






# M

**memòria**  
TORISME VAL D'ARAN  
2 0 1 6



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

# contengut

	<b>INTRODUCCION</b>	<b>3</b>
	<b>ETH TORISME DERA VAL D'ARAN EN CHIFRES</b>	<b>5</b>
	Aufèrta toristica ena Val d-Aran	5
	Demanda toristica ena Val d-Aran	7
	Empreses associades a FTVA 2016	11
	<b>ETH SERVICI D'INFORMACION E ACUELHUDA DETH VISITANT DERA VAL D'ARAN</b>	<b>12</b>
	Servici d'informacion e acuelhuda deth visitant dera Val d' Aran	12
	Quantificacion deth servici e caracterizacion des visitants	13
	<b>ERA ACCION DE MARQUETING TORISTIC DERA VAL D'ARAN</b>	<b>17</b>
	Projècte restacadi der an 2016	17
	<b>Comunicacion</b>	<b>19</b>
	Comunicacion convencional (off-line)	20
	Comunicacion online	21
	Dades dera preséncia online dera destinacion	21
	Edicions e reedicions	23
	Accions de comunicacion e Marqueting deth Burèu de Tolosa	24
	<b>Promocion e emparament ena comercialzacion torisica</b>	<b>25</b>
	Assisténcia a hèires	25
	Workshops	26
	Press-trips, Fam-trips e Blog-trips	28
	Accions de promocion adreçades ath public finau	31
	Dinamizacion deth destin	32
	Collaboracions esportives e culturaus	33
	D'autres accions	33
	<b>DESTACADI 2016</b>	<b>34</b>
	<b>RESUM. DESGLOSSAMENT DERA INVERSION.</b>	<b>35</b>
	Pressupòst d'ingrèssi de FTVA 2016	35
	Distribucion pressupostaria de FTVA 2016	35
	<b>ACTUACIONS DE PROMOCION TORISTICA A CARGUE DETH PRESSUPÒST DETH CONSELH GENERAU D'ARAN</b>	<b>36</b>



# introduccion

**Anna Díaz Morelló. Conselhèra de Torisme e Desenvolopament Economic deth Conselh Generau d'Aran e Vicepresidenta de Foment Torisme Val d'Aran.**

## **ERA VAL D'ARAN un destin toristic COMPETITIU E INNOVADOR**

En nòm der equip de Foment Torisme Val d'Aran e en mèn pròpri, volem arregraïr coma cada an, eth trebalh e supòrt de toti es empresaris aranesi que formen part d'aguesta entitat publicoprivada de promocion toristica, non sonque coma membres associadi, tamben per esfòrç e dedicacion ajudant-mos a milhorar es accions de promocion e de supòrt ara comercializacion dera Val d'Aran coma destin toristic de nauta montanha de referéncia.

Profiti aguesta introduccion entà convidar as empreses que non formen part de FTVA tà que mos coneishen, coneishen eth nòste equip de trebalh, es accions que desenvolopam e es avantatges d'auer un departament de marqueting toristic de tota era Val d'Aran. Sò convençuda qu'era collaboracion activa de toti milhore era eficàcia atau coma era eficiéncia des nòstes accions de marqueting.

Volem remarcar qu'en 2016, des deth punt de vista toristic auem agut boni resultats; es chifres de visitants e de despena en destin son bones, mès auem de seguir trebalhant ena competitivitat dera Val d'Aran coma destin toristic pendent tot er an.

Era apòsta, per part deth Conselh Generau d'Aran per convertir era Val d'Aran en prumèr Destin Toristic Intelligent de Montanha, mos a servit entà arténher d'èster projècte pilòt entà testar era Norma de nua creacion UNE 178501 que regule eth Sistèma de Gestion des Destins Toristics Intelligents, e ei ua norma aprovada per AENOR.

Aguesta norma, pionèra en mon ena sua categoria, ei era base e huelha de rota entà un nau modèl de gestion des destins toristics en sègle XXI. En era s'especificuen es requeriments d'un sistèma de gestion des Destins Toristics Intelligents a compdar deth quau FTVA desenvoloparà e implementarà ua politica de gestion establint objectius e plans d'accion vinculadi damb es èishi en qué se base eth DTI: governança, innovacion, tecnologia, accessibilitat universau e sostenibilitat.



Aguesta apòsta forme part des objectius deth Plan Estrategic de Torisme dera Val d'Aran entath periòde 2016-2019, e entà arthenhé'c ei de besonh involucrar a toti es grops d'interès deth sector toristic dera Val d'Aran, publics e privadi, entà que desvelopem accions practiques basades enes cinc variables nomentades, millorarà era experiéncia deth visitant abans, pendent e dempús deth viatge entara Val d'Aran; impulsarà era competitivitat e eth posicionament toristic dera Val d'Aran coma destin, incrementarà era eficiéncia ena gestion mejançant era incorporacion dera innovacion e dera gestion des donades, millorarà era sostenibilitat en tres airaus: ambientau, sociau e economic; atau coma era accessibilitat universau, ath delà d'incrementar era qualitat de vida des aranesi.

Ei eth rèpte de toti nosati , era nòsta Val. Vos convidi a conéisher es accions e participar-i.



# eth torisme dera Val d'Aran en chifres

Pendent er an 2016 Foment Torisme Val d'Aran a contunhat compdant ena analisi e era monitorizacion dera informacion relativa ara aufèrta e demanda a trauès der airau nomenat Sistèma d'Intelligéncia e Informacion Toristica dera Val d'Aran. Aguest sistèma permet realizar ua avaloracion dera situacion toristica actua dera Val d'Aran coma destin toristic e realizar previsions e projeccions de futur.

Ara seguida se presenten es principaus dades der an 2016 e es dades istoriques dera ofèrta e demanda toristica dera Val d'Aran.

## Aufèrta toristica ena Val d'Aran

Era aufèrta toristica dera Val d'Aran er an 2016 se compause de:

	Lotjaments 2016	Capacitat lotjaments 2016
Hotel*****	4	763
Hotel****	14	2199
Hotel***	19	1452
Hotel**	17	1041
Hotel*	9	486
Pension***	1	31
Pension**	18	554
Pension*	7	161
Lotjament Rural / Casa de Pagés	13	113
Aparhotel	7	632
Campings	8	2315
Aubèrjes	1	198
Refugis	2	162
Refugis Mieja e Nauta Montanha	5	284
<b>TOTAU</b>	<b>148</b>	<b>14468</b>
Lotjaments de Us Toristic regulat (Val d'Aran)	591	2364
Segones Residències (Estimatiu)		22000





	Establiments 2012	Establiments 2013	Establiments 2014	Establiments 2015	Establiments 2016
Establiments Otelèrs	143	143	143	143	148
Lotjament us toristic				421	591
Bars e restaurants	173	194	198	198	276
Equipaments culturaus, esportius e de léser	28	33	33	34	34
Empreses de torisme actiu	40	44	45	46	50
Comèrci	326	334	342	348	330
<b>TOTAU</b>	<b>816</b>	<b>856</b>	<b>1.222</b>	<b>1.226</b>	<b>1.467</b>

En 2016 s'a produsit un increment en nombre de lotjaments motivat peth registre de nombrosi lotjaments d'usatge toristic pendent eth darrèr an. Tanben cau remarcar un augment de bars, restaurants e d'empreses de torisme actiu, seguint era tendéncia positiva des darrèri quate ans.

### Seguiment dera aufèrta otelèra dera Val d'Aran en 2016, segontes dades der ine.

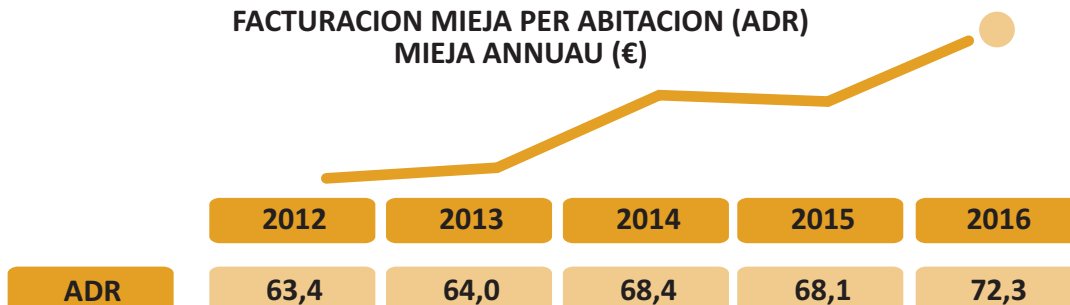
**ADR** - average daily rate - tarifa mieja de lotjament otèler per abitacion aucupada, ei a díder, prètz miei de venda per abitacion otelèra.

**RevPAR** - Revenue per Available Room - valore es ingrèssi per abitacion otelèra disponibla.

Tant en facturacion mieja per abitacion aucupada (ADR) com a ingrèssi per abitacion disponibla (RevPAR) s'a experimentat ua tendéncia positiva pendent es darrèri quate ans ena Val d'Ara.

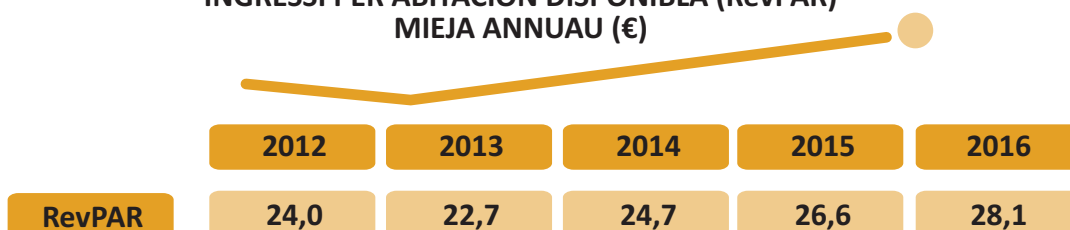
En 2016 an aumentat un 6,17% eth ADR e un 5,6% eth RevPAR respècte ar an anterior.

#### FACTURACION MIEJA PER ABITACION (ADR) MIEJA ANNUAU (€)



Hònt: Idescat

#### INGRÈSSI PER ABITACION DISPONIBLA (RevPAR) MIEJA ANNUAU (€)

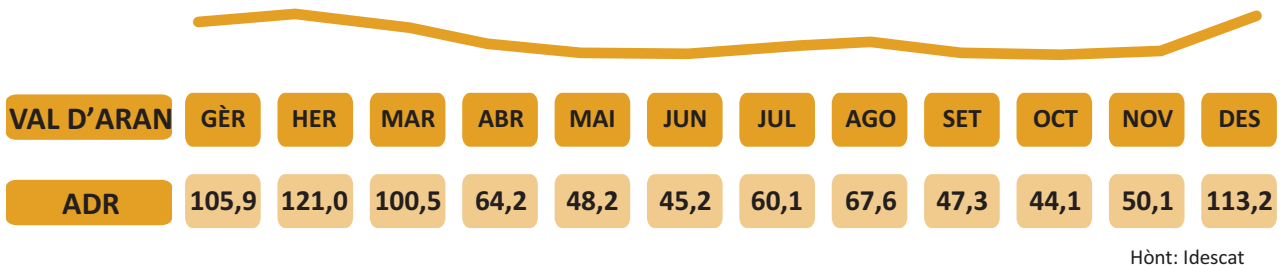


Hònt: Idescat

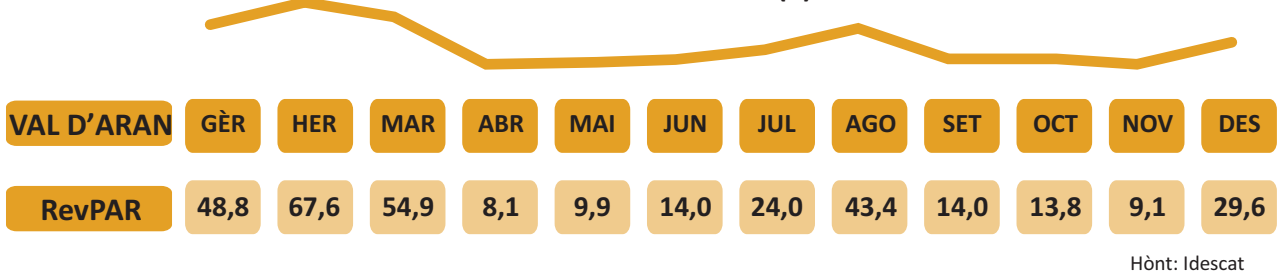


Pendent era sason d'iuèrn era facturacion mieja per abitacion (ADR) e es ingrèssi per abitacion disponibla (RevPAR) ena Val d'Aran son mèns nauti que pendent era resta der an (deseme-març). Per un aute costat, pendent es mesi de Junhsèga e Agost se produsís tanben un leugèr aument.

### FACTURACION MIEJA PER ABITACION (ADR) MIEJA MENSUAU 2016 (€)



### INGRÈSSI PER ABITACION DISPONIBLA (RevPAR) MIEJA MENSUAU 2016 (€)



## Demanda toristica ena Val d'Aran

Damb er objectiu de conéisher era demanda toristica dera Val d'Aran s'utilizen tres hònts de informacion diferenciades, dues primàries (intèrnes) e ua segondària (extèrna).

**Institut Nacional d'Estadistica (INE).** (hònt segondària extèrna). Proporcione es següentes dades: nombre de viatgèrs, pernoctacions e estada mieja enes establiments otelèrs dera Val. Permet era comparativa damb d'autes zònes deth Pirenèu e de Catalonha.

**Sistèma Pròpi (SPTVA).** (hònt primària). FTVA realize ua enquesta setmanau a establiments de lotjament otelèr. Per un aute costat, se trabalhe en incluir es dades d'aucupacion de lotjaments d'usatge toristic ath nòste sistèma pròpi. **Pendent er an 2016 s'an realizat mèns de 2.000 telefonades entara recuelhuda de dades.**

**Gestor Estadistic Oficines de Torisme (GEOT).** (hònt primària). Dades recuelhudes enes oficines de Torisme de Vielha e Salardú des toristes que visiten e utilizen eth servici d'informacion toristica. Aguesti permeten conéisher es caracteristiques e eth perfil deth visitaire. Era mòstra recopilada ei fòrça significativa, **er an 2016 s'an realizat mèns de 14.000 enquestes.**

**INE. Viatgèrs, pernoctacions, estada mieja e origina.**

Er Institut Nacional d'Estadistica proporcione dades relatives de demanda toristica enes zònes de Vielha-Mijaran e Naut Aran. Entara zòna de Baish Aran s'utilize era metodologia d'estimacion extrapolada, basada ena aucupacion des places otelères existents ena zòna, recopilada per Torisme Val d'Aran e era estada mieja des viatgèrs extrapolada der INE.

Enes següentes taules se mòstren es resultats per zònes e era comparativa per ans.



NAUT ARAN	PROCEDÈNCIA	2012	2013	2014	2015	2016
VIATGÈRS	NACIONAUS	60.461	52.146	47.581	53.173	52.412
	ESTRANGÈRS	22.256	23.094	20.632	21.384	24.495
	<b>TOTAU</b>	<b>82.717</b>	<b>75.240</b>	<b>68.213</b>	<b>74.557</b>	<b>76.907</b>
PERNOCTACIONS	NACIONAUS	198.952	170.638	165.169	197.143	184.701
	ESTRANGÈRS	63.243	67.164	69.971	68.444	84.843
	<b>TOTAU</b>	<b>262.195</b>	<b>237.802</b>	<b>235.140</b>	<b>265.587</b>	<b>269.544</b>

VIELHA e MIJARAN	PROCEDÈNCIA	2012	2013	2014	2015	2016
VIATGÈRS	NACIONAUS	116.146	110.585	105.322	110.375	107.726
	ESTRANGÈRS	27.439	24.816	25.335	24.671	25.380
	<b>TOTAU</b>	<b>143.585</b>	<b>135.401</b>	<b>130.657</b>	<b>135.046</b>	<b>133.106</b>
PERNOCTACIONS	NACIONAUS	318.462	283.570	281.427	307.586	309.195
	ESTRANGÈRS	54.862	52.429	61.435	59.046	62.332
	<b>TOTAU</b>	<b>373.324</b>	<b>335.999</b>	<b>342.862</b>	<b>366.632</b>	<b>371.527</b>

BAISH ARAN	PROCEDÈNCIA	2012	2013	2014	2015	2016
VIATGÈRS	TOTAU	12.419	11.104	11.992	11.407	11.068
PERNOCTACIONS	TOTAU	36.015	32.205	34.645	34.231	33.914

Hònt: INE

*Pendent er an 2016 era Val d'Aran a rebut 221.028 viatgèrs lotjadi en establiments otelèrs, qu'an generat 674.985 pernoctacions. D'aguesta forma eth volum de viatgèrs se manten respècte eth darrèr an e eth nombre de pernoctacions incremente leugèrament (+1,3%)*

Referent ara procedèncià des viatgèrs que visiten Naut Aran e Vielha-Mijaran, cau restacar er aument de viatgèrs estrangèrs, incrementant en 3.820 respècte er an 2015 (+8,3%), ath deuant d'un leugèr descens en volum de viatgèrs nacionaus (-2,1%). Eth madeish efècte se produsís enes pernoctacions e era estada mieja, an incrementat un 15,4% es pernoctacions d'estrangèrs e un 6,5% era sua estada mieja en Naut Aran e en Vielha-Mijaran, mentres qu'és pernoctacions e era estada mieja des viatgèrs de procedèncià nacionau s'an redusit en un 2,1% e 0,3% respectivament.

Ena següenta taula se mòstre a mòde de resum era evolucion deth nombre de viatgèrs, pernoctacions e estada mieja segontes era procedèncià des visitaires de Naut Aran e Vielha-Mijaran de forma conjunta:





SOMA ZÒNES (Naut Aran + Vielha- Mijaran)	PROCEDÈNCIA	2013	2014	2015	2016	2016 VS 2015	2016 VS 2014
VIATGÈRS	NACIONAUS	162.731	152.903	163.548	160.138	-3.410	7.235
	ESTRANGÈRS	47.910	45.967	46.055	49.875	3.820	3.908
PERNOCTACIONS	NACIONAUS	454.208	446.596	504.729	493.896	-10.833	47.300
	ESTRANGÈRS	119.593	131.406	127.490	147.175	19.685	15.769
ESTADA MITJANA	NACIONAUS	2,79	2,92	3,09	3,08	-0,01	0,16
	ESTRANGÈRS	2,50	2,86	2,77	2,95	0,18	0,09

Hònt: INE

SUMA ZÒNES	PROCEDÈNCIA	2012	2013	2014	2015	2016
VIATGÈRS	NACIONAUS	78%	77%	77%	78%	76%
	ESTRANGÈRS	22%	23%	23%	22%	24%
PERNOCTACIONS	NACIONAUS	81%	80%	77%	80%	77%
	ESTRANGÈRS	19%	20%	23%	20%	23%

Hònt: INE

*Eth torisme d'origina estrangèra a representat er an 2016 eth 24% dera demanda dera Val d' Aran, susmontant eth percentatge d'estrangèrs des darrèri quate ans. Er an d'abantes representèc eth 22% e er an 2014 eth 23%.*

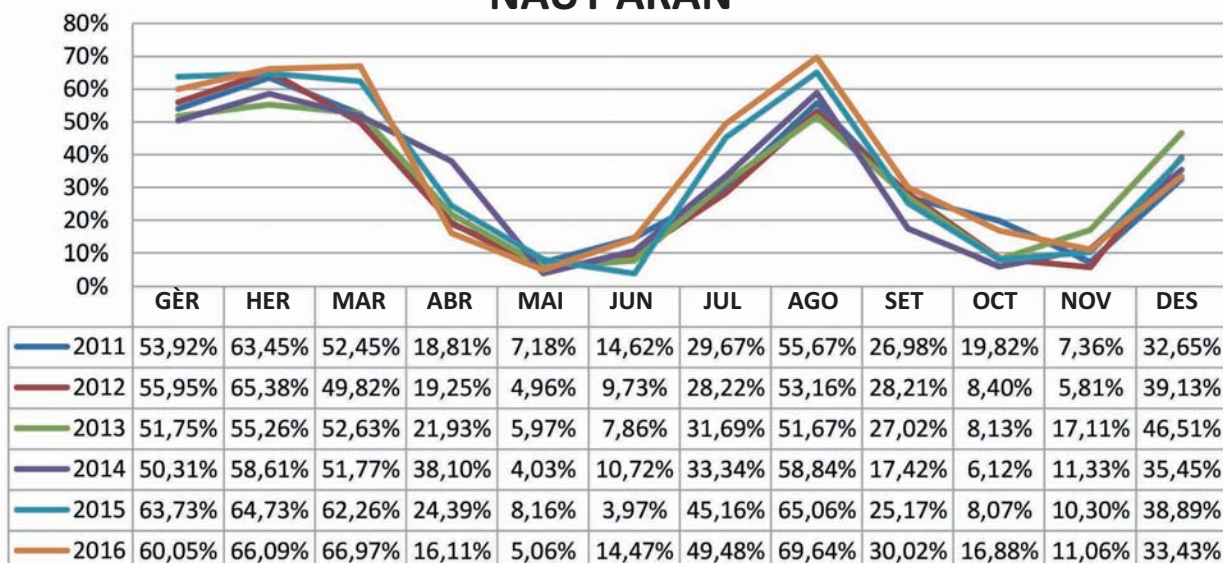
## Segontes Sistèma Pròpi (SPTVA). Aucupacion per setmanes:

Er an 2016 era Val d'Aran a registrat ua aucupacion mieja annau superiora ara des darrèri cinc ans tant ena zòna de Naut Aran coma ena deth Miei Aran, mentres qu'en Baish Aran s'a produït un leugèr descens.

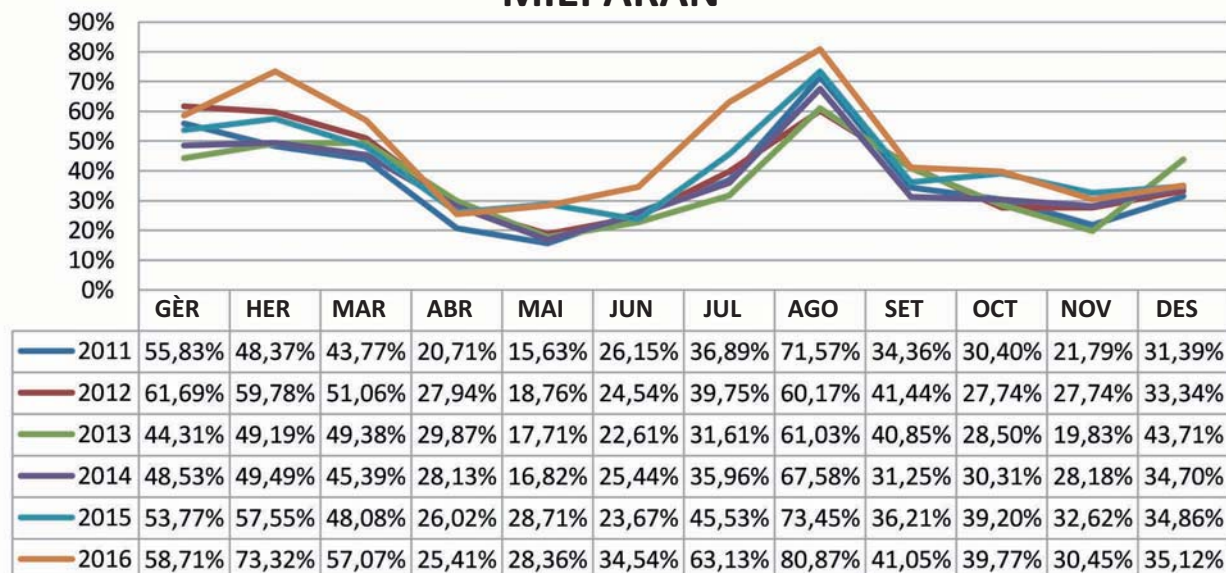
Enes següents gràfics e taules se mòstre era aucupacion mensuaü registrada en 2016 per zònes e era evolució dera aucupacion mieja annau.



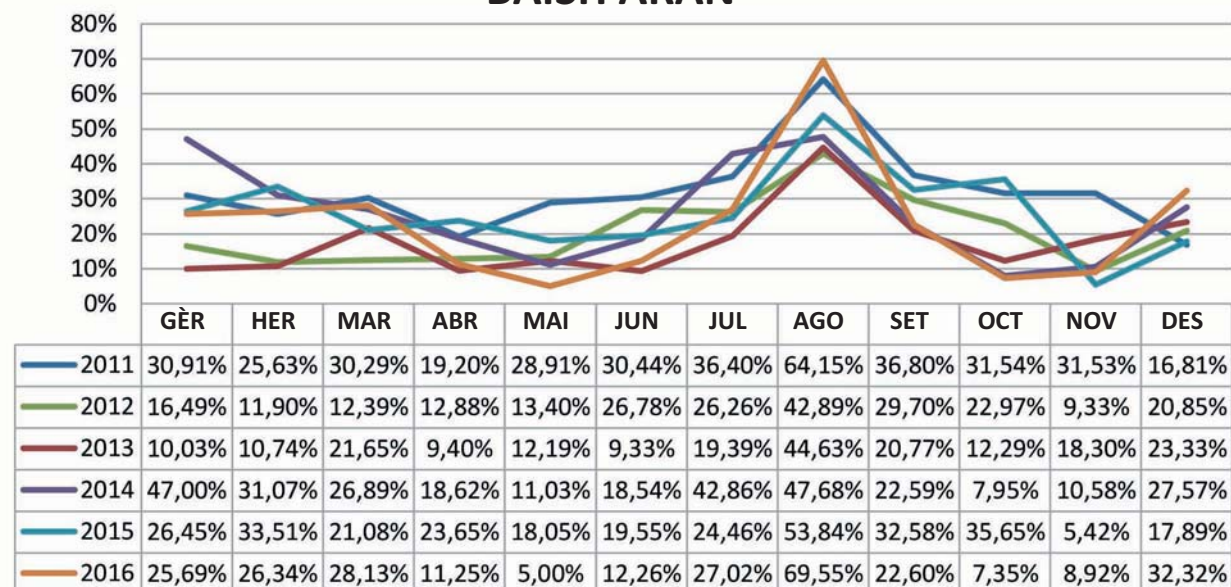
## NAUT ARAN



## MIEI ARAN

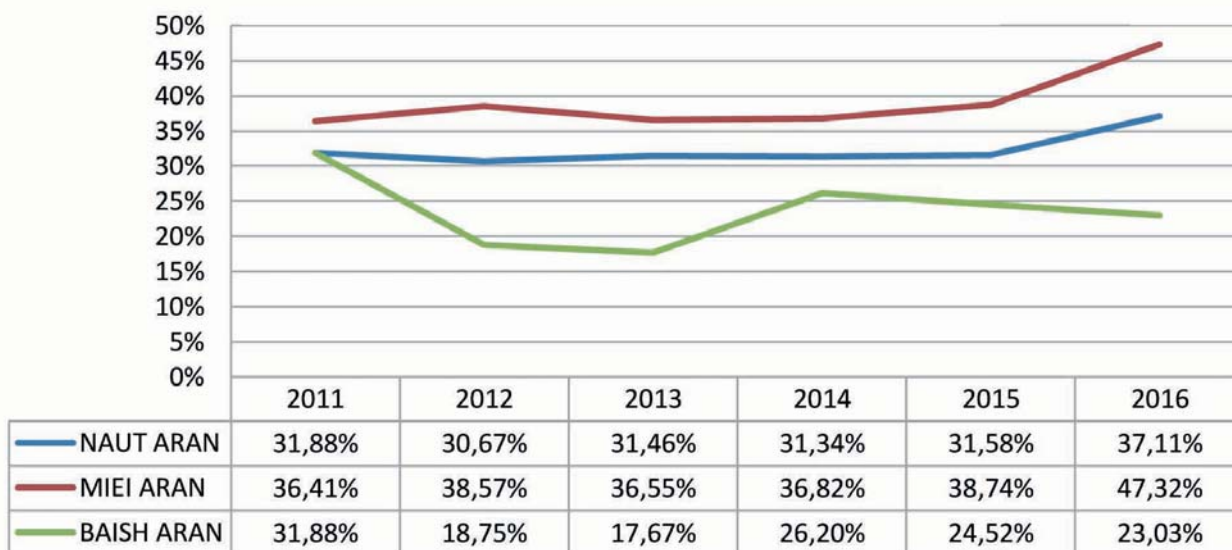


## BAISH ARAN





## AUCUPACION MIEJA ANNAU PER ZÒNES



*En generau, en 2016 era aucupacion ena Val d' Aran s'a vist generauments aumentada. Es mesi de major aucupacion en tot eth territòri an estat hereuèr e agost. Er aument d'aucupacion en mes d'agost ven totauments relacionat damb eth Tour de France ena Val d'Aran.*

*Podem apreciar qu'era zòna de Miei Aran tostemp s'a mantengut laguens dera estabilitat, liderant era aucupacion en territòri. Aquesta zòna ei era qu'aubèrgue mès places otelères dubèrtes pendent tot er an e cau destacar eth considerable aument ena aucupacion respècte ans anteriors. Era zòna deth Naut Aran tanben s'a mantengut establa des deth 2011, incrementant leugèraments en 2016 era sua aucupacion mentre qu'era zòna deth Baish Aran a patit cambis mès notables damb casi d'inapreciable descens dera sua aucupacion en 2016 respècte ans anteriors.*

## Empreses associades a FTVA 2016

### Totau Sòcis 2016

Foment Torisme Val d'Aran compde damb nombrosi empresaris aranesi que participan de forma activa ena promocion e desenvolopament deth sector toristic dera Val d'Aran.

A continuacion se detalhe eth nombre d'establiments associats de Foment Torisme Val d'Aran en 2016, classificats segontes era activitat que desvolòpen.

	COLLABORADORS / TOTAU ESTABLIMENTS	% COLLABORADORS FTVA
LOTJAMENTS	72 / 148	49,00%
RESTAURACION	31 / 276	11,00%
TORISME ACTIU	24 / 50	48,00%
COMERCI E SERVICI	66 / 330	20,00%
TOTAU	193 / 804	24%



# Servici d'informacion e acuelhuda deth visitant dera Val d'Aran

## Servici d'informacion e acuelhuda deth visitant dera Val d'Aran

Eth "Sistema d'Intelligéncia e Informacion Toristica dera Val d'Aran" s'encuede tanben dera gestion des oficines de torisme e dera prestacion de servicis d'informacion e acuelhuda ath visitant.

Des des oficines de torisme se presten es següents servicis:

- Informacion toristica dera Val d' Aran e comarques limitròfes
- Distribucion de materiau toristic: mapes, triptics, huelhetons, *flyers*,...
- Atencion de consultes telefoniques de toristes potenciaus interessats en visitar era Val, e enviament d'informacion per corrèu postau e online.
- Collaboracion en diuèrsi actes e activitats que se realizen ena Val.
- Collaboracion damb era entitat de promocion toristica FTVA.
- Confeccion dera agenda setmanau d'activitats dera Val d' Aran.
- Recuelhuda des dades des visitants en programa de gestion dera Generalitat.
- Seguiment e contròl des estadistiques setmanaus d'aucupacion.
- Seguiment des estadistiques der INE mensuauments.
- Valoracion e gestion des enquèstes de satisfaccion.
- Seguiment e valoracion de suggeréncias e queishes per part deth visitant.



## Oficines de torisme gestionadas per FTVA

Es oficinas dubèrtes tot er an son:

**Oficina de Torisme de Vielha** (o.torisme@aran.org) damb orari de 9:30 a 13:30 h e de 16.00 a 20.00h toti es dies, exceptat sason baisha de deluns a dissabte de 10:00 a 13.30h e de 16.30 a 20.00 h. dimenges barrada, igual qu'es dies 1 e 6 de gèr, 17 de junh, 8 de seteme, 8 d'octobre, 24 e 25 de deseme.

**Oficina de Torisme de Salardú** (o.s.torisme@aran.org) damb orari en sason d'iuèrn (deseme - abriu) de 9:00 a 12:00o e de 16:00 a 19:00o, dimenge barrat; sason d'ostiu (3 junhsèga - 11 seteme) de 9:30 a 13:00o e de 16:00 a 19:30o de deluns a dimenge; e dehòra de sason de 9:00 a 15:00o, dimenge barrat. Es dies 1 e 6 de gèr, 3 de mai, 17 de junh, 24 e 25 de deseme era oficina ei barrada.

Es oficinas dubèrtes en ostiu son:

**Era Oficina de Torisme d'Arties** (o.a.torisme@aran.org) damb orari de 09.00 a 14:00 h e 16.00 a 19:00 h de dimars a dimenge.

**Punt d'informacion en Aran Park** damb orari de 11:30 a 17:30 h.

**Punt d'informacion en Aiguamòg** damb orari de 09:00 a 18:00 h.

**Punt d'informacion ena Artiga de Lin** damb orari de 09:00 a 18:00 h.

## Oficina de promocion e informacion VA-BB en Tolosa



39, Rue Pharaon / 31000-Toulouse  
Tel: +33 534 337 630 / toulouse@baqueira.fr

### Orari:

Deluns, Dimèrcles, Diuendres: 9.00 h a 12.30 h e 14.00 h a 18.00 h  
Dimars e dijaus: 14.00 h a 18.00 h

### Foncions:

- Atencion e informacion ath visitant damb eth corresponent contròl dera quantitat de visitants que acodissen tara oficina.
- Comercializacion dera destinacion.
- Collaboracion/patrocini en eveniments en mercat francés.
- Promocion dera marca Val d'Aran en França en coordinacion damb FTVA
- Oficina de Viatges Baqueira Beret

Eth nombre de visitants atengudi ena Oficina aguest an 2016 a estat 508 persones (de gèr a deseme)

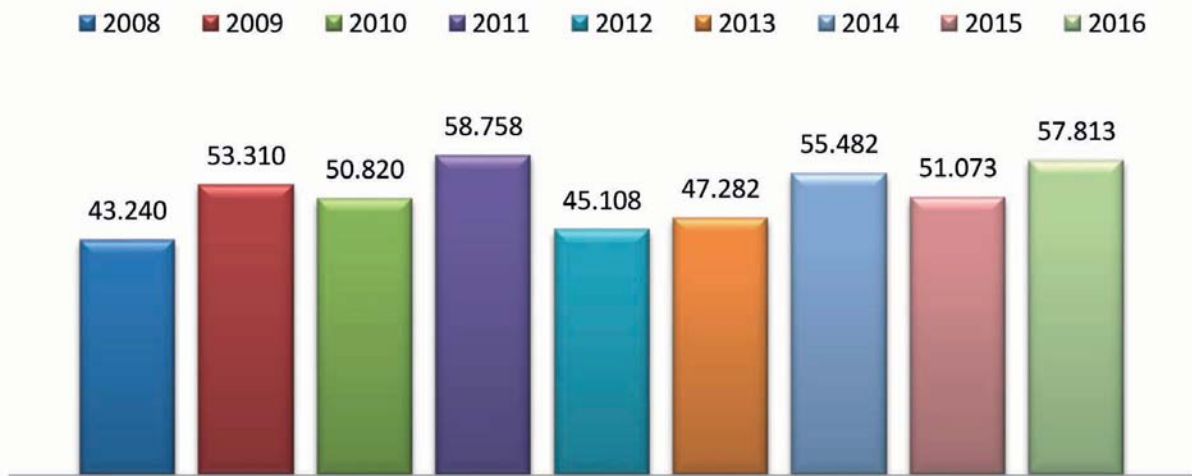
## Quantificacion deth servici e caracterizacion des visitants

*Es oficinas de torisme de Vielha e Salardú an atengut pendent eth 2016 a mès de 60.000 toristes, eth 87% d'eri ena Oficina de torisme de Vielha. A mès en an 2016 s'an responut 5.972 trucades telefoniques sollicitant informacion dera Val, s'an enviat 246 cartes e 841 corrèus electronics damb informacion toristica dera Val d'Aran.*

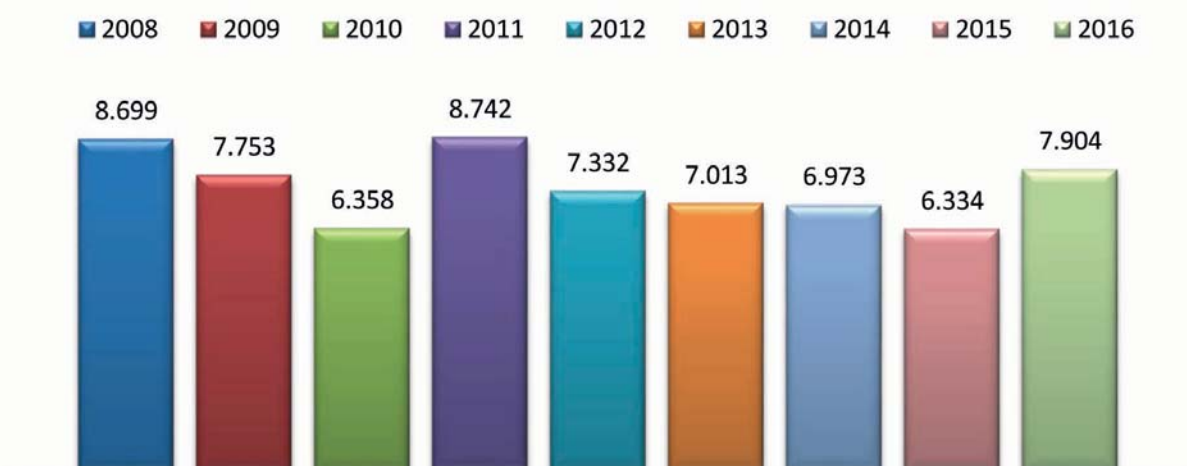
*En totau s'an atengut 8.310 persones mès qu'en an anterior.*



## Evolution des visitants (O.T. Vielha)



## Evolution des visitants (O.T. Salardú)



### Perfil des visitants enes Oficines d'informacion toristica.

Era informacion recuelhuda enes oficinas d'informacion toristica permet identificar es caracteristiques des visitants que i passen. Es principaus caracteristiques des visitants des oficinas de torisme en an 2016 e es variacions significatives respècte ar an anterior son es següentes:

- Eth motiu deth viatge deth 97,82% des visitants dera Val ei vacacionau, mantient es nivèus des ans passadi.
- Respècte ara edat des visitants, s'a produsit un increment important deth volum de visitants de 26 a 35 ans, representant eth 37,5% des visites en 2016 deuant deth 16,4% registrat er an passat. Es visitants dera franja d'edat de 36 a 65 ans seguissen estant es mès nombrosi, representant eth 55,6% des visites dera Val d'Aran.
- Eth 57,3% des visitants se lòtge en establiments otelèrs, produsin-se un leugèr descens d'aguest tipe de lotjament respècte ar an anterior. Cau remarcar eth descens registrat en



nombre de visitants lotjats en residències de familiars; en an 2016 sonque un 0,4% des visitants des oficines d'informacion toristica dera Val d'Aran an escuelhut aquesta forma de lotjament, mentre qu'er an anterior representèc eth 3,1%.

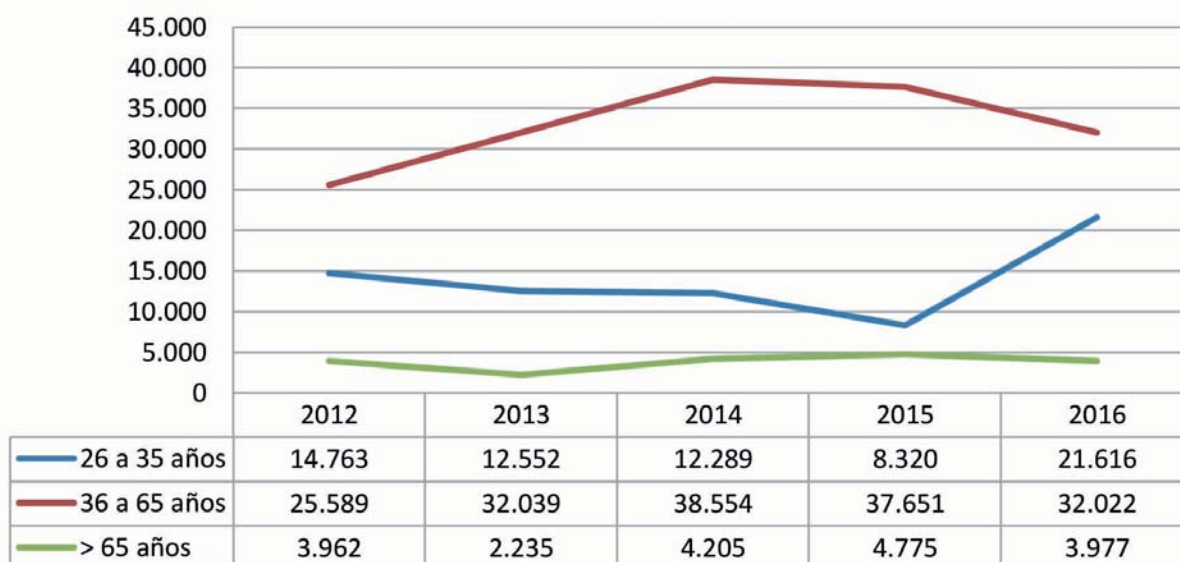
- Mès dera informacion sollicitada en 2016 enes oficines d'informacion toristiques dera Val correspon a informacion dera aufèrta toristica (54,9%). S'a produsit un leugèr increment ena demana d'informacion relativa ara restauracion (+4,5%), estan era segona informacion mès sollicitada pes visitants (17,5%).

Ara seguida se detalhe era informacion recuelhuda enes oficines d'informacion toristica relacionada tamb eth perfil des visitants:

### Motiu dera visita

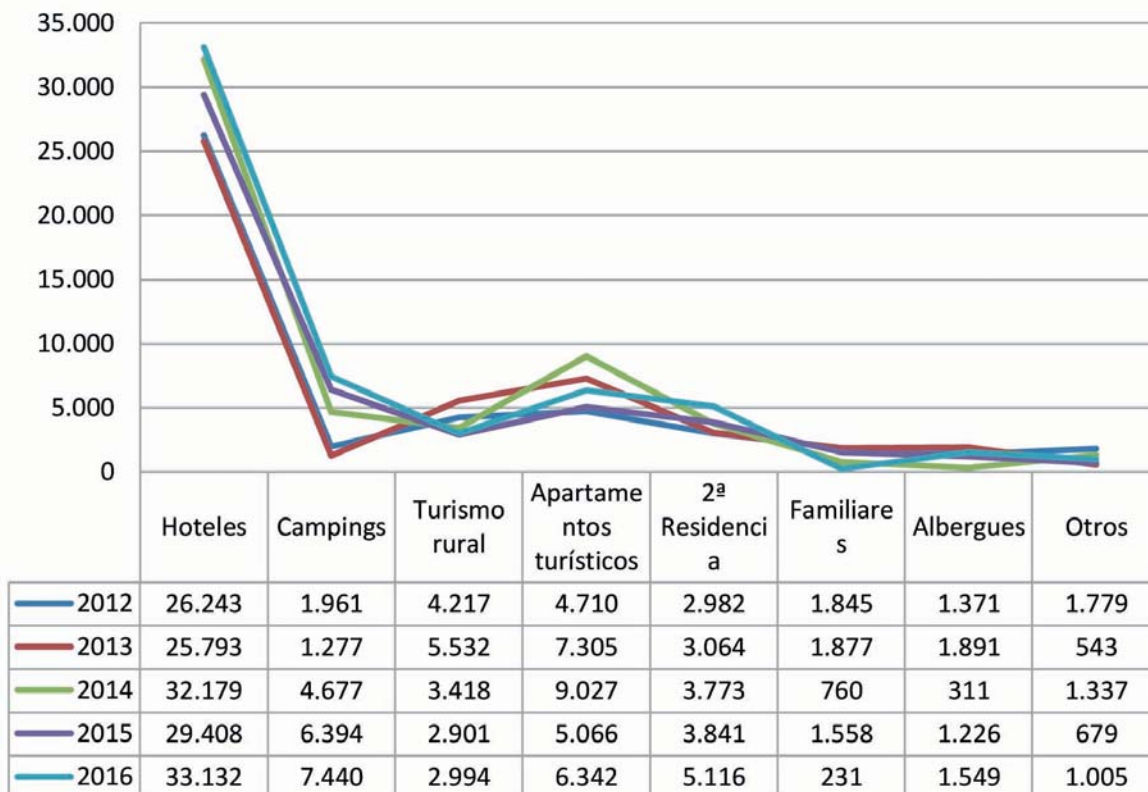
MOTIVACION	2012 PERSONES - %		2013 PERSONES - %		2014 PERSONES - %		2015 PERSONES - %		2016 PERSONES - %	
Vacances	44.321	98,26 %	46.301	97,93%	54.517	98,26%	50.034	97,97%	55.552	97,82%
Negòcis	427	0,95 %	121	0,26%	22	0,04%	162	0,32%	156	0,27%
Léser	243	0,54 %	842	1,78%	888	1,6%	857	1,68%	1057	1,83%
Donades non informades	117	0,25 %	18	0,04%	55	0,1%	20	0,04%	46	0,08%
<b>Totau</b>	<b>45.108</b>	<b>100%</b>	<b>47.282</b>	<b>100%</b>	<b>55.482</b>	<b>100%</b>	<b>51.073</b>	<b>100%</b>	<b>57.813</b>	<b>100%</b>

### Visitants per edats

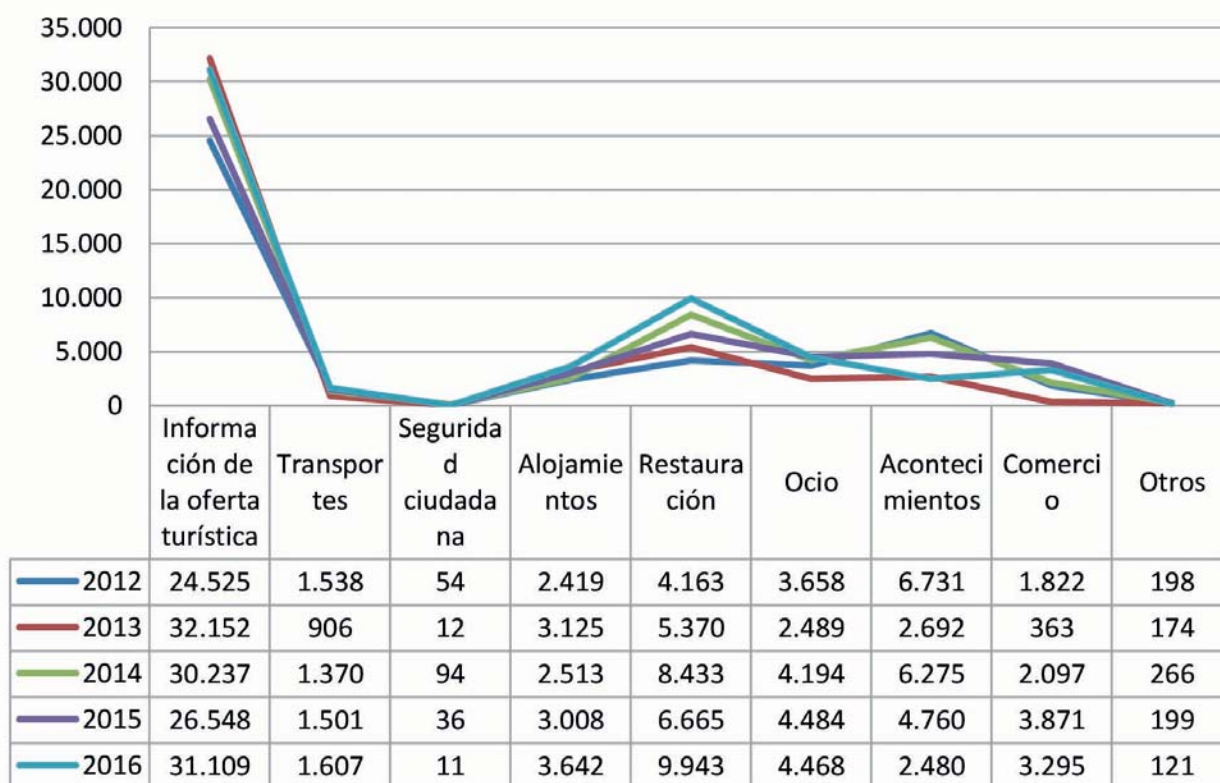




## Pernoctacions per tipologia der establiment



## Informacion sollicitada







# era accion de marketing toristic dera Val d'Aran

FTVA a desvolopat nombroses accions de comunicacion, promocion e comercializacion tamb er objectiu d'atrèir mercat toristic entath destin.

## Projèctes destacadi der an 2016

Ara seguida se remarquen quauqui projèctes en qué a trebalhat FTVA ath long der an 2016 e que peth sòn caractèr transversau repercotissen en fòrça accions de comunicacion, promocion e comercializacion amiades a tèrme.

En 2016 remarcam:

### Tour de France 2016



Accions preliminares mès remarcables:

- Aumenatge as 7 guanhadors espanhòus deth Tour – Monolit situat en “Pòrt deth Portilhon”.
- Corsa populara “La Fête du Tour”.

Dades mès significatives abans e pendent er eveniment:

- Aucupacion otelèra: siguec practicamente complèta: **95%**.
- Impacte economic ena Val: **1,2M€**.
- Lotjament: **305.420.43€**; Restaurants e comestibles: **918.554.42€**
- Mieis de comunicacion off-line:

- **Impactes en Premsa:**

Deth **26 de mai** ath **12 de junhsèga** deth **2016**, eth Tour de França, ena etapa Val d'Aran a auut un totau de **399 impactes o notícies**.

Eth dia **11 de junhsèga** artenhèc era **màger quota d'aparicion: 129 impactes** coma conseqüència deth pas deth Tour.

- **Mieis tamb màger repercussion:** Mundo Deportivo e eth diari Segre

- **Impactes televisius:**

Eth dia **10 de junhsèga** siguec eth dia de **màger repercusion** tamb **24 impactes**.

Audiència deth **9 ar 11 de junhsèga** siguec de **21.651.000 espectadors**. Eth **valor economic** d'aguestes emissions ei de **3.742.084,43€**. Pendent aguesti dies s'emeteren **53 notícies** relacionades tamb eth pas deth **Tour pera Val d'Aran** que correspon a **27.024 segons en antena**.

- **Mieis de comunicacion on-line:**

- **Prensa On-line:**

Era **repercussion en valor publicitari pendent eth període der 1 ath 12 de junhsèga** ei de **6.617.370€** repartidi en mieis online (92.80%), portaus/cercadors (4.36%), corporatius /institucionaus (1.64%), nòtes de premsa/agències (1.10%) e blògs classificadi (0.10%). Açò supausèc 1281 impactes.

- **Hilats Sociaus:**

Es **resultatls qualitatius** des **accions preliminares** e es **accions pendent eth Tour** son: En **Blog posts 6.557 visites**; en **Twitter 214.832 impresions** e **6.203 interaccions**; en **Facebook 6.901 interaccions**, 141.439 d'artenhuda, 15360 usatgèrs en videos e 13.311 reproduccions; e en **Instagram 5.804 interaccions**.

## Biosphere: Val d' Aran coma destin Biosphere ASTC



Era certificacion s'empare en estandards basadi enes 17 Objectius de desenvolupament sostenible (ODS) dera ONU.

Un des objectius mès importanti dera actualitat, e ua responsabilitat de toti es factors involucradi en torisme, ei eth **dessenh de modèls de torisme sostenible** que permeten **desvolopar "productes" e "destins sostenibles"**. Des de CGA e FTVA implementam aguesti modèls en nòste Plan Estrategic entà auer-les present de cara ath futur toristic dera Val d'Aran.



## DTI Smart destination: Val d'Aran coma projècte pilòt



Val d'Aran coma destin innovador qu'apòste pera sostenibilitat, accesibilitat universau, tecnologia, innovacion, seguretat e connectivitat. Agustes son es bases fundamentaus des actuaus destins toristics puntèrs e dera Val d'Aran era quau trebalhe entà aufrir era mielhor experiéncia ad aqueri que la escuelhen tàs sues vacances.

- **Eveniments esportius d'elit:**

- Tour de France
- Copa deth mon Boarder Cross
- Acuelhuda des equips d'eleit de fotbòl, fotbòl sala e basquet.

**Projèctes en cors:**

- Projècte de cultura: degut ara manca de recorsi demore pendent eth sòn desenvolopament tamb er objectiu de finalisar-lo er an que ven.

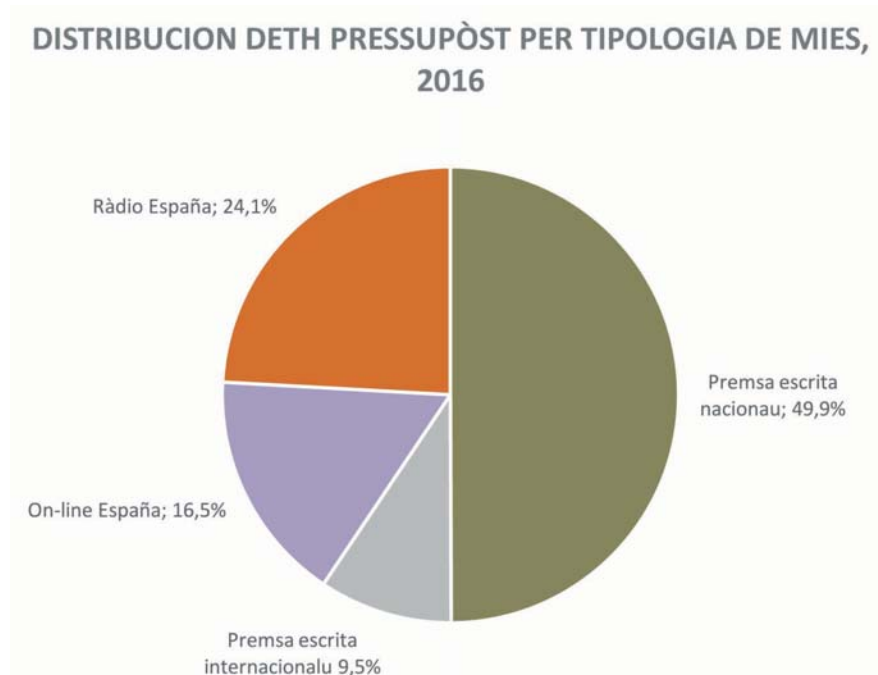
Era finalitat d'aguest projècte ei méter en valor eth patrimòni culturau e museïstic dera Val d'Aran.

## Comunicacion

Eth pressupòst invertit pendent er an 2016 en comunicacion a estat de 57.985 euros e era sua distribucion per mejans e posita geografica era següenta:

PREMSA ONLINE	7.798,86€
PRENSA ESCRITA INTERNACIONAU	29.544,25€
PRENSA ESCRITA NACIONALAU	7.484.80€
RÀDIO E TV	13.158.71€

Ara seguida se mòstre de forma grafica era distribucion deth pressupòst de comunicacion segontes era tipologia des mieis treballadors e eth contorn geografic d'influéncia:



## Comunicacion convencional (off-line)

Er an 2016 s'an realizat accions de comunicacion en **35** mieis, en tot includir ràdio, premsa offline e premsa online, tant a nivèu nacionau coma internacionau.

Ena premsa offline s'an arthenhut **29** insercions qu'an comportat reportatges d'un totau de **85** planes, per çò qu'era destinacion a estat presenta en 730.000 exemplars e s'an arthenhut 3.500.000 lectors.

Pendent er an 2016, mejançant es esfòrci realizadi en comunicacion, Val d'Aran a estat presenta en:

<b>MIEIS CONTRACTADI</b>	<b>35</b>
<b>INSERCIIONS PREMSA ESCRITA</b>	<b>29</b>
<b>PLANES REPORTATGE</b>	<b>85</b>
<b>EXEMPLARS</b>	<b>730.000</b>
<b>LECTORS</b>	<b>3.500.000</b>

Ara seguida se detalhen es mieis de comunicacion offline treballadors, atau coma er airau geografic d'influència.

### Prensa Offline Nacionau:

<b>MIEI</b>	<b>MERCAT</b>
AR	NACIONAU
ARAN NAU	LOCAU E DE PROXIMITAT
BAQUEIRA VERANO	NACIONAU
BAQUEIRA INVIERNO	NACIONAU
CATALUNYA EXPERIENCE	CATALAN
DESCOBRIR	CATALAN
EL MUNDO DE LOS PIRINEOS	NACIONAU
GRANDES ESPACIOS	NACIONAU
LA BIBLIA OUTDOOR	NACIONAU
LUGARES DE NIEVE	NACIONAU
MOUNTAINBIKER	NACIONAU
MUNTANYA - CENTRE EXCUSIONISTA	CATALAN
OXIGENO	NACIONAU
PANTXING	LOCAU E DE PROXIMITAT
SPORT D'HIVERN	NACIONAU
VIU ERA VAL	LOCAU E DE PROXIMITAT
VIAJAR CON HIJOS	NACIONAU

### Prensa Offline Internacionau:

<b>MIEI</b>	<b>MERCAT</b>
BAQUEIRA	FRANÇA
HORS PISTE	FRANÇA
MAGAZINE BALADES ESTIVALES	FRANÇA
MAGAZINE BALADES	FRANÇA
MAGAZINE HORS SERIE WEEK-END	FRANÇA
PYRENEES MAGAZINE	FRANÇA
RESPYR	FRANÇA

## Ràdio:

MIEI	CAMPANHA
CADENA COPE	CAMPANHA IUÈRN
ESQUI NEU	CAMPANHA IUÈRN
FEM TURISME	CAMPANHA ESTIU
GUM FM	CAMPANHA ANNAU

## Comunicacion online

Pendent er an 2016 era comunicacion online a contunhat d'èster un des principaus canaus de comunicacion emplegadi, en tot potenciar era interaccion enes hilats sociaus e era difusion a trauès dera plana web de Torisme de Val d'Aran.

Es principaus accions online realizades er an 2016 an estat es següentes:

MIEI	DESCRIPCION ACCION
ARAN NAU DIGITAL	Banner
CRECER FELIZ	Actualizacion contenguts Val d'Aran en RRSS CF
INOUT VIAJES	Publicacion d'un Mega banner de junhsèga a noveme + publicacion de dus publireportatges gratuïtaments
MOUNTAINBIKER	Banner
OXIGENO WEB	Reportatge Val d'Aran en familha + Reportatge Val d'Aran era essència des Pirenèus
TRIPADVISOR	Campanha annau Junh 2016 Mai 2017
VIAJAR CON HIJOS	Activitats ena agenda web dera revista

## Dades dera preséncia online dera destinacion

Des der an 2015 Torisme Val d'Aran compde damb ua enterpresa extèrna que gestione era preséncia online dera destinacion, ei a díder, responsabla dera dinamizacion dera plana web e hilats sociaus. D'aguesta manèra, a trauès dera generacion de contenguts e era actualizacion constanta dera plana web, Foment Torisme Val d'Aran consolide eth posicionament online dera destinacion.

## RESULTATS PORTAU WEB

En 2016 s'an realizat melhores ena plana web de torisme de Val d'Aran, damb actualizacions jornalieres dera agenda d'eveniments e actualizacions setmanaus de notícies e contenguts. Tanben s'an adaptat es webs de torisme especializat ath dessenh dera web principau de Torisme de Val d'Aran, coma era web de ciclisme, nhèu e productes de Val d'Aran. D'aguesta manèra se perseguís assolidar era imatge dera destinacion e facilitar as visitants actuaus e potenciaus er accés ara informacion.

En 2015 se renovèc era plana web de torisme en tot cambiar-ne era URL, hèt que comportèc ua pèrta de posicionament enes cercaires e era consecutiva disminucion deth nombre de visites. Des deth canviament de web Foment Torisme Val d'Aran a realizat esfòrci entà arténher eth posicionament e nombre de visites enregistrades damb era web anteriora. En seteme de 2015 s'inicièc ua tendéncia positiva en aguest sens, e es resultats enregistradi ena web de torisme er an 2016 constaten ua melhora progressiva en posicionament e en nombre de visites.

	2016	2015	
<b>Organic</b>	158.043	149.062	6%
<b>Dirècte</b>	33.136	23.455	41%
<b>Referal</b>	24.642	21.742	13%
<b>Sociau</b>	17.036	13.320	28%
<b>Totau</b>	232.857	207.579	12%
<b>Organic</b>	68%	72%	-5%
<b>Dirècte</b>	14%	11%	26%
<b>Referal</b>	11%	10%	1%
<b>Sociau</b>	7%	6%	14%

## RESULTATS COMUNICACIÓN E RRSS

### • FACEBOOK

Pendent eth darrèr an s'a arthenhut potenciar e assolidar era efectivitat de Facebook coma de canau de comunicacion. Foment Torisme Val D'Aran a incrementat tant es interaccions coma eth nombre d'impressions de forma remarcabla, concrètaments an incrementat 38,5% es "likes" e 7,7% era arthenhuda e nombre d'impressions.

	2014	2015	2016	2016 vs 2015 (%)
<b>LIKES</b>	11.287	16.711	23.145	+38,5%
<b>ARTENHUDA E NOMBRE D'IMPRESIONS</b>	2.460.462	3.401.620	3.664748	+7,7%

### • TWITTER

Era preséncia de Torisme Val d'Aran tanben a melhorat en Twitter pendent eth darrèr an, en tot enregistrar resultats positius en toti es indicadors que permeten avalorar era evolucion der impacte en Twitter.

Er increment de 34% en nombre de tweets realizadi per Torisme Val d'Aran a anat acompanyat per un augment deth 19% en nombre de seguidors, de 34% enes visites deth perfil de torisme dera Val e de 77% en nombre d'impressions. Finaument tanben cau rmercar destacar er augment en nombre de "m'agrade", en tot enregistrar un increment de 391%.

	2015	2016	2016 vs 2015 (%)
<b>SEGUIDORS</b>	5.897	7.037	19%
<b>SIGUES</b>	1.748	856	-51%
<b>NOMBRE DE TWEETS PERIÒDE</b>	816	1.096	34%
<b>NOMBRE TOTAU DE TWEETS</b>	2.278	3.308	45%
<b>NOMBRE DE MENCIONS</b>	2.087	2.384	14%
<b>VISITES ATH PERFIL</b>	26.770	35.903	34%
<b>IMPRESIONS</b>	707	1.254	77%
<b>TAXA D'INTERACCION</b>	0,261	0,317	21%
<b>M'AGRADE</b>	1.006	4.940	391%

• **INSTAGRAM**

**Era presència de** Torisme Val d'Aran en Instagram seguís era tendència positiva enregistrada er an interior. Er increment de 21% en nombre d'imatges pujades a anat acompanyat per un augment de 136% en nombre de seguidors e de 176% en nombre de "m'agrada" ath contengut publicat per TorismeVal d'Aran.

	2015	2016	2016 vs 2015 (%)
<b>PUBLICACIONS</b>	360	359	0%
<b>NOMBRE DE SEGUIDORS</b>	3.671	9.655	163%
<b>IMATGES PUJADES</b>	297	359	21%
<b>COMENTARIS</b>	654	912	39%
<b>M'AGRADE ETH CONTENGUT</b>	53.719	148.526	176%

**Edicions e reedicions**

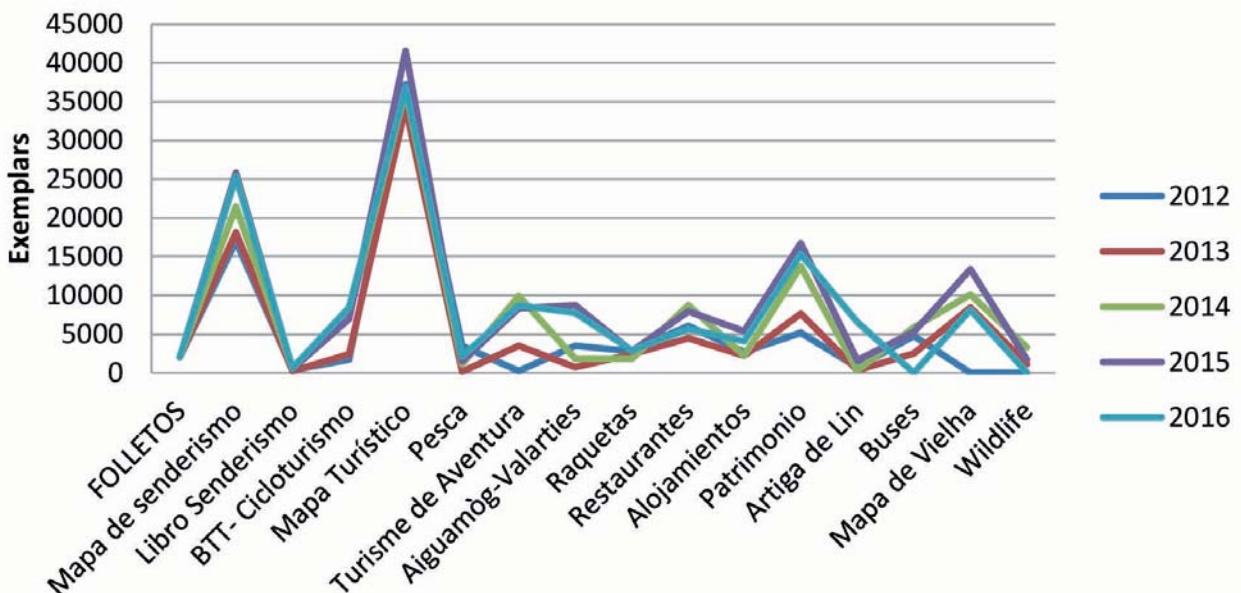
FTVA elabòre cada an desparières publicacions impreses damb era finalitat de satisfèr es desparières besonhs de demandes d'informacion.

Aguestes demandes pòden procedir de 4 canaus:

- Clients des Oficines de torisme dera Val d'Aran.
- Accions de promocion: Hèires, workshops, viatges de premsa e d'agents de viatges.
- Liuraments que se hèn as desparières establiments toristics dera Val entà informar as sòns clients.
- Collaboracions enes desparières pròves esportives e d'autres accions de dinamizacion.

En següent grafic se representen es publicacions impreses elaborades pendent es darrèri cinc ans:

**Materiau que proporciona informacion toristica**





## Accions de comunicacion e Marqueting deth Burèu de Toulouse

Damb er objectiu de potenciar era comunicacion e promocion dera destinacion Val d'Aran ena zòna sud-oèst de França, Foment Torisme Val d'Aran dauric amassa damb Baqueira Beret un Burèu Toristic en Toulouse en octobre de 2015. Des dera sua inauguracion s'an realizat nombroses accions de comunicacion e comercializacion ena destinacion. Ara seguida se presenten es principaus accions que s'an desvolopat pendent er an 2016.

### SPONSORIZACION D'UA COMPETICON DE GOLF – EXCLUSIV GOLF DE TOULOUSE SEILH, 15 E 16 D'OCTOBRE

Accions de comunicacion:

- Enviament de mailings de Val d'Aran & Baqueira Beret a 6000 contactes dera base de contactes deth gòlf abans e dempús dera competicion e tot çò de long der an 2017.
- Difusion deth video 2016.17 en club "House du Gòlf".
- Installacion d'un pannèu publicitari en 2 des horats deth camp.
- Visibilitat ena sua plana web (plana sponsors).
- Obsèqui aufrut as competidores.

### MARCHE VICTOR HUGO "Nocturne du marché Victor Hugo", 8 de deseme:

Accions de comunicacion:

- Stand Baqueira Beret / Val d'Aran damb documentacion e difusion deth video 2016/17.
- Animacion : " Fotomatón" e concors (300 participants)
- Banderòles de Baqueira Beret e Val d'Aran en mercat e ath torn deth mercat
- Comunicacion hèta pera organizacion: facebook, instagram, premsa... abans e dempús dera tarde.
- Enviament de 262 invitacions ara premsa de Toulouse, a sponsors e a clients.

### SPONSOR STADE TOULOUSAIN , ena tempsada 2016-17:

Accions de comunicació

- Integracion ath club de sponsors deth StadeToulousain damb mès de 250 sponsors (societats de aeronautica, bancs, companhies d'assegurances, enterpreses de construccion, concesionaris de coches,...)
- Accès ath fichèr des sponsors deth StadeToulousain, presentar e difóner bulletins ath club de sòcis.
- Participacion as amassades e minjades STBusiness.
- Visibilitat ena web deth StadeToulousain e en tótem dera entrada der estadi.

### SPONSORIZACION BOTIGA ALASKA:

Accions de comunicacion:

- Visibilitat ena botiga damb era installacion de pannèus publicitaris.
- Difusion des videos promocionaus de Baqueira Beret e Val d'Aran
- Comunicacion ena plana de facebook dera revista.
- Organizacion d'un concors (150 participaires – 123 emails archivadi)
- Aufèrta de descompde as clients d'Alaska enes forfaits d'esquí (450 copons presentadi).
- Organizacion d'ua jornada damb es clients dera botiga(30 participaires)



## CATALOGUE CE AIRBUS OPERATIONS:

### Accions de comunicacion:

- Integracion en catalòg dera agència de viatges de CE Airbus Opérations de Toulouse (dobra plana)
- Venta d'estades d'iuèrn (Lotjament + forfait)
- Possibilitat d'alongar era collaboracion mejançant era integracion dera informacion en catalòg de primavera/estiu (quan era centrau de resèrves sigue activada tot er an)

## Promocion e emparament ena comercializacion torisica

### Assistència a hèires

FVTA elabore annaument un calendari de hèires de referència damb er objectiu de promòir eth destin Val d'Aran e es sòns productes toristics en diuèrsi mercats, autan nacionaus coma internacionaus. Autan de caractèr professionau coma orientades ath gran public. Era participacion dera Val d'Aran enes madeishes modalitats: Damb stand pròpi o ben en un modul laguens dera Agència Catalana de Torisme, deth Patronat de Torisme Terres de Lleida o ben sus era mèrca *Pirineus*.

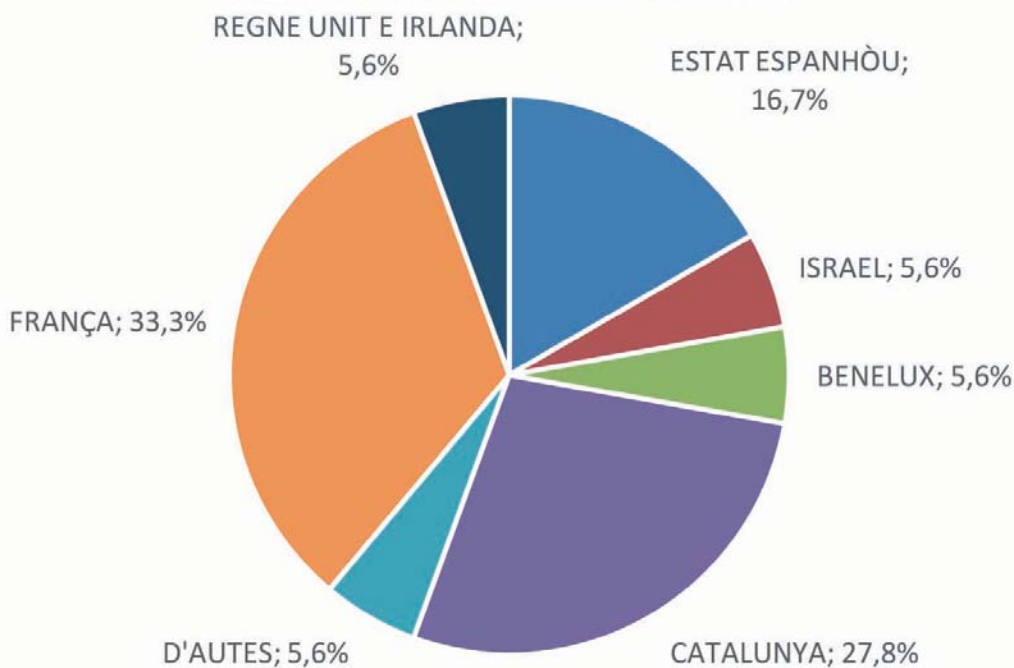
Era assistència a hèires se consolide un an mès coma airina de promocion e difusion deth destin, pendent er an 2016 FTVA a assistís as següentes hèires:

HÈIRA	MERCAT	PRODUCTE	PARTICIPACION SOCIS
FITUR	NACIONAU	MÈRCA VAL D'ARAN	
IMTM	ISRAËL	MÈRCA VAL D'ARAN	
FIETS & WANDELBEURS	BENELUX	SENDERISME/ CICLOTORISME/ BTT	
NAVARTUR	NACIONAU	MÈRCA VAL D'ARAN	
B TRAVEL (SITC)	CATALUNYA	MÈRCA VAL D'ARAN	
MERCAT D'ESCAPADES	CATALUNYA E INTERNACIONAU	MÈRCA VAL D'ARAN	
SALON COMITÉE ENTREPRISE	FRANÇA - NANTES	MÈRCA VAL D'ARAN	BAQUEIRA BERET
SALON COMITÉE ENTREPRISE	FRANÇA - MONTPELHIER	MÈRCA VAL D'ARAN	BAQUEIRA BERET
SALON COMITÉE ENTREPRISE	FRANÇA - PAU	MÈRCA VAL D'ARAN	BAQUEIRA BERET
SALON COMITÉE ENTREPRISE	FRANÇA - TOLOSA	MÈRCA VAL D'ARAN	BAQUEIRA BERET
MERCAT DE MERCATS	CATALUNYA	GASTRONOMIA - MERCA GARANTIA VAL D'ARAN	
SALON COMITÉE ENTREPRISE	FRANÇA - BORDÈU	MÈRCA VAL D'ARAN	BAQUEIRA BERET
SKI & SNOWBOARD SHOW LONDRES	REGNE UNIT E IRLANDA	NIEVE	BAQUEIRA BERET
SALON DE TOURISME "VIVONS 100% SPORT"	FRANÇA	MÈRCA VAL D'ARAN	BAQUEIRA BERET
NEVARIA	NACIONAU	NHÈU - MONTANHA	BAQUEIRA BERET

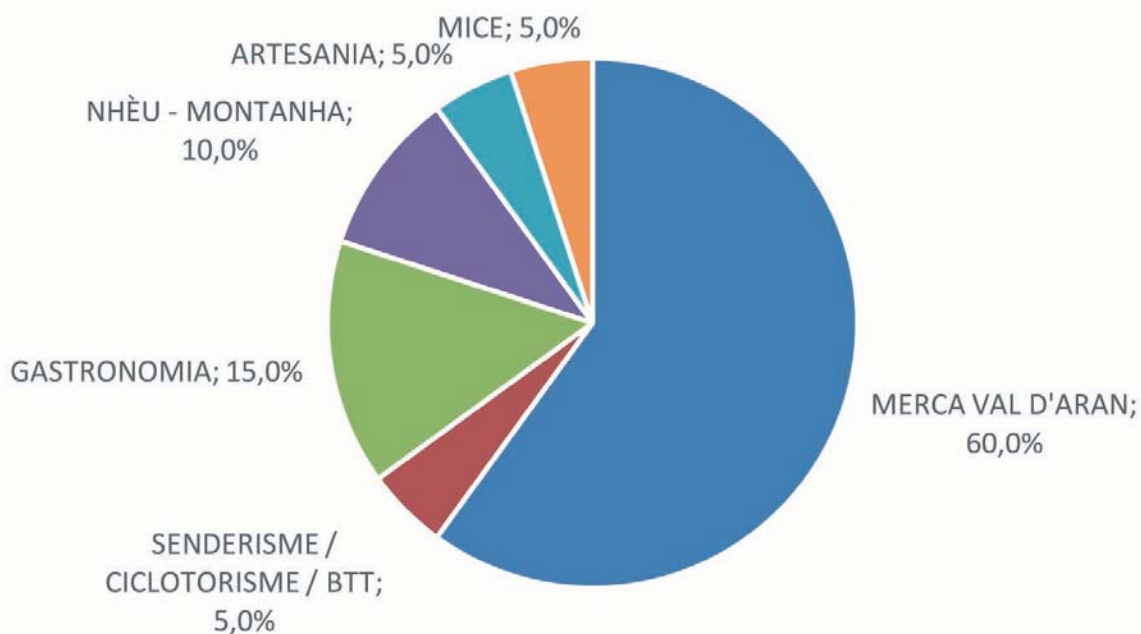


Ara seguida se mòstre de forma grafica era classificacion per ambit geografic e per producte des hèires qu'a assistit *Foment Torisme Val d'Aran* en 2016. Val d'Aran trabalhe peth torisme nacionau e internacionau, estant França eth mercat a qué s'an assistit a mès hèires aguest an. Respècte ara tipologia de hèires per producte, cau destacar era assisténcia a hèires pera promocion de forma generica era merca Val d'Aran damb es productes de gastronomia, nhèu e montanha.

### HÈIRES - AMBIT GEOGRAFIC



### HÈIRES - PRODUCTE

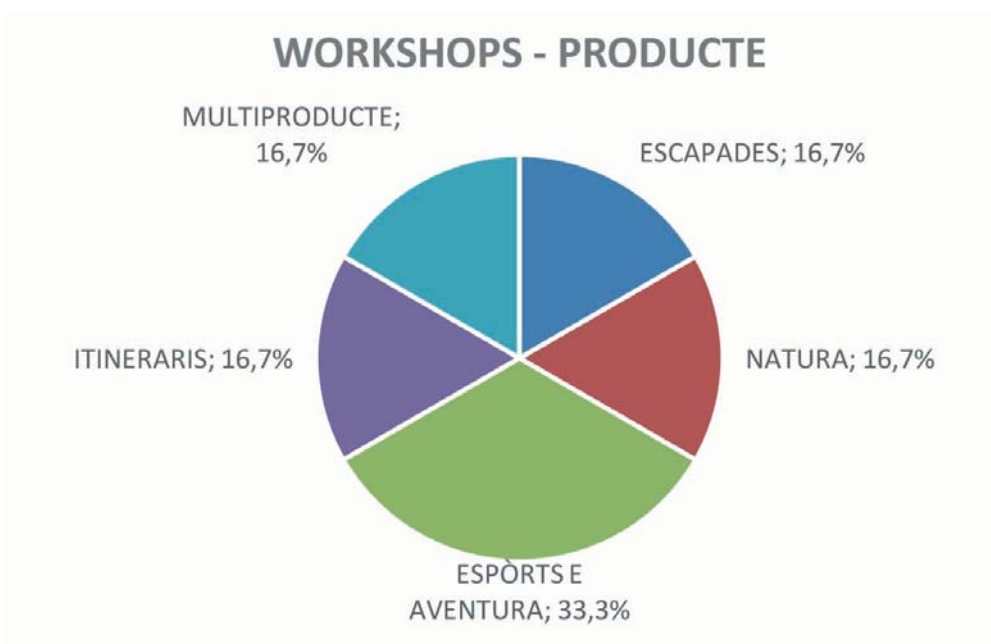
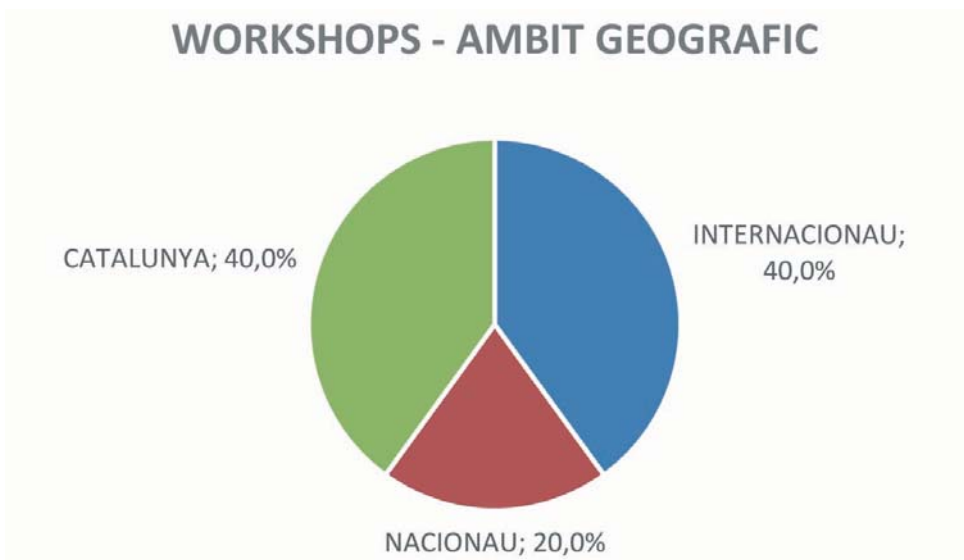


## Workshops

En çò que se referís as workshops, a continuacion se presente eth listat de workshops as qu'a assistit FTVA en 2016

WORKSHOP	MERCAT	PRODUCTE	PARTICIPACION SOCIS
LISTEX LONDON	REGNE UNIT	ESPÒRT D' IUÈRN - NHÈU	KABI BY EDURNE PASABAN
WORKSHOP BUY CATALUNYA	MULTIMERCAT	MULTIPRODUCTE	
INTERPIRINEUS	CATALUNYA	ITINERARIS - ESCAPADES – NATURA E AVENTURA	

A continuacion se presenten es workshops as qu'a assistit FTVA classificadi per ambit geografic e mercat:





## Press- Trips, Fam-Trips e Blog-Trips

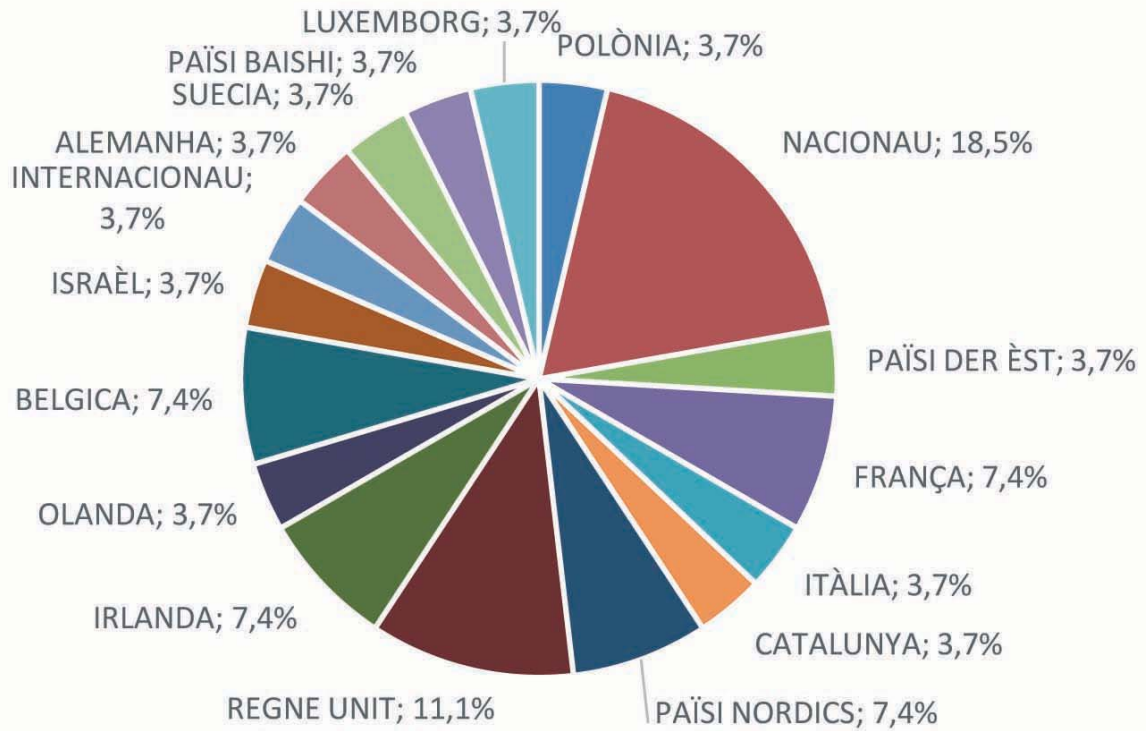
De forma complementària ara assistència a hèires e participaci3n en workshops *Foment Torisme Val d'Aran* organize viatges de familiarizacion, eveniments esportius e activitats que contribuïssen ara promoci3n deth destin. Er objectiu d'aguestes accions ei eth de hèr a conéisher eth destin as persones e grups prescriptors de referéncia enes diferenti mercats e productes e fomentar eth desenvolopament deth sector toristic ena Val. A continuacion se detalhen es accions "receptives" organizes pera Val d'Aran o enes qu'a participat pendent er an 2016 classificades segontes era sua tipologia.

- **Press-Trip:** Quan era persona o eth grop que sollicite era facilitacion dera visita ara Val d'Aran a capacitat de prescriuer eth destin en premsa e auti supòrts de comunicacion.

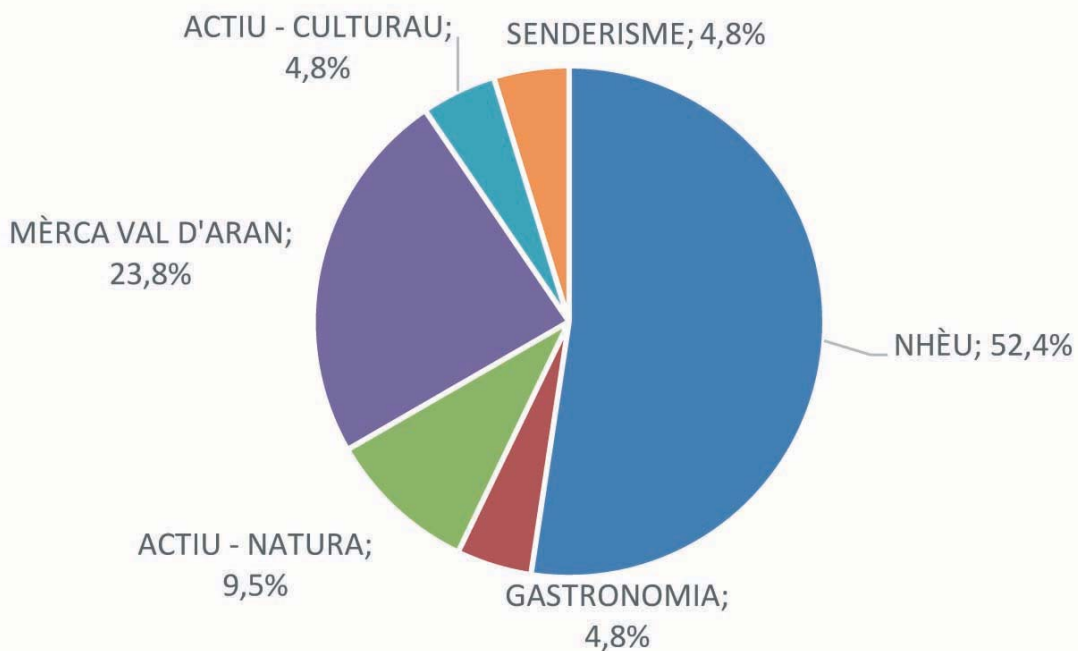
Ara seguida se detalhen es Press-trips organizes per FTVA pendent er an 2016:

PRESS-TRIP / MIEIS DE COMUNICACI3N	MERCAT	PRODUCTE
TELEVISION POLACA	POLONIA	NHÈU
TRAVELER CONDÉ NAST	NACIONAU	GASTONOMIA
TV2	NACIONAU	NHÈU
NHÈU & CATALUNHA ESPORTIUA	PAÏSI DER ÈST	NHÈU
FR3 TV -	FRANÇA	NHÈU
TRACKS & TRAILS WINTER EDITION	BENELUX	NHÈU - NATURA - AVENTURA
REVISTA BELLE EUROPA	ITALIA	NHÈU
PICALLETRES	CATALUNYA	MÈRCA VAL D'ARAN
REVISTA ÅKA SKIDOR - MARTIN SÖDERQVIST	PAÏSI NORDICS	NHÈU
EPIC TV	REGNE UNIT E IRLANDA	NHÈU
COPA DEL MUNDO FIS SNOWBOARD CROSS	REGNE UNIT, OLANDA E BELGICA	NHÈU
VAGABOND MAGAZINE	PAÏSI NORDICS	NHÈU
LE GUIDE VERT MICHELIN - BARCELONA ET LA CATALOGNE	FRANÇA	MÈRCA VAL D'ARAN
MAYA MAHLER - YEDIOTH AHRONOTH	ISRAÈL	MÈRCA VAL D'ARAN
ACTIU-NATURA	REGNE UNIT E IRLANDA	ACTIU-NATURA
THE CATALAN PYRENEES MEET THE PRESS	INTERNACIONAU E NACIONAL	ACTIU - CULTURAU
HANS GASSER - SÜDDEUTSCHE ZEITUNG	ALEMANHA	SENDERISME
JORNADA DE PERIODISME E TERRITÒRI DERA VAL D'ARAN	NACIONAU	MÈRCA VAL D'ARAN
PERSEGUI TS I SALVATS	NACIONAU	MÈRCA VAL D'ARAN
OUTDOOR TRAINING E SKI MAGASINET	SUÈCIA	NHÈU - ACTIU

## PRESS-TRIPS - AMBIT GEOGRAFIC



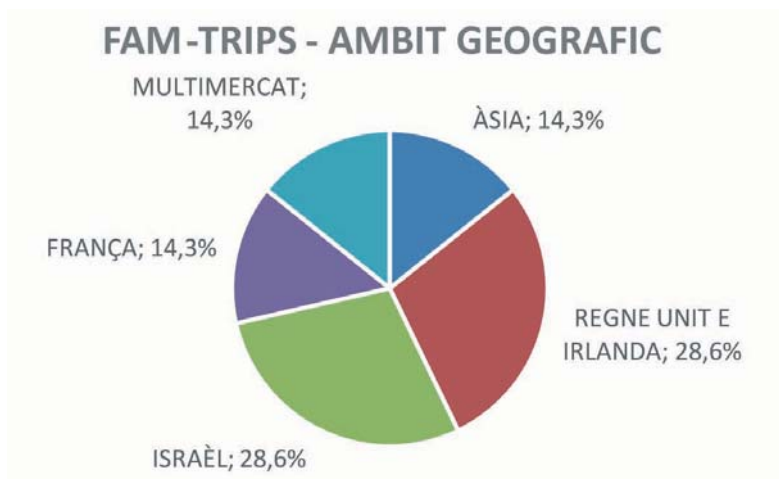
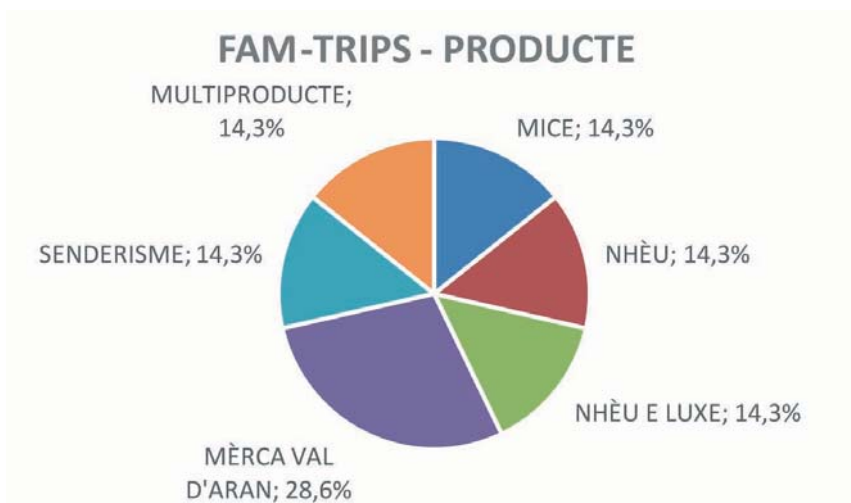
## PRESS-TRIPS - PRODUCTE



- **Fam -Trip:** Quan era persona o eth grop que sollicite era facilitacion dera visita ara Val d'Aran a capacitat de prescriure eth destin mentre es intermediaris toristics. Viatges de familiarizacion damb eth destin de tour operators, agents de viatge, transportistes, restauradors, etc.

A continuacion se detalhen es Fam-Trips organizadi per FTVA pendent an 2016:

FAM-TRIP	MERCAT	PRODUCTE
CONGRÉS ANUAL NIMA (NETWORK OF INDIAN MICE AGENTS)	ASIATIC	MICE
LUXEPRIVÉ - MERCAT UK	REGNE UNIT E IRLANDA	NHÈU E LUXE
NHÈU CATALAN PYRENNES (Baqueira) & BARCELONA	REGNE UNIT E IRLANDA	NHÈU
KOKOPELI MASSAOT AMSALEM	ISRAÈL	MÈRCA VAL D'ARAN
SHARON COHEN ISSTA SKI	ISRAÈL	MÈRCA VAL D'ARAN
FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONÉE	FRANÇA	SENDERISME
BUY CATALUNYA	MULTIMERCAT	MULTIPRODUCTE



• **Blog-Trips:** Quan era persona o eth grop que sollicite era facilitación dera visita ara Val d'Aran a capacitat de prescriuer eth destin mentre es mieis de comunicacion online, estant blogs especializadi en productes toristics o mercats concrets. Viatges de familiarizacion damb eth destin de bloggers.

Er an 2016 FTVA a organizat dus Blog-Trips ena Val d'aran damb bloggers de referéncia en mercat olandés e francés, cau destacar qu'en Blog-Trip deth mercat francés i participèren es responsables deth blog de viatges numèro 1 en França.

A continuación se mòstren de forma detalhada es Blog-Trips organizadi per FTVA en 2016:

BLOG-TRIP	MERCAT	PRODUCTE
WHAT ABOUT HER	HOLANDA	MÈRCA VAL D'ARAN
CARNETS DE TRAVERSE	FRANÇA	MÈRCA VAL D'ARAN

• **D'autores:** Persones o groups que representen a collectius d'interès entà aumentar eth Torisme ena Val d'Aran, equips esportius, associacions, collègis professionaus, entitats, embaishada... FTVA collabore de diuèrses formes entara promoción toristica deth destin.

Pendent er an 2016 cau remarcar era collaboracion en eveniments de caractèr esportiu e vinculadi ara natura, en 2016 FTVA a collaborat en mès de 15 eveniments e pròves esportives organizadas en territòri e en 5 eveniments e jornades vinculades ena dinamización dera natura.

Per aute costat tanben cau destacar era assisténcia a jornades professionaus de networking pendent er an 2016. Ua des jornades a qué a assistit ei era de Interpireneus.

## Accions de promocion adreçadas ath public finau

A mès des anteriores accions de promocion FTVA participe en diferents accions adreçadas a public finau, pendent er an 2016 s'a desvolopat era següenta accion:

### Campanhes de promocion Baqueira Beret – Val d'Aran

• Pendent tres setmanes FTVA, conjuntament damb Baqueira Beret, an promocionat era sason d'iuèrn en mès de 17 ciutats espanyòles. Era accion s'adreçaua principaument ath mercat nacionau damb eth producte de nhèu.

- Igló en Barcelona e Madrid.
- Campanha promocion en França e Regne Unit
- Oficina Tolosa:

#### ○ PRESENTACION DERA ETAPA DETH TOUR DE FRANÇA ENA OFICINA DE TOLOSA:

Eth dijaus 19 de Mai de 2016 se hec era presentacion dera etapa deth Tour de França que passarie pera Val d'Aran. Se convidèc ara premsa, as clubs de ciclisme/BTT e as esponsors e s'organizèc un aperitiu damb productes dera Marca de Garantia Val d'Aran.

#### ○ HÈIRES:

- Salon CE de Montpellier : 27 e 28 seteme
- Salon CE de Pau : 4 octobre
- Salon CE de Tolosa : 6 e 7 octobre



Salon CE de Tolosa : 6 e 7 octobre  
Salon CE de Bordèu: 13 e 14 octobre  
Salon Vivons Sport Bordeaux: 9 ath 13 noveme  
Salon SLAT / CE Airbus : 18 e 19 noveme

○ **SPONSORIZACION D'UA COMPETICION DE GOLF – EXCLUSIU GOLF DE TOULOUSE SEILH:**

Competicion es dies 15 e 16 d'octobre damb entrèga de prèmis e coctèl. 220 participants. S'amièc diferents accions de comunicacion (veir apartat de comunicacion e/o Annèx 1)

○ **MARCHE VICTOR HUGO:**

Patrocini eth dijaus 8 de deseme (de 18:30 tà 22:30o) ena “Nocturne du marche Victor Hugo” en Tolosa, a on i assistiren uns 6.000 visitants. Se portèren a tèrme diferents accions de comunicacion (veir apartat de comunicacion e/o Annèx 1)

○ **SPONSOR STADE TOULOUSAIN:**

Integracion ath club de sponsors deth Stade Toulousain damb mès de 250 sponsors tara sason 2016-17. Diferents accions de comunicacion (veir apartat de comunicacion e/o Annèx 1)

○ **SPONSORIZACION TIENDA ALASKA DE TOULOUSE:**

Patrocini ena botiga ALASKA en Tolosa, especialistes en esquí e BTT. Diferents accions de comunicacion (veir apartat de comunicacion e/o Annèx 1)

○ **CATALOGUE CE AIRBUS OPÉRATIONS**

Interaccion en catalòg dera agència de viatges CE Airbus Opérations de Toulouse. Venta d'estades d'iuèrn.

## Dinamizacion deth destin

Era Agència deth *Comèrc d'Aran* a per objectiu promòir e assessorar e dinamizar eth comèrc dera Val tà coordinar e promòir accions encaminades a melhorar era competitivitat deth sector; un sector compausat per 330 comèrci e tres associacions d'empresaris e comerciants: Vielha, Bossòst, Baqueira e Arties.

Pendent er an 2016 an realizat diuèrses accions, resumint cau ressenhar es següents:

- Associacion de Comerciants de Vielha
  - VI Concors de veirines. Participèren 14 comèrci de 20 de deseme de 2015 ath 6 de gèr de 2016.
- Associacion de Comerçants e Empresaris de Bossòst
  - Jeudi Promo, participèren en aquesta promocion 30 comèrci de Bossòst
- Assessorament
  - Pendent er an 2016, s'a seguit informant sus es ajudes e subvencion d'interès tà diferents tipus d'establiment. Collaboracion damb era Generalitat de Catalunya deth Consòrci de Comèrci, Artesans e Moda de Catalunya.



## Col·laboracions esportives e culturaus

FTVA col·labòre tamb despaïèrs eveniments esportius e culturaus. Son en totau 36 col·laboracions que supausen un totau de 17.217,35€ en concèpte de col·laboracion economica e materiau.

## D'autres accions

- Hèira de San Josep de Mollerussa deth 17 ath 20 de març, damb era exposicion, informacion e degustacion des productes agroalimentaris dera mèrca de Garantia
- Hèira de San Miguel de Llèida deth 29 de seteme ath 2 d'octobre, damb era exposicion, informacion e degustacion des productes agroalimentaris dera Mèrca de Garantia.
- Hèira Hèt a Man ,Hèt Aciu, deth 16 ath 18 d'agost, participèren ena edicion 2016, 24 mestieraus.
- Aran Market, Botigues en carrèr, deth 19 ath 21 d'agost. ena edicion 2016 participèren 16 comèrci.
- Salon “The Craftroom”, organizat peth Consòrci de Comèrc, Artesania e Mòda de Catalonha, deth 8 ath 10 de junhsèga. Ei ua hèira de promocion e venta d'artesanía a nivèu estatau e internacionau, a on participèren 11 mestieraus en estand deth Conselh Generau d'Aran.
- Hèira Mercat de Mercats en Barcelona, a on i auie representadi 120 stands a on poder véner e promòir producte, degustar e participar enes desparières activitats relacionades damb productes agroalimentaris, ena Aula Gastronomic, deth 21 ath 23 d'octobre de 2016.

## Accions de gastronomia e Mèrca de Garantia

- Era Olhada, se celebrèc eth dia 20 de març en Plan de Beret, damb era degustacion deth plat tipic dera òlha aranesa, en tot coïncidir damb era Copa deth Mon de Snowboard Cross e damb era col·laboracion de Baqueira Beret, Bodegas Principe de Viana e productes agroalimentaris dera Mèrca de Garantia.
- Setmana deth Caviar deth 14 ath 20 de març damb era participacion de 8 restaurants dera Val d'Aran. Se i podèc degustar plats elaboradi damb caviar Nacarii, esturion fresc o sahumat d'esturion, tanben se completèc damb visites guidades ara piscifactoria de Les entà conéisher era sua elaboracion, procès e origina der esturion, tanben era possibilitat de realizar tractaments faciaus e corporaus a basa de caviar en Balneari de Les.
- Tour de France.
- Viatge Promocionau damb Baquèira Beret.
- Presentacions Val d'Aran e hèires.
- Prèmis e reconeishences e diuèrsi eveniments culturaus e esportius.



# Destacadi 2016

- *Val d'Aran destin toristic que ten en compde era sostenibilitat e era innovacion: connectivitat, accessibilitat universau – Destin Biosphere peth GSTC e Smart Destination, plan pilòt.*
- *Internacionalizacion: França e Regne Unit, principauments.*
- *Collaboracion publicoprivada ena promocion dera marca Val d'Aran: Baqueira Beret e Kabi. (coma destacadi)*
- *Collaboracion damb associacions empresariaus araneses.*
- *Apòsta pera comunicaciòn e promocion on-line, e coma conseqüència, gran milhora en contengudi coma resultats: webs e hilats sociaus.*
- *Val d'Aran destin toristico-esportiu: Copa deth Mon de Boardercross, Tour de France, acoelhuda equips esportius de nivèu, supòrt en competicions destacades, promocion deth destin en palaus d'espòrts e campeonats...*
- *Supòrt as empresaris e empenedors entà obtíer subvencions entara melhora des sons establiments: LEADER*
- *Nauí videos promocionaus de senderisme e ciclisme.*





# RESUM. Desglossament dera inversion.

## Pressupòst d'ingrèssi de FTVA 2016

400.000€	Conselh Generau d'Aran
35.000€	Diputacion de Lhèida
53.419€	Aportacions sòcis
147.405,83€	Aportacion taxa toristica municipis
68.755,07€	Aportacion taxa toristica CGA
<b>704.579,90€</b>	

## Inversion e distribucion pressupostària:

- Estructura de gestio toristica – equipa de trabalh
- Estructura d'informacion toristica, oficines de Vielha, Naut Aran e punts d'informacion d'ostiu
- Preséncia on-line dera mèrca Val d'Aran.
- Preséncia off-line dera mèrca Val d'Aran.
- Campanhes de promoció diuèrses.
- Campanhes de promoció e supòrt ara comercializació
- Organizació e collaboracion en eveniments esportius, culturaus e comerciaus ena Val d'Aran.
- Esponsorizació e benchmarketing.
- Materiau promocionau e d'imatge dera mèrca Val d'Aran.





# Actuacions de promocion toristica a cargue deth pressupòst deth Conselh Generau d'Aran.

Aportacion deth Conselh Generau d'Aran ath pressupòst de FTVA entara promocion dera mèrca Val d'Aran

DE FORMA DIRÈCTA:

68.755,07€  
35.000€  
400.000€

Taxa Toristica CGA  
Deputacion de Lhèida  
Conselh Generau d'Aran a FTVA

DE FORMA INDIRÈCTA:

34.482 €  
24.200€  
  
5.500€  
13.500€  
45.000 €  
60.292 €  
  
136.970€

Convèni Pirenèus  
Team Sports (Promocion destinacion toristic-esportiu)  
Pirenades e video documentau  
Romanic Musicau  
Agència deth Comèrç d'Aran  
Pròva pilòt regulacion accés ara Artiga de Lin  
Aportacion Tour de France (collaboracion de d' autes entitats)  
Oficina Toulouse

50.000€

**873.699€**

D' autes aportacions deth Conselh Generau d'Aran que contribuïsqnen ena promocion dera mèrca Val d'Aran:

450.000 € - Inversion en manteniment des hilats de camins e sendèrs.

Auem invertit en campanhes de promocion e accions de torisme **837.699€**. Sense comptar era despena de manteniments des camins.



## **Redaccion e contingut:**

### **Anna Diaz Morelló.**

*Conselhèra de Torisme e Desenvolopament Economic deth Conselh Generau d'Aran e Vicepresidenta de Foment Torisme Val d'Aran*

a.diaz@aran.org

### **Equip de FTVA:**

#### **Conchi Rodríguez**

c.rodriguez.torisme@aran.org

#### **Montse Viló**

m.vilo.torisme@aran.org

#### **Juanma Morell**

j.morell.torisme@aran.org

#### **Anna López**

a.lopez.torisme@aran.org

### **Developing Natural Activites:**

Francisco J. Castillo Acero

### **Comunicación On-line:**

Javier Vall e Mireia Oliver

### **Equip d'Informacion torisitica:**

#### **Fany Calbetó**

#### **Rosa Salado**

#### **Maria Aran Justo**

o.torisme@aran.org

#### **Maria Aran Nieto**

o.s.torisme@aran.org

### **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



**M**  
**memoria**  
TORISME VAL D'ARAN  
2 0 1 6



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

# contingut

	<b>INTRODUCCIÓ</b>	<b>3</b>
	<b>EL TORISME DE LA VAL D'ARAN EN XIFRES</b>	<b>5</b>
	Oferta turística a la Val d'Aran	5
	Demanda turística a la Val d'Aran	7
	Empreses associades a FTVA 2016	11
	<b>SERVEI D'INFORMACIÓ I ACULLIDA DEL VISITANT DE LA VAL D'ARAN</b>	<b>12</b>
	Servei d'informació i acollida del visitant de la Val d'Aran	12
	Quantificació del servei i caracterització dels visitants	13
	<b>L'ACCIÓ DE MARQUETING TURISTIC DE LA VAL D'ARAN</b>	<b>17</b>
	Projecte destacats de l'any 2016	17
	<b>Comunicació</b>	<b>19</b>
	Comunicació convencional (off-line)	20
	Comunicació online	21
	Dades dera presència online de la destinació	21
	Edicions i reedicions	23
	Accions de comunicació i Marqueting de l'oficina de Toulouse	24
	<b>Promoció i suport a la comercialització turística</b>	<b>25</b>
	Assistència a fires	25
	Workshops	26
	Press-trips, Fam-trips e Blog-trips	28
	Accions de promoció dirigides al públic final	31
	Dinamització del destí	32
	Col·laboracions esportives i culturals	33
	Altres accions	33
	<b>DESTACATS 2016</b>	<b>34</b>
	<b>RESUM. DESGLOSSAMENT DE LA INVERSIÓ.</b>	<b>35</b>
	Pressupost d'ingressos de FTVA 2016	35
	Distribució pressupostària de FTVA 2016	35
	<b>ACTUACIONS DE PROMOCIÓ TURÍSTICA A CÀRREC DEL PRESSUPOST DEL CONSELH GENERAU D'ARAN</b>	<b>36</b>





# introducció

**Anna Díaz Morelló. *Conselhèra de Torisme e Desenvolupament Economic deth Conselh Generau d'Aran e Vicepresidenta de Foment Torisme Val d'Aran.***

## **LA VAL D'ARAN un destí turístic COMPETITIU I INNOVADOR**

En nom de l'equip de Foment Torisme Val d'Aran i en el meu propi, volem agrair com tots els anys, el treball i suport de tots els empresaris aranesos que formen part d'aquesta entitat de promoció turística, no només com a socis, també per l'esforç i dedicació ajudant-nos a millorar les accions de promoció i d'ajuda a la comercialització de la Val d'Aran com una destinació turística d'alta muntanya de referència.

Aprofito aquesta introducció per convidar a les empreses que no formen part de FTVA a que ens coneguin, coneguin l'equip de turisme, les accions que es desenvolupen i els avantatges de tenir un departament de màrqueting turístic conjunt de tota la Val d'Aran, estic convençuda que la col·laboració i participació de tots millora l'eficàcia i eficiència de les nostres accions de màrqueting.

Volem ressaltar que l'any 2016, des del punt de vista turístic ha tingut bons resultats; les xifres de visitants i despesa en la destinació són bones, però hem de seguir treballant en la competitivitat de la Vall d'Aran com a destinació turística tot l'any.

L'aposta realitzada pel Conselh per convertir la Val d'Aran al primer Destinació Turística Intel·ligent de Muntanya, ens ha servit perquè fóssim destí pilot per testar la recent creada norma UNE 178.501 que regula el Sistema de Gestió de les destinacions turístiques Intel·ligents , norma aprovada per AENOR.

Aquesta norma, pionera al món en la seva categoria, és la base i full de ruta per a un nou model de gestió de les destinacions turístiques al segle XXI. S'hi especifiquen els requisits d'un sistema de gestió de les destinacions turístiques Intel·ligents a partir del qual FTVA va a desenvolupar i implementar una política de gestió i establir objectius, metes i plans d'acció vinculats amb els eixos sobre els quals s'assenta un DTI : governança, innovació, tecnologia, accessibilitat i sostenibilitat.



Aquesta aposta forma part dels objectius del Pla Estratègic de Turisme de la Val d'Aran per al període 2016-2019, i per aconseguir-ho necessitem involucrar tots els grups d'interès del sector turístic de la Val d'Aran, perquè desenvolupem accions pràctiques basades a les cinc variables esmentades, millorarà l'experiència del turista abans, durant i després del viatge a la Vall d'Aran; impulsarà la competitivitat i el posicionament turístic de la Vall com a destí, incrementarà l'eficiència en la gestió mitjançant la incorporació de la innovació i de la gestió de les dades, millorarà la sostenibilitat en els seus tres vessants: ambiental, social i econòmica; així com l'accessibilitat universal, a més d'incrementar la qualitat de vida dels aranesos.

És el vostre repte, és la vostra Vall, us convido a conèixer les accions i participar.



# el turisme de la Val d'Aran en xifres

Durant l'any 2016 Foment Torisme Val d'Aran ha