% del total de consultes realitzades.
  - En el cas dels visitants estrangers, els que més acudeixen a les oficines de turisme són els francesos, representen el 61,2% dels visitants estrangers i el 10,6% del total de consultes, seguit pels procedents d'Israel que representen el 9,8% i pel britànics que representen el 4,9%

Tot seguit se'n detallen els resultats:

## OIT VIELHA

TURISTES	GEN	FEB	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DES	TOTAL
<b>2012</b>	4,50%	4,40%	5,10%	9,40%	4,60%	5,90%	15,70%	29,00%	8,50%	4,80%	3,50%	5,20%	<b>45.108</b>
<b>2013</b>	4,00%	4,30%	8,00%	4,80%	4,00%	5,00%	12,90%	32,70%	11,00%	6,20%	4,20%	5,00%	<b>47.282</b>
<b>2014</b>	3,40%	3,30%	4,20%	7,84%	2,60%	5,80%	16,00%	33,60%	9,50%	4,99%	2,50%	4,70%	<b>55.482</b>
<b>2015</b>	4,18%	4,09%	5,55%	6,01%	4,33%	6,50%	15,38%	31,40%	9,90%	6,40%	1,73%	4,47%	<b>51.073</b>

## OIT SALARDÚ

TURISTES	GEN	FEB	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DES	TOTAL
<b>2012</b>	2,80%	2,40%	2,70%	4,30%	0,10%	5,10%	22,90%	47,30%	6,70%	1,40%	0,20%	3,70%	<b>7.332</b>
<b>2013</b>	2,40%	2,00%	4,80%	0,50%	0,50%	2,10%	21,10%	52,00%	10,10%	1,00%	1,40%	1,80%	<b>7.013</b>
<b>2014</b>	1,30%	1,30%	1,00%	4,70%	1,00%	2,50%	20,70%	59,64%	4,30%	0,50%	0,50%	2,90%	<b>6.973</b>
<b>2015</b>	1,88%	2,90%	1,96%	3,85%	0,65%	0,17%	22,73%	52,51%	3,65%	1,64%	0,06%	4,39%	<b>6.334</b>

## Perfil dels visitants de les oficines de informació turística

### Motiu de la visita

MOTIVACIÓ	PERSONES 2014	PERSONES 2015	PERCENTATGES 2014	PERCENTATGES 2015
Vacances	54.517	50.034	98,26%	97,97%
Negocis	22	162	0,04%	0,32%
Oci	888	857	1,6%	1,68%
Dades no informades	55	20	0,1%	0,04%
<b>Total</b>	<b>55.482</b>	<b>51.073</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Edat

INTERVALS	PERSONES 2014	PERSONES 2015	PERCENTATGES 2014	PERCENTATGES 2015
16 a 25 anys	433	327	0,78%	0,64%
26 a 35 anys	12.289	8.320	22,15%	16,29%
36 a 65 anys	38.554	37.651	69,49%	73,72%
> 65 anys	4.205	4.775	7,58%	9,35%
<b>Total</b>	<b>55.482</b>	<b>51.073</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Tipus de pernoctacions

	PERSONES 2014	PERSONES 2015	PERCENTATGES 2014	PERCENTATGES 2015
Hotels	32.179	29.408	58,00%	57,58%
Campings	4.677	6.394	8,43%	12,52%
Turisme rural	3.418	2.901	6,16%	5,68%
Apartaments turístics	9.027	5.066	16,27%	9,92%
2ª Residencia	3.773	3.841	6,8%	7,52%
Familiars	760	1.558	1,37%	3,05%
Albergues	311	1.226	0,56%	2,40%
Altres	1.337	679	2,41%	1,33%
<b>Total</b>	<b>55.482</b>	<b>51.073</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Informació sol·licitada

	PERSONES 2014	PERSONES 2015	PERCENTATGES 2014	PERCENTATGES 2015
Informació de la oferta turística	30.237	26.548	54,50%	51,98%
Transports	1.370	1.501	2,47%	2,94%
Seguretat ciutadana	94	36	0,17%	0,07%
Allotjaments	2.513	3.008	4,53%	5,89%
Restauració	8.433	6.665	15,20%	13,05%
Oci	4.194	4.484	7,56%	8,78%
Esdeveniments	6.275	4.760	11,31%	9,32%
Comerç	2.097	3.871	3,78%	7,58%
Altres	266	199	0,48%	0,39%
<b>Total</b>	<b>55.482</b>	<b>51.073</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



## Material lliurat a l'oficina de Turisme.

<b>FULLETONS</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Mapa de senderisme	16.994	18.066	21.454	25.827
Llibre Senderisme	381	244	554	526
BTT-Ciclotorisme	1.703	2.368	7.465	6.909
Mapa Turístic	37.282	34.319	36.466	41.538
Pesca	3.529	164	1.145	1.499
Turisme d'aventura	192	3.529	9.872	8.291
Mòstra gastronòmica	1.740	730	730	40
Aiguamòg-Valarties	3.529	721	1.835	8.752
Raquetes	2.790	2.368	1.863	2.826
Restaurants	6.021	4.477	8.734	7.915
Allotjaments	2.672	2.200	2.200	5.331
Taxis	260	150	0	0
Patrimoni	5.162	7.614	13.753	16.725
Artiga de Lin	720	336	336	1.580
Horaris Bus	4.752	2.526	5.867	5.268
Mapa de Vielha	0	8.428	10.153	13.415
Wildlife	0	1.075	3.322	1.674
<b>TOTAL</b>	<b>87.727</b>	<b>89.315</b>	<b>125.749</b>	<b>148.116</b>



# L'acció de marketing turístic de la Val d'Aran

L'equip professional de FTVA, estructurat per àrees de màrqueting turístic, ha desenvolupat durant l'any 2015 nombroses activitats de comunicació, promoció i comercialització, amb l'objectiu d'atraure mercat turístic cap al destí.

Les accions que es detallen a continuació en aquesta memòria s'alineen amb les estratègies generals marcades pel destí al Pla Estratègic de Turisme de la Vall pel període 2012-2015, complementat amb el Pla de Màrqueting Operatiu 2015.

## Projectes destacats de l'any 2015

Tot seguit es destaquen alguns dels projectes en què ha treballat FTVA durant l'any 2015 i pel seu caràcter transversal repercuteixen en moltes de les accions de comunicació, promoció i comercialització portades a terme.

### Val d'Aran Destí Turístic Intel·ligent



El Pla d'acció de Turisme Val d'Aran 2012-2015 culmina amb l'obtenció del reconeixement de *Destí Turístic Intel·ligent*, projecte impulsat pel *Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme* a través del Pla Nacional i Integral de Turisme 2012-2015. Aquest reconeixement s'enquadra en el programa de competitivitat del Pla de Turisme Val d'Aran 2012-2015 i avala la incorporació de la innovació, tecnologia, sostenibilitat i accessibilitat en el model turístic de la Val d'Aran.

*El Destí turístic intel·ligent Val d'Aran* ha representat un projecte pilot desenvolupat per SEGITTUR, que ha consistit en un anàlisi i un conjunt de recomanacions d'actuació en els quatre eixos que configuren un *Destí Turístic Intel·ligent*: innovació, tecnologia, sostenibilitat i accessibilitat. L'informe realitzat recull tota la informació necessària sobre les fonts de finançament que ofereixen el *Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme* i la Unió Europea, que faciliten el desenvolupament i la implantació de les actuacions definides.



## Finalista als premis World Legacy Awards, categoria Destination Leadership



Al 2015 la Val d'Aran ha estat seleccionada com a finalista als premis World Legacy Awards organitzats per National Geographic Society en col·laboració amb la fira de turisme ITB de Berlin. La categoria per la què ha estat seleccionada és la de Destination Leadership, que premia les destinacions líders que demostren l'aplicació de les millors pràctiques en la protecció de la natura i la cultura, i que treballa amb els seus visitants per tal de sensibilitzar-los en la protecció

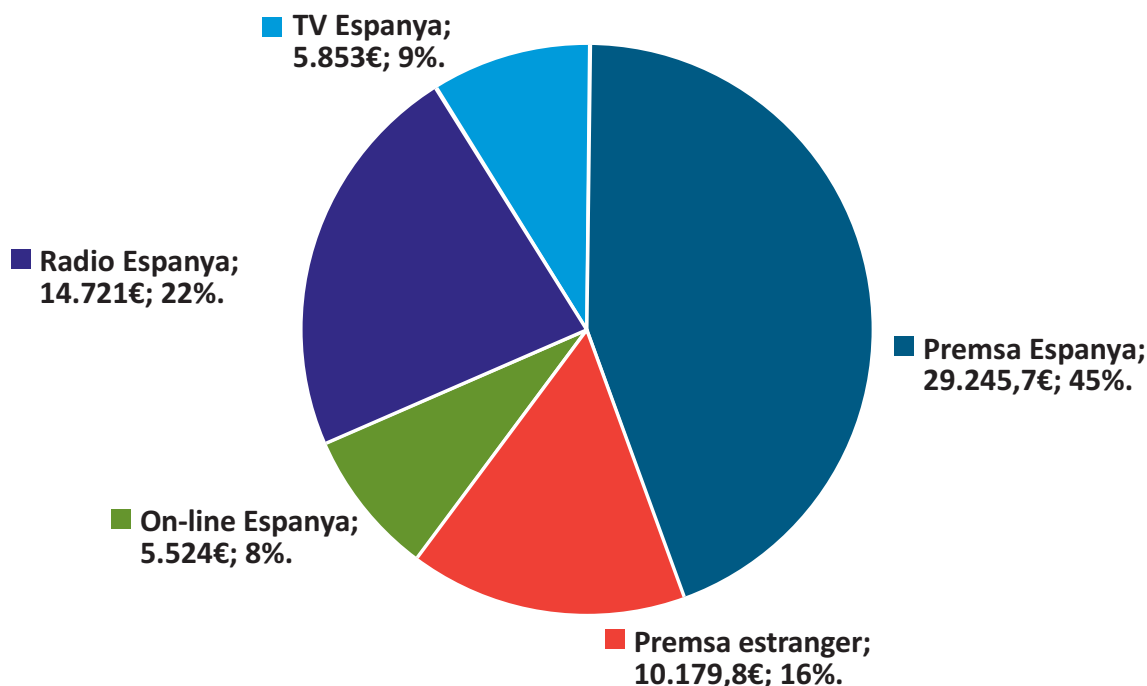
del medi ambient.

La selecció de la Val d'Aran com a finalista dels premis suposa una fita remarcable. Tot i no haver guanyat el premi, ser un dels 15 seleccionats d'un total de 150 participants representa un reconeixement als esforços realitzats en l'àmbit de la protecció i preservació de l'herència natural i històrica del territori. Cal destacar que la Val d'Aran va ser l'únic finalista europeu.

El resultat obtingut al premi també suposa una gran oportunitat per donar a conèixer a nivell internacional el destí turístic. D'una banda, la Val d'Aran va disposar d'un espai a la fira ITB de Berlin on es van atendre a mitjans interessats en el destí. D'altra banda, la Val d'Aran també ha rebut cobertura a *National Geographic Traveller* així com en altres mitjans de comunicació internacionals, tant impresos com digitals.

## Comunicació

L'any 2015 el pressupost invertit en comunicació ha estat de 65.521€ i la distribució per mitjans i abast geogràfic ha estat la següent:





## Comunicació convencional (off-line)

L'any 2015 s'han realitzat accions de comunicació en 40 mitjans, incloent-hi ràdio, televisió i premsa escrita. En la premsa escrita s'han aconseguit 38 insercions que han comportat reportatges d'un total de 103 pàgines, el destí ha estat present en 846.800 exemplars i s'ha arribat a 4.068.000 lectors

### Premsa escrita genèrica i especialitzada

Durant l'any 2015 la Val d'Aran ha estat present en:

- Mitjans: 40
- Insercions publicitàries: 38
- Reportatges: 103 pàgines en total
- Exemplars: 846.800
- Lectors: 4.068.000

#### PREMSA ESCRITA NACIONAL

MITJÀ	MERCAT	INSERCIÓ	REPORTATGE	EXEMPLARS	LECTORS
ARAN NAU	LOCAL I DE PROXIMITAT	8	8	7.000	20.000
GUIA GUM	LOCAL I DE PROXIMITAT	1	1	25.000	100.000
VIU ERA VAL	LOCAL I DE PROXIMITAT	1	1	15.000	35.000
DESCOBRIR CATALUNYA	CATALÀ	5	1	55.000	295.000
CENTRE EXCURSIONISTA CATALUNYA	CATALÀ	1	1	10.000	30.000
SPORTS D'HIVERN	CATALÀ	1	1	15.000	45.000
MON MEDIEVAL – SENSE CÒST	CATALÀ	0	1	5.000	18.000
PERIODICO DE CATALUNYA - SENSE CÒST	CATALÀ	0	1	50.000	75.000
PANXING	CATALÀ I ANDORRÀ	2	2	22.000	75.000
EVASION	NACIONAL	0	1	25.000	100.000
GRANDES ESPACIOS	NACIONAL	1	1	40.000	150.000
MOUNTAIN BIKER	NACIONAL	1	1	17.000	85.000
REVISTA BAQUEIRA	NACIONAL	2	2	131.000	458.000
LA MAÑANA	NACIONAL	1	0	35.000	75.000
AIRE LIBRE	NACIONAL	1	1	18.000	40.000
NATIONAL GEOGRAPHIC	NACIONAL	1	1	37.300	540.000
EL MUNDO DE LOS PIRINEOS	NACIONAL	1	1	24.000	100.000
SAPOS Y PRINCESAS	NACIONAL	1	1	25.000	80.000
EXPOCULTUR	NACIONAL	1	1	15.000	52.500
REVISTA MEDIEVAL – SENSE CÒST	NACIONAL	0	1	5.000	15.000
CRECER FELIZ - SENSE CÒST	NACIONAL	0	1	7.000	22.500
EL CAMPING Y SU MUNDO – SENSE CÒST	NACIONAL	0	1	5.000	16.000
EL ECONOMISTA – SENSE CÒST	NACIONAL	0	1	3.500	20.000
VIAJAR – SENSE CÒST	NACIONAL	0	1	15.000	30.000
SHANGAY	NACIONAL	2	3	75.000	440.000
EXCLUSIVES MAGAZINE	NACIONAL	1	1	30.000	98.000

#### PREMSA ESCRITA INTERNACIONAL

MITJÀ	MERCAT	INSERCIÓ	REPORTATGE	EXEMPLARS	LECTORS
GUIA VERANO SUD OUEST	FRANCÈS	1	1	20.000	70.000
PERIODICO SUD OUEST	FRANCÈS	1	1	20.000	70.000
PYRENEES MAGAZINE	FRANCÈS	1	2	50.000	746.000
MAGAZINE RESPYR	FRANCÈS	1	2	15.000	52.000
CAP CATALOGNE	FRANCÈS	1	1	20.000	65.000
SPORTS + TRAVEL	INTERNACIONAL	1	1	10.000	50.000

Les campanyes contractades en radio i TV han estat les següents:

RADIO	
MITJÀ	CAMPANYA
CATALUNYA INFORMACION	CATALÀ
PRISA RADIO - FEM TURISME	CATALÀ
ONDA CERO	NACIONAL
RAC	CATALÀ
SER	NACIONAL
SKI NEU	CATALÀ

TV	
MITJÀ	PROGRAMA
TV3	CATALÀ
EVASION	NACIONAL

## Comunicació ON-LINE

La comunicació i màrqueting *on-line* ha estat un dels principals canals de difusió a l'any 2015, s'ha apostat especialment per optimitzar els recursos existents i incidir en l'increment d'audiència en Xarxes Socials.

Al 2015 la Val d'Aran va aparèixer 17.893 vegades en suports digitals, amb una mitjana de visitants únics de 8.158.909.326. El valor publicitari d'aquesta comunicació s'estima en 108.986.352€

Les principals accions on-line han estat les següents:



ON-LINE	
MITJÀ	DESCRIPCIÓ ACCIÓ
EL PAIS	Banner, campanya "Piensa en Blanco"
LA VANGUARDIA	Banner, campanya "Piensa en Blanco"
EVASION	Reportatge
EXCLUSIVES MAGAZINE	Reportatge
FEM TURISME	Reportatge
INOUTVIAGES	Reportatge + banner
LUGARES DE NIEVE	Articles + reportatges
BLOG - LIBERTAT DIGITAL - SIN COSTE	Fitxa destinació

## Dades de la presència online del destí

Al 2015 el departament FTVA ha contractat una empresa externa per a gestionar la presència online del destí, és a dir, de la presència a la web, de les eines de comunicació amb el sector i de la dinamització dels canals propis en xarxes socials; l'empresa contractada s'ocupa principalment de la dinamització i creació de continguts per tal de difondre en mitjans convencionals i xarxes socials.

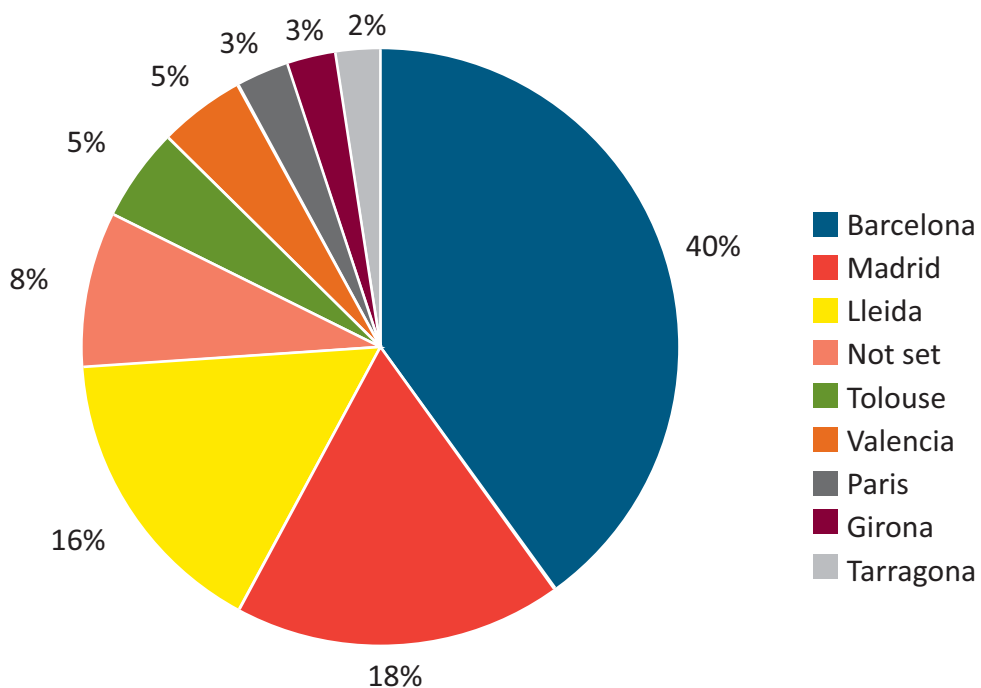
A continuació es presenten algunes dades que reflecteixen l'activitat en cada canal online

### RESULTATS PORTAL WEB

Al març del 2015 s'ha renovat la pàgina web de Torisme Val d'Aran realitzant una ampliació de les funcionalitats, fent-la més navegable i incrementant-ne l'oferta de productes i el seu assortiment. Tot i que les millores realitzades al portal s'ha produït una disminució de visites respecte l'any anterior provocada per la pèrdua de posicionament als buscadors després del canvi de URL del nou web. Aquesta tendència negativa en nombre de visites comença a canviar al setembre a partir de la creació del blog i la introducció de continguts nous.

	2014	2015	2015 vs 2014 (%)
<b>Visites</b>	342.652	206.663	-40%
<b>Visitants únics</b>	255.215	156.118	-39%
<b>Pàgines vistes</b>	1.095.470	670.638	-39%

La majoria de les visites al web provenen de nous usuaris (73%), mentre que els 55.352 visitants restants són usuaris que repeteixen la visita a la pàgina. Pel que fa a l'origen dels visitants, Barcelona n'és l'origen principal (40%), seguida de Madrid (18%) i Lleida (16%). Cal destacar un elevat volum de visites procedents de França, el 5% de les visites del web es realitzen des de Tolouse i un 3% des de París.



Les pàgines més visitades del web de Val d'Aran, a més a més de la pàgina principal, són les de "Descobreix la Val d'Aran/ Com arribar-hi", "Descobreix Val d'Aran pobles", transport intern i rutes en cotxe de l'apartat "Què fer".

**RESULTATS COMUNICACIÓ I XARXES SOCIALS**

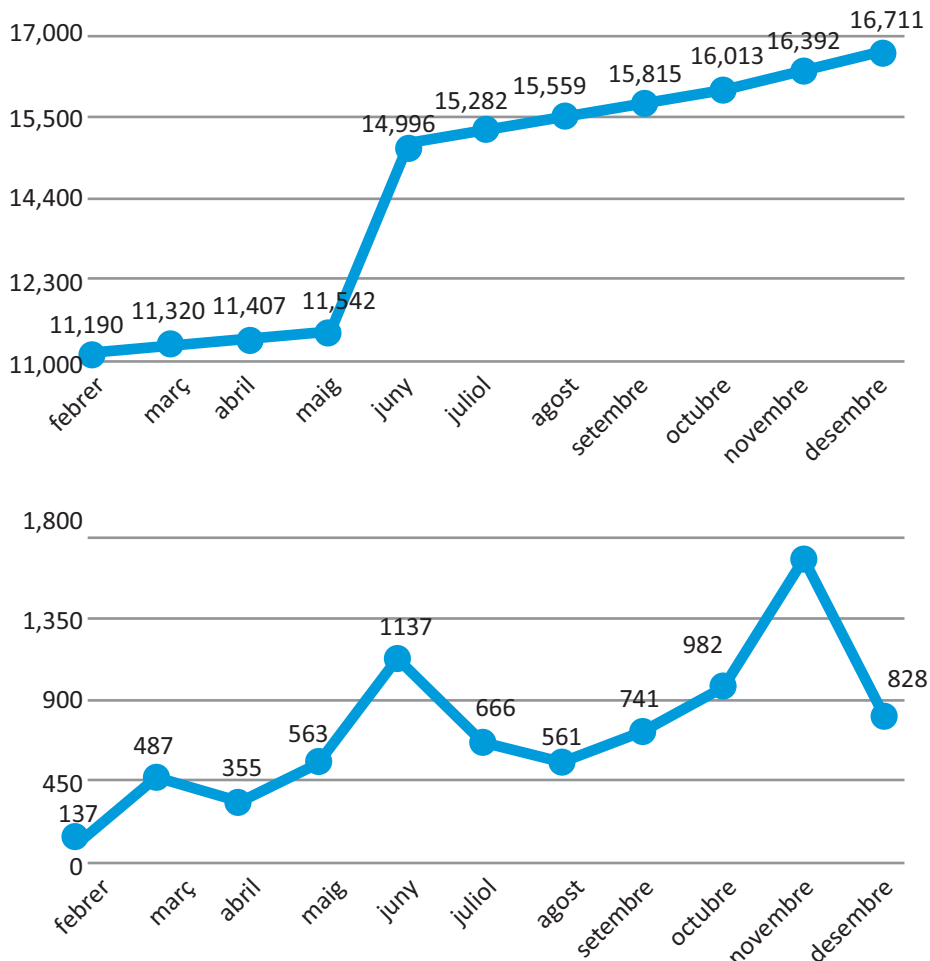
• **FACEBOOK**

Durant l'any 2015 Facebook ha representat una eina de comunicació altament efectiva, amb la realització de 511 publicacions s'ha aconseguit incrementar un 48% el nombre de seguidors, superant els 16.000 seguidors. L'abast de les publicacions ha estat de 3.401.640, incrementant un 38% el nombre d'impressions.

	2014	2015	2015 vs 2014 (%)
<b>Likes</b>	11.287	16.711	+48%
<b>Abast i nombre de impressions</b>	2.460.462	3.401.620*	+38%

*\*En la memòria 2015 Facebook ha canviat les estadístiques, l'any passat es va utilitzar l'abast de la pàgina i aquest nombre d'impressions.*

La interacció entre Val d'Aran i els usuaris d'aquesta xarxa social també s'ha elevat i ha produït 117.821 interaccions, amb 8.135 comparticions de contingut de la pàgina i 2.250 comentaris dels usuaris. Les publicacions amb més repercussió han estat les relacionades amb el paisatge i l'entorn, en especial amb la neu, però també els que reflecteixen les tradicions, la història i la cultura de la vall (festes del foc, pobles, rutes del romànic aranès).



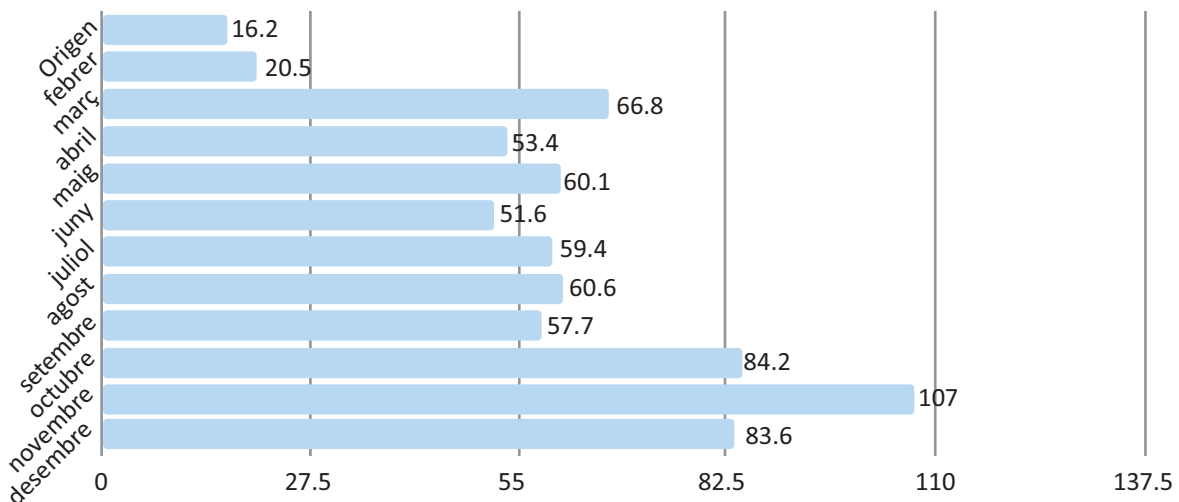
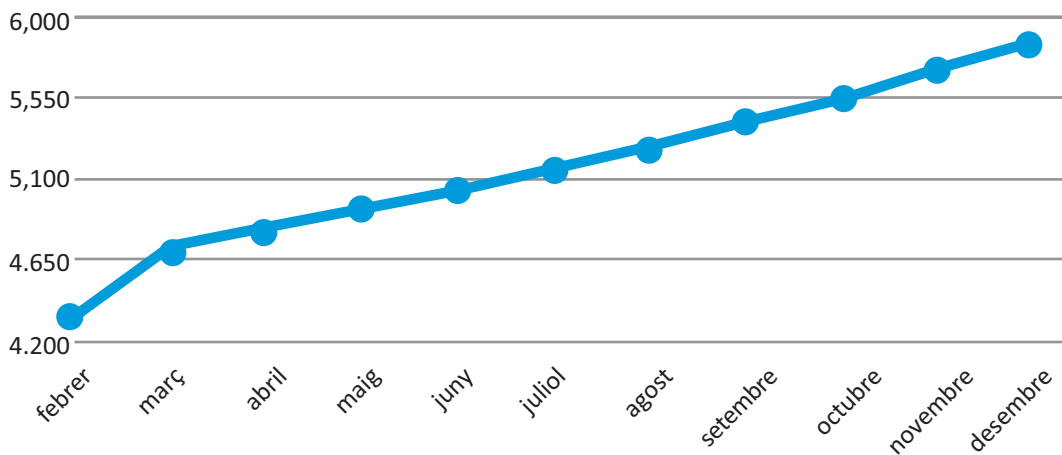
• TWITTER

La presència de la Val d'Aran a Twitter també ha obtingut millors resultats que l'any anterior, amb la publicació de 816 tuits ha incrementat un 44% el número de seguidors i ha arribat als 5.881 seguidors. El perfil de la Val d'Aran a twitter ha obtingut 27.474 visualitzacions, produint 7.640.560 impressions.

	2014	2015	2015 vs 2014 (%)
<b>Seguidors</b>	4.077	5.881	+44%
<b>Abast</b>	-	7.640.560	-

L'increment de volum de seguidors ha comportat també un volum elevat d'interaccions amb els usuaris. La taxa d'interacció mitjana ha estat de 2,61%, representant 2.278 retuits i 2.236 mencions.

Cal destacar que l'increment de interaccions, visualitzacions de perfil i impressions s'ha produït a partir del mes de març per un increment de la mitjana mensual de tuits realitzats, passant d'una mitjana mensual de 19 tuits a 80,4 tuits.



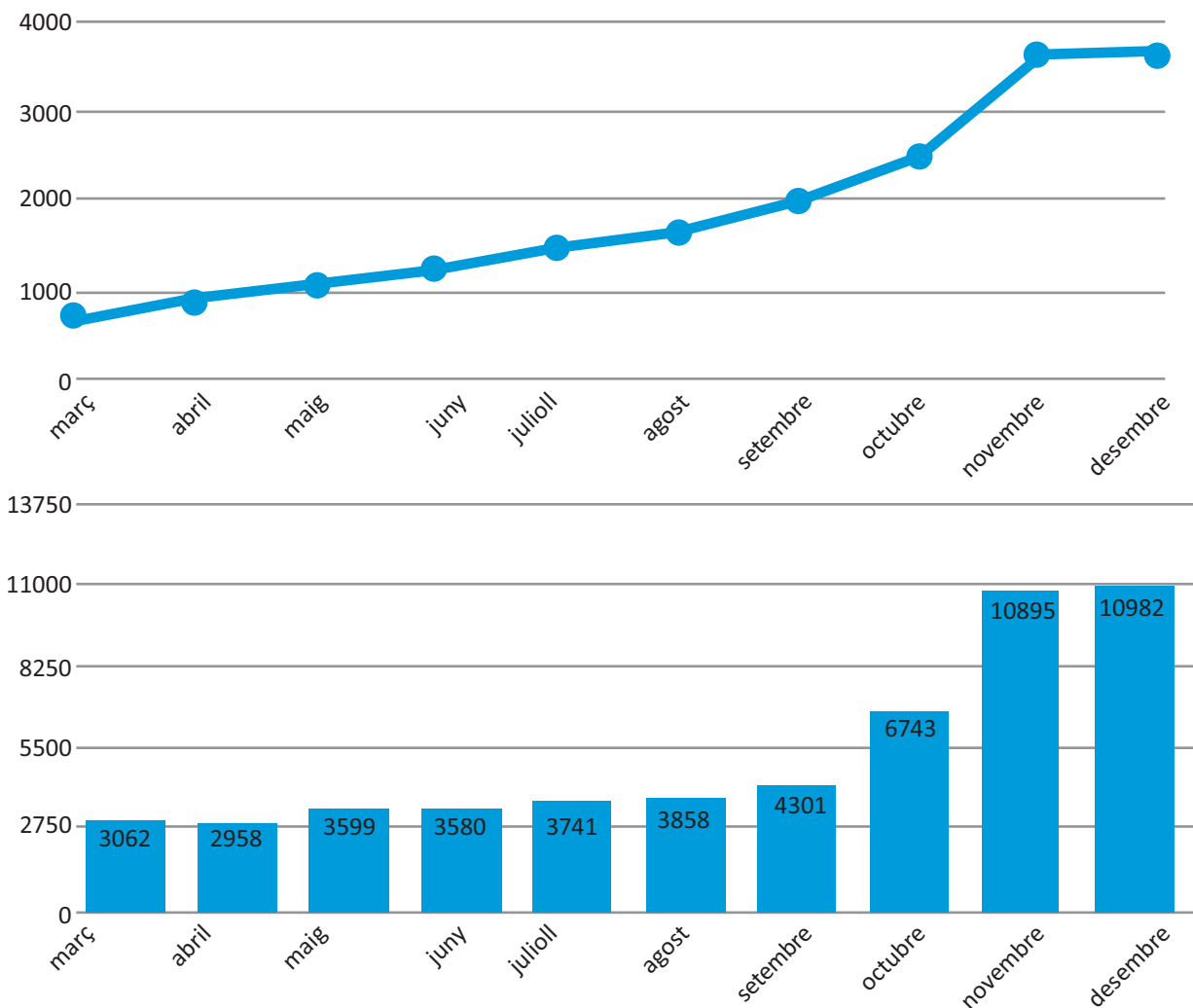


• **INSTAGRAM**

Pendent er an 2015 eth hilat sociu d'Instagram a incrementat de forma notòria era sua importància ena estratègia de presència online deth destin. Eth volum de seguidors a incrementat un 480% e eth nombre de “me gusta” ath contengut publicat un 5.963%.

Pendent tot er an s'an publicat un totau de 297 imatges en Instagram, e cau destacar qu'eth hashtag #Valdaran a artenhut es 29.000 publicacions realizades pes usatgèrs dera plataforma.

	2014	2015	2015 vs 2014 (%)
<b>Seguidors</b>	686	3.671	+480%
<b>“M’agrada”</b>	886	53.719	+5.963%



• **YOUTUBE**

El canal de Youtube de Torisme Val d'Aran, és la base des de la què es comparteixen vídeos promocionals de la Val d'Aran, l'augment d'audiència ha estat considerable aquest any. El volum de subscriptors ha incrementat de forma remarcable el 2015, incrementant un 45% el nombre de subscrits de l'any anterior.

	2014	2015	2015 vs 2014 (%)
<b>Subscriptors</b>	93	135	+45%
<b>Minuts</b>	26.050	28.490	+9,37%

## Edicions i reedicions

FTVA elabora cada any diferents publicacions impreses amb la finalitat de satisfer les diferents necessitats de demandes de informació.

Aquestes demandes poden procedir de 4 canals:

- Clients de les Oficines de turisme de la Val d'Aran
- Diferents accions de promoció on participem: Fires, workshops, viatges de premsa i agents de viatges.
- Lliuraments que es fan als diferents establiments turístics de la vall per informar els seus clients.
- Col·laboracions en diferents proves esportives i altres accions de dinamització que s'organitza al territori.

Seguint la línia d'anys anteriors en les publicacions temàtiques i amb la finalitat de promocionar les empreses col·laboradores amb FTVA, es fan constar les empreses prestatàries dels serveis relacionats amb cada una de els publicacions.

El total de publicacions editades aquest any ha estat de 170.450, un 11,4% més que l'any passat. L'increment es deu principalment a l'increment en l'assistència a accions de promoció destinades al públic final, així com a l'augment d'accions de dinamització que s'han organitzat aquest any a la Vall.

PUBLICACIONS 2014	QUANTITAT
MAPA TURÍSTIC CASTELLÀ	30.000
MAPA TURÍSTIC FRANCÈS	10.000
MAPA TURÍSTIC ANGLÈS	5.000
MAPA SENDERISME	30.000
MAPA AVENTURA	10.000
MAPA PATRIMONI	10.000
MAPA BTT	5.000
RESTAURANTS	2.500
ALLOTJAMENTS	2.000
FULLETÓ HVERN	12.000
AIGUAMÒG VALARTIES	8.000
ARTIGA DE LIN	8.000
FULLETÓ PESCA	2.500
MAPES VIELHA	5.000
MINES VICTÒRIA	3.000
ROMÀNIC MUSICAU	2.500
ROMÀNIC MUSICAU (POSTERS)	200
PUNT DE LLIBRE –Informació xarxes socials	3.250
PUNTOS DE LIBRO ARAN RURAL	5.000
CARPETES FTVA	1.000
BOSES BIO	10.000
BOSES PLÀSTIC	5.500
<b>TOTAL</b>	<b>170.450</b>

## Promoció i suport a la comercialització turística

---

Seguint el model d'actuació d'anys anteriors, la promoció i suport a la comercialització turística del destí s'ha centrat en els productes definits al Pla de Màrqueting i, principalment, en els mercats de mitjana distància en col·laboració amb altres entitats de promoció turística.

Durant tot l'any s'ha informat puntualment tota l'activitat de promoció desenvolupada a través de les *newsletter* dirigides al sector, a continuació es mostra un extracte de l'activitat a manera de resum.

### Promoció a través de "xarxes de col·laboració"

FTVA col·labora i participa activament amb altres entitats de promoció turística amb la finalitat d'aprofitar sinergies i optimitzar recursos. Aquestes entitats són principalment l'Agència Catalana de Turisme i el Patronat de Turisme Terres de Lleida.

#### Agència Catalana de Turisme

L'ACT compta amb diferents vies i canals, com per exemple els Clubs de Producte, línies de promoció específica i els Centres de Promoció Turística de Catalunya a l'estranger. FTVA té una relació molt estreta amb alguns dels CPT's que Catalunya té repartits per tot el món. Es manté una relació molt estreta amb els CPT's de França, Alemanya, Bèlgica i Regne Unit, mercats estrangers i prioritaris.

Fins a l'any present l'ACT ha gestionat la relació amb les diferents empreses i institucions turístiques del territori a través de programes de treball específics com han estat el Catalunya Convention Bureau, Destins Turístics Esportius (DTE), Destins Turístics Familiars (DTF), etc. y els Clubs de Producte. FTVA ha pertanyut fins a aquest any als Clubs de Producte d'Actiu-Natura, Cultura i Gastronomia i als programes de CCB i DTE entre d'altres.

A partir de l'any 2015, s'ha creat una nova via de col·laboració amb el sector turístic seguint les tendències de mercat i buscant una major orientació a la demanda. L'objecte final és augmentar el valor i la diferenciació que el turista percep de Catalunya, així com elevar el nivell afegit a l'oferta turística catalana.

Algunes de les accions en què l'Agència Catalana de Turisme i Foment Torisme Val d'Aran col·laboren activament són:

- Revisió de les diferents publicacions, catàlegs i fulletons de què disposa l'ACT per a la seva actualització i reedició: "Catalunya és neu" i dossier de premsa anual entre altres.
- Coordinar la informació amb diferents mitjans de premsa per a la publicació d'articles i reportatges sobre la Val d'Aran (per exemple la revista ELLE França i la guia TAO França), i també per a l'organització de viatges de premsa al territori.
- Des de l'ACT es dona l'oportunitat als membres dels diferents Clubs de Producte i línies de treball de disposar d'espais en diferents mitjans de comunicació a través de diferents acords entre l'ACT i aquests mitjans de premsa escrita o ràdio. Des de FTVA se cedeix un espai a les empreses del territori col·laboradores de FTVA que en vulguin fer ús.
- Intermediari entre TTOO internacionals i la Val d'Aran, tant pel que fa la sol·licitud d'informació com pel que fa a l'organització de Presstrips.
- Assistència en Fires sota el paraigües de l'ACT, algunes d'aquestes fires han estat FITUR i B TRAVEL



- Enviament de material informatiu de la Val d'Aran per a diferents accions de promoció, com fires i esdeveniments esportius. Per exemple: l'Assemblea General de la Federació Francesa de Senderisme a Tautavel (França), "Fòrum des Langues du Monde" a Tolosa, la fira de CMT de Stuttgart, el [www.wintershow.se](http://www.wintershow.se) a Estocolm.
- Enviament d'imatges i informació als diferents Centres de Promoció Turística a l'estranger.
- Compartir continguts amb les diferents xarxes socials vigents de l'ACT, com Facebook i Twitter.
- L'ACT dona l'oportunitat a les empreses turístiques del territori en poder vendre experiències turístiques a través del portal de venda <http://bookexperienvce.catalunya.com>. Durant l'any 2015 només 2 AAVV han ofert un total de 3 experiències i 1 empresa de turisme actiu ha ofert 8 experiències a través del portal. També una empresa de fora de la Val d'Aran ha ofert una experiència del territori.
- Cal destacar que durant el 2015 no s'han produït ventes al territori Val d'Aran.
- L'ACT ha creat un portal per poder vendre serveis turístics des de les oficines de turisme de Catalunya. De moment les oficines de turisme de la Val d'Aran no estan connectades amb aquesta plataforma, tot i que està previst que ho estiguin en breus.
- Presència a les webs de [www.catalunya.com](http://www.catalunya.com) i [www.act.cat](http://www.act.cat), així com als portals i xarxes socials dels diferents CPT's a través d'articles i reportatges en newsletters i blogs. Cal destacar l'activitat des del bloc de la CPT de França amb una mitjana de visitants únics al mes que fluctua entre 66000 (xifra rècord a l'estiu) a 22000 visitants (xifres mensuals de temporada baixa). Aquest any s'han publicat un total d'11 articles.
- També des de la CPT de França s'envia una newsletter cada 2 mesos a una BBDD d'un 3300 periodistes. Aquest any han enviat un total de 4 publicacions més genèriques i 3 més temàtiques puntuals.

### **Catalunya Convention Bureau**

L'Aran Natura Convention Bureau és la plataforma que aglutina tota l'oferta de la Vall especialitzada en turisme de negoci, viatges d'incentius i empreses. Actualment en formen part unes 40 empreses del territori, entre allotjaments, agències de viatges i empreses de serveis.

L'ANCB forma part del CCB (Catalunya Convention Bureau) i d'aquesta manera aprofita aquelles accions que s'organitzen des d'aquest organisme. Algunes d'aquestes accions on ha participat activament des de FTVA són:

- FIRA EIBTM (Barcelona)
- Workshop Paris
- Aparició al catàleg del CCB

També com ANCB s'ha participat en Salons de Comitè d'empresa franceses amb molt bons resultats.

### **Patronat de Turisme Terres de Lleida**

La col·laboració amb el Patronat Turisme de Lleida es dur a terme a través de diferents reunions periòdiques per a l'elaboració del Pla d'Accions. Les principals accions realitzades conjuntament per Foment Torisme Val d'Aran i el Patronat de Promoció Turística de Lleida han estat les següents:

- Assistència a Fires de promoció turística, com per exemple Navartur a Pamplona.
- Revisió de les diferents publicacions, catàlegs i fulletons (ex.: guia de neu, guia de turisme actiu, guia d'allotjaments, guia d'esdeveniments gastronòmics, etc.), així com de la app 365 on es publica la guia d'activitats de tota la província.
- Col·laboració en la difusió entre les empreses locals dels programes de promoció especialitzats: "Benvinguts senderistes i cicloturismes", "Moturisme". En l'actualitat hi ha 4 allotjament de la Val d'Aran certificats en el programa "Benvinguts", i 1 en e programa "Moturisme".
- Compartir continguts amb les diferents xarxes socials, Facebook, twitter, etc.

- Suport al banc d'imatges i continguts per a diferents accions de promoció
- Participació en la difusió de les accions portades a terme pel "Club Amics de Lleida". En l'actualitat hi ha un total de 36 empreses de la Val d'Aran adherides al Club Amics de Lleida.

### IDAPA

Des de l'*Institut per al Desenvolupament i la promoció de l'Alt Pirineu i Aran* es treballa en programes específics de senderisme i turisme rural (TRAPA) que involucra a agents del territori ALT PIRINEU I ARAN. Als programes de senderisme s'han realitzat diferents accions com: jornades de formació, creació del decàleg de camins on s'estableixen criteris per a la classificació de les rutes del territori, etc.

### Programa Pirineus

Conveni del que formen part l'ACT, Patronat de Turisme de Lleida, Patronat de Turisme de Girona, Patronat de Turisme de Barcelona, IDAPA, i la Val d'Aran per treballar conjuntament en la promoció dels "Pirineus de Catalunya". Entre les accions de promoció cal destacar-ne l'assistència a fires sota el paraigües de la marca "Pirineus de Catalunya", algunes especialitzades en producte de senderisme i cicloturisme com la Fiets & Wandelbeurs d'Àmsterdam o la Tour Natur de Düsseldorf. També destaca la celebració anual del workshop Pirineus on aquest any hi han participat més de 70 TTOO internacionals.

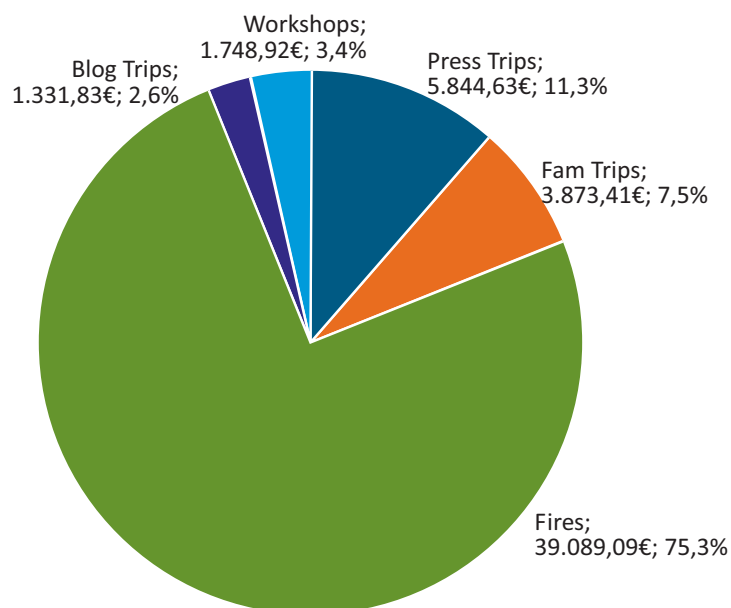
### Barcelona Catalunya Film Comission

La Val d'Aran participa a la plataforma *Barcelona Catalunya Film Comission* des de fa 3 anys. Aquesta plataforma es va crear per promocionar Catalunya com a territori per filmacions, produccions audiovisuals, anuncis i pel·lícules.

### Accions de promoció dirigides al públic professional

Durant l'any 2015 s'han desenvolupat un total de 79 accions destinades a actors turístics del trade o de mitjans, promocionant els productes del destí de forma mitjançada en múltiples mercats. El pressupost destinat a aquestes accions ha estat de 51.887€, distribuït de la manera següent:

#### Distribució del pressupost per tipologia d'accions 2015



## Assistència a fires i workshops

FTVA elabora cada any un calendari per la presència de la Val d'Aran a les principals fires turístiques dels mercats objectiu per la Vall. L'àrea encarregada de promoció estructura la seva participació en funció dels criteris següents:

- Caràcter professional o les orientades al públic final.
- Segons la modalitat, l'assistència pot ser:
  - En un mòdul de l'Agència Catalana de Turisme, del Patronat de Turisme ARA LLEIDA o sota la marca PIRINEUS.
  - Stand Propi.

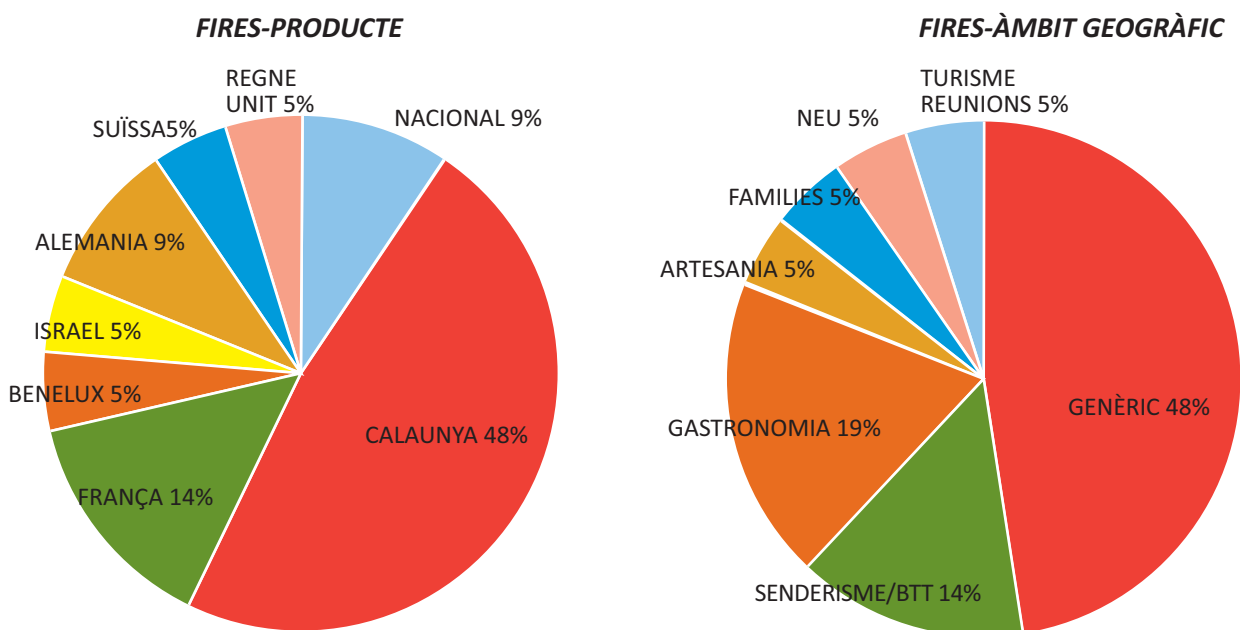
L'assistència a fires de turisme, salons professionals i jornades s'ha consolidat com a eina indispensable del màrqueting turístic, ja que a més a més de donar a conèixer el destí i la imatge de marca turística del destí, permet establir contacte amb un gran nombre de prescriptors i clients finals actuals i potencials en un període de temps i espai determinat. Tots aquests contactes es gestionen en la base de dades pròpia de FTVA per la seva activació en funció de les accions del pla de màrqueting operatiu anual.

Durant l'any 2015 FTVA ha assistit a les fires següents:

MERCAT	PRODUCTE	FIRA
NACIONAL	MARCA VAL D'ARAN	FITUR
BENELUX	SENDERISME CICLOTURISME BTT	FIETS & WANDELBEURS
CATALÀ	NATURA-SENDERISME	FIRA D'ESPÒRTS DE LLEIDA
ISRAËL	MARCA VAL D'ARAN	IMTM
NACIONAL	MARCA VAL D'ARAN	NAVARTUR
ALEMANYA - INTERNACIONAL	GENÈRIC	ITB BERLIN
CATALUNYA	GASTRONOMIA	FIRA DE SANT JOSEP DE MOLLERUSA
INTERNACIONAL	GENÈRIC	MERCAT D'ESCAPADES
CATALUNYA	MARCA VAL D'ARAN	B TRAVEL (SITC)
CATALUNYA	ARTESANIA	"SETMANA D'ARTESANIA DE CATALONHA - THE CRAFTROOM"
ALEMANYA	SENDERISME CICLOTURISME BTT	FIRA TOUR NATUR
CATALUNYA	GASTRONOMIA	FIRA DE SANT MIQUEL
CATALUNYA	GASTRONOMIA	BARCELONA DEGUSTA
FRANÇA	MARCA VAL D'ARAN	SALON COMITÉE ENTREPRISE
FRANÇA	MARCA VAL D'ARAN	SALON COMITÉE ENTREPRISE

MERCAT	PRODUCTE	HÈIRA
CATALUNYA	GASTRONOMIA MARCA GARANTIA VAL D'ARAN	MERCAT DE MERCATS
SUÏSSA – ITÀLIA	GENÈRIC	SALON INTERNACIONAL SUIZO DE VACACIONES
REGNE UNIT I IRLANDA	NEU	SKI & SNOWBOARD SHOW LONDRES
CATALUNYA	TURISMI FAMILIES NOMBROSES	III SALÓ DE FAMÍLIES NOMBROSES DE CATALUNYA
FRANÇA	MARCA VAL D'ARAN	SALON DE TOURISME "VIVONS 100% SPORT"
NACIONAL - INTERNACIONAL	TURISME DE REUNIONS I NEGOCIS	FIRA EIBTM

A continuació es presenta la classificació de les fires per àmbit geogràfic i per producte. Com es pot apreciar, Val d'Aran disposa d'una presència elevada en fires internacionals i especialitzades en diferents productes turístics.

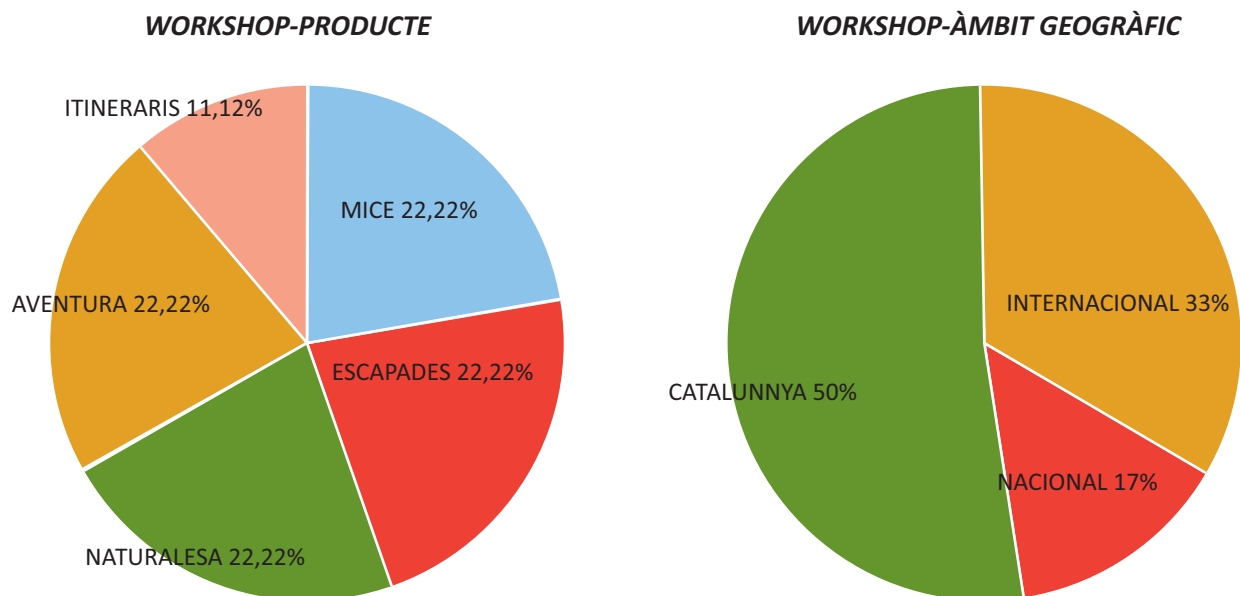


Pel que fa als workshops, Val d'Aran ha assistit als següents workshops durant l'any 2015

MERCAT	PRODUCTE	WORKSHOP
INTERNACIONAL	MICE	WS INVERS MICE MULTIMERCAT "MEET CATALUNYA"
CATALUNYA	MICE	"CONNECTA 2015" - 1er WORKSHOP INTERSECTORIAL MICE CATALUNYA
MULTIMERCAT	ESCAPADES NATURA AVENTURA	WORKSHOP BUY INTERIOR I MUNTANYA

MERCAT	PRODUCTE	WORKSHOP
CATALUNYA	ITINERARIS ESCAPEDES NATURA AVENTURA	WORKSHOP INTERPIRINEUS

Tot seguit es presenta la classificació dels workshops per àmbit geogràfic i per producte:



## Presstrips, Famtrips, Esdeveniments esportius i Dinamització del destí

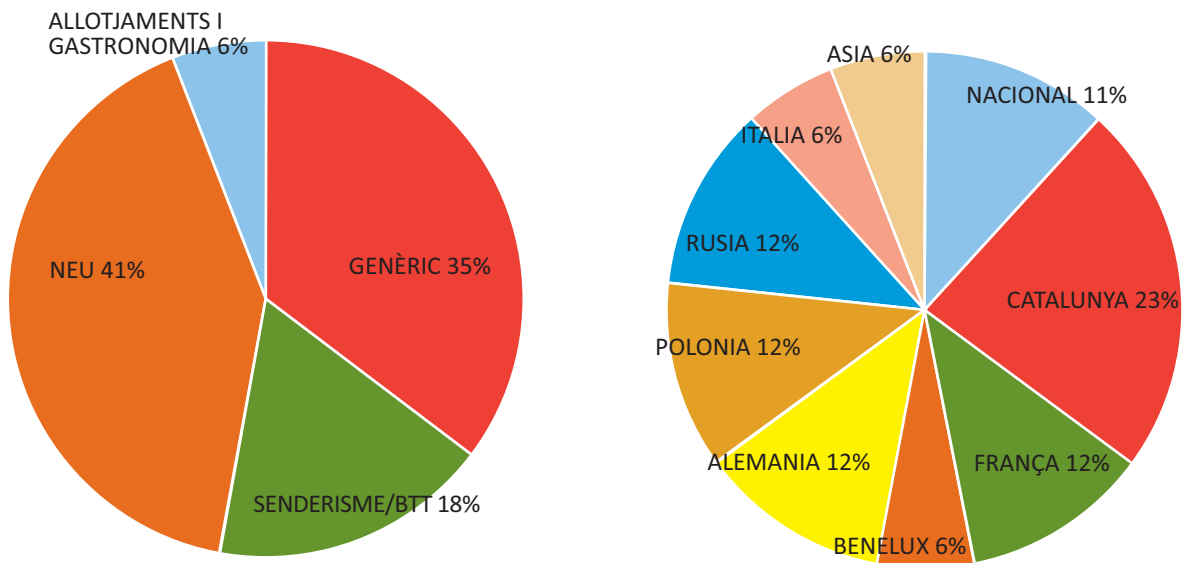
En aquest apartat es contemplen les accions d'assistència a persones i grups prescriptors "receptius", "decisionmakers". FTVA considera receptius tots aquells prescriptors de l'oferta turística de la Val d'Aran, es presten serveis diversos i variats a les persones i als grups que visiten l'oferta turística de la vall amb la col·laboració indispensable dels socis de FTVA: visites de inspecció i allotjament en hotels, dossiers de premsa, servei de guies documentació i tramitació de reserves i entrevistes amb els responsables de diferents ofertes turístiques i culturals de la Vall, serveis de transport, invitacions a dinars i sopars, acompanyament a diferents ofertes lúdiques i culturals, entrega de material promocional i merchandising, etc. Dins de l'acció "receptiva" de FTVA durant l'any 2015 es detallen dos tipus d'accions diferenciades:

- **Press – Trip:** Quan a persona o el grup que sol·licita de la visita a la Val d'Aran té la capacitat de prescriure el destí en premsa i altres suports de comunicació.

MERCAT	PRODUCTE	PRESSTRIP-MITJÀ DE COMUNICACIÓ
POLÒNIA	NEU	HIVERMAG
CATALUNYA	MARCA VAL D'ARAN	JORDI DE TEMPLE
ESPANYA	NEU	PERIODISTA CARMEN BARCELÓ - DIARI SPORT (Suplement)
RÚSSIA	NEU	MERCAT RUS

MERCAT	PRODUCTE	PRESSTRIP-MITJÀ DE COMUNICACIÓ
BENELUX	MARCA VAL D'ARAN	REVISTA MARUBA
FRANÇA	MARCA VAL D'ARAN	PYRENÉES MAGAZINE
INTERNACIONAL	NEU	CAMPEONATO DEL MUNDO DE SKI DE PERIODISTAS 2015
INTERNACIONAL	MARCA VAL D'ARAN	REVISTA "LA GRAN ÉPOCA" e EL DISTRITO- Periodista Francisco Gavilan
ITÀLIA	MARCA VAL D'ARAN SENDERISME NATURA	GUIA POLARIS & LATITUDES LIFE & PLEN AIR
FRANÇA	ALLOTJAMENTS ACTIVITATS	COUNTRY & HOTELS

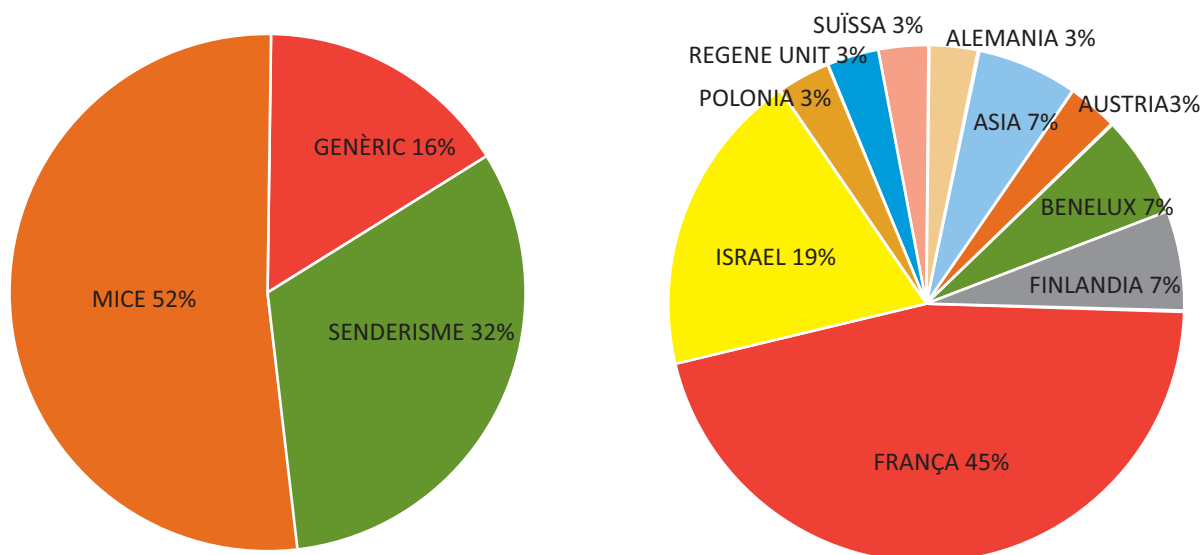
A continuació es presenta la classificació dels participants dels Press Trips per àmbit geogràfic i per producte. Com es pot apreciar als gràfics, existeix una àmplia cobertura a nivell internacional i el producte de neu i la marca Val d'Aran són els Press Trips que han rebut una major participació.



• **Fam – Trip:** quan la persona o el grup que sol·licita la facilitació de la visita a la Val d'Aran té capacitat de prescriure el destí entre els intermediaris turístics. Viatges de familiarització amb el destí, de tour operadors, agents de viatge, transportistes, restauradors, etc.

MERCAT	PRODUCTE	FAMTRIP
ÍNDIA	MICE	DIRECTOR DERA OFICINA D'ACCIÓ MUMBAY"
INTERNACIONAL	MARCA VAL D'ARAN	TBEX
INTERNACIONAL	MICE	FAM TRIP MEET CATALUNYA
INTERNACIONAL	SENDERISME	FAMTRIP BUY CATALUNYA - "TREKKING IN THE PYRENEES"

A continuació es presenta la classificació dels participants dels Fam Trips per àmbit geogràfic i per producte. Com es pot observar al gràfic, els Fam Trips organitzats al 2015 van rebre un elevat volum de participants del mercat francès i les accions vinculades al turisme de reunions (MICE) van rebre un alt volum de participants. També cal esmentar que els Fam Trips del producte MICE repercuteixen en els diferents productes turístics que ofereix la Val d'Aran, entre d'altres el producte de la neu, senderisme i el genèric.



- **Altres:** Persones o grups que representen col·lectius d'interès per augmentar el turisme a la Val d'Aran, equips esportius, associacions, col·legis, professionals, entitats, ambaixades... FTVA col·labora de manera diferent per la promoció turística del destí.

Durant l'any 2015 s'ha col·laborat amb associacions i entitats de caràcter esportiu, periodístic, cultural, social, cultural i internacional. És destacable la col·laboració en esdeveniments de caràcter esportiu, en total FTVA ha col·laborat en 18 esdeveniments i proves i s'han realitzat 10 accions de dinamització interna del destí.

### Accions de promoció dirigides a públic final

A més a més de les accions de promoció anteriors FTVA participa en diferents accions dirigides a públic final, durant l'any 2015 s'han desenvolupat les següents accions:

- **JAZZALDIA**

Acció conjunta amb ACT

Genèric

Mercat país basc

- **CAMPANYA DE PROMOCIÓ D' HIVERN**

Acció conjunta amb Baqueira Beret i Fomet Torisme Val d'Aran

Neu

Mercat espanyol

## Promoció i dinamització del comerç

L'Agència de Comerç d'Aran té per objectiu promoure, assessorar i dinamitzar el comerç de la Vall per coordinar i promoure accions encaminades a millorar la competitivitat del sector; un sector compost per 390 comerços i tres associacions d'empresaris i comerciants: Vielha, Bossòst i Baqueira.

Durant l'any 2015 han realitzat diferents accions, com a resum se'n ressalten les següents:

### • Associació de Comerciants de Vielha

- *Concurs d'aparadors*. Participació 14 comerços del 20 de desembre 2014 al 6 de gener de 2015.
- *Snowfest Val d'Aran*. Esdeveniment que es va realitzar el cap de setmana del 27 al 29 de novembre per tal de donar inici a la nova temporada d'hivern, amb la celebració d'una fira de la neu amb stands de marques d'esquí, comerços, clubs d'esquí, Foment Torisme Val d'Aran i Baqueira Beret, així com diverses activitats per a diferents públics.

### • Associació de Comerciants i Empresaris de Bossòst

- *Jeudi Promo*, van participar en aquesta promoció 30 comerços de Bossòst

### • Assessorament

- Durant l'any 2015, s'ha seguit informant sobre les ajudes i subvencions d'interès per a diferents tipus d'establiments. Col·laboració amb la Generalitat de Catalunya del Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya.

### • Altres accions

- *Fira de Sant Josep* de Mollerusa del 19 al 22 de març, amb l'exposició, informació i degustació dels productes agroalimentaris de la Marca de Garantia.
- *Fira de Sant Miquel* de Lleida del 24 al 27 de setembre, amb l'exposició, informació i degustació dels productes agroalimentaris de la Marca de Garantia.
- *Hèira Hèt a Man , Hèt Aciu*, del 21 al 23 d'agost, a l'edició de 2015 hi van participar 24 artesans.
- *Aran Market*, Botigues en carrèr, del 17 al 20 d'agost. En l'edició 2015 hi van participar 15 comerços
- *Salón "The Craftroom"*, organitzat pel Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya, del 10 al 12 de juliol. És una fira de promoció i venda d'artesanía a nivell estatal i internacional, on hi van participar 11 artesans a l'stand del Conselh Generau d'Aran.
- *Barcelona Degusta* del 24 al 27 de setembre a Montjuïc i públic final on es podia compartir experiències, demostracions de cuina amb xefs d'estrelles Michelin i venda de productes agroalimentaris. L'assistència va ser per part de la Marca de Garantia amb els productes que s'elaboren a la Val d'Aran.
- *Feria Mercat de Mercats* en Barcelona, on hi havia representats 120 stands on poder vendre i promocionar producte, degustar i participar en les diferents activitats relacionades amb productes agroalimentari, a l'Aula Gastronòmica del 23 al 25 d'octubre de 2015.



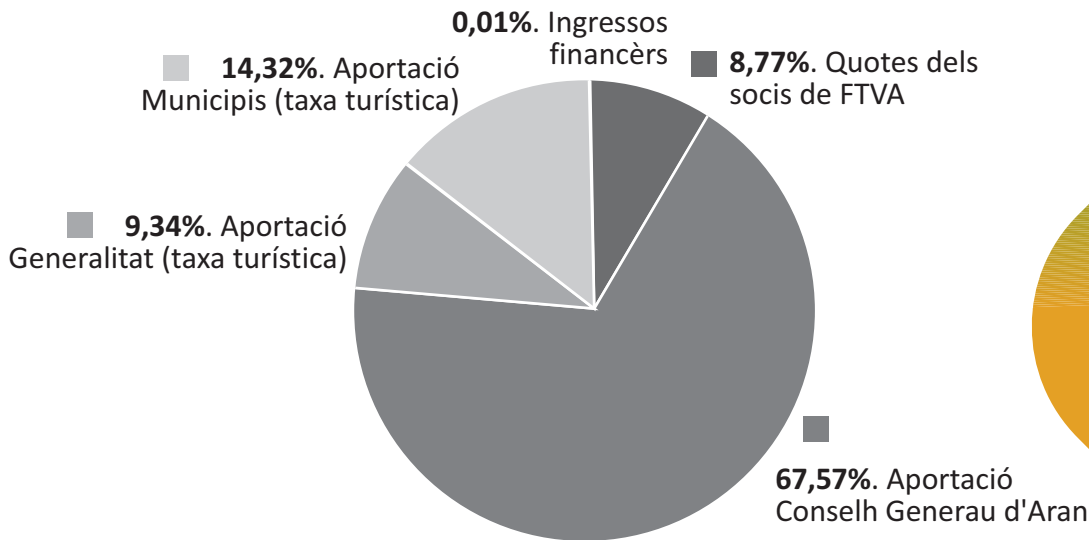
- **Accions de gastronomia:**

- *Era Olhada*, es va celebrar el dia 12 de març al Plan de Beret, amb la degustació del plat típic de l'olla aranesa, coincidint amb el Campionat del Món de Periodistes i amb la col·laboració de Baqueira Beret, Bodegas Príncipe de Viena i productes agroalimentaris de la Marca de Garantia.
- *Setmana deth Caviar* del 27 de març al 6 d'abril amb la participació de 8 restaurants de la Val d'Aran. On es van poder degustar plats elaborats amb caviar Nacarii, esturió fresc o fumat d'esturió, també es va complementar amb visites guiades a la piscifactoria de Les per conèixer la seva elaboració i origen de l'esturió, també la possibilitat de realitzar tractaments facials i corporals a base de caviar al Balneari de Les
- *Mòstra Gastronòmica dera Codina Aranesa*, es va celebrar del 28 de setembre a l'11 d'octubre on hi van participar 6 restaurants i on s'hi van poder degustar durant una setmana plats de la cuina aranesa, elaborats amb productes de la Vall.



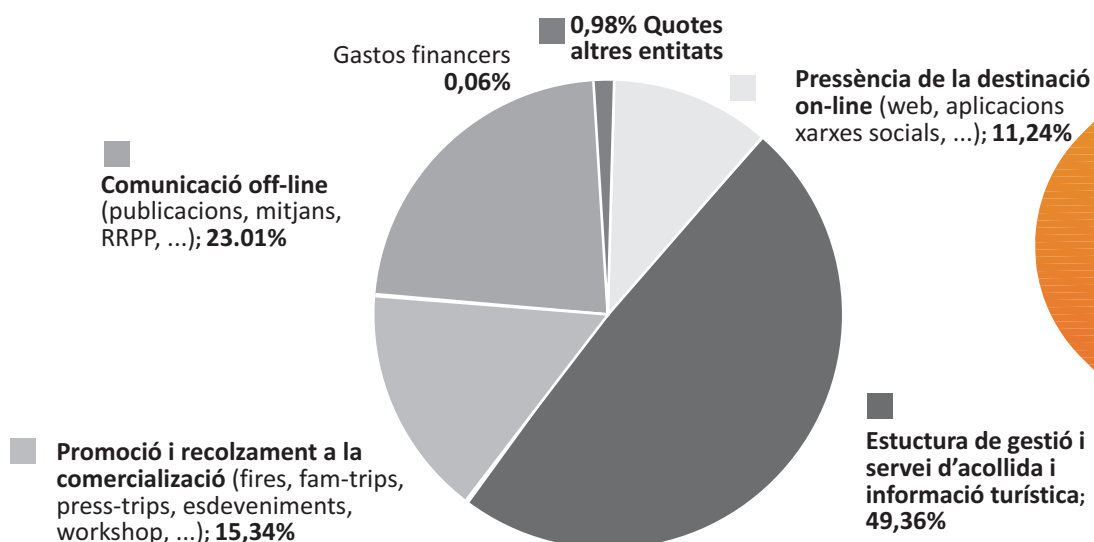
# RESUM. Desglossament de inversió 2015

## Origen. Fonts de finançament any 2015



\*En l'exercici 2015 no s'han reconegut els ingressos de la taxa turística dels Ajuntaments del tercer trimestre de 2015, per aquest motiu, els ingressos disminueixen amb respecte l'any 2014 en la consolidació fiscal. Aquests ingressos es reconeixeran en el pressupost del 2016.

## Aplicació. Distribució presupostària any 2015



## **Redacció i contingut:**

**Anna Diaz Morelló.**  
*Conselhèra de Torisme, Comèrç e Consum.*  
(adiaz@aran.org)

**Conchi Rodríguez**  
(c.rodriguez.torisme@aran.org)

**Fany Calbetó**  
(o.torisme@aran.org)

**Juanma Morell**  
(j.morell.torisme@aran.org)

**Marisol Ariño**  
(m.arino.torisme@aran.org)

**Enrique Pedraza**  
**Manu Moga**  
(web.torisme@aran.org)

**Montse Viló**  
(m.vilo.torisme@aran.org)

**Developing Natural Activities.**  
Francisco J Castillo Acero  
Marketa Stverakova

**Maquetacion e dessenh:**  
**Publigraf.** Alèxia Grustan



**VAL D'ARAN**  
Era essència des Pirenèus

+ info

Pg. dera Libertat, 16 / 25530 Vielha (Lleida)

Tel. 973 64 06 88

[www.visitvaldaran.com](http://www.visitvaldaran.com)

Conselh  Generau d'Aran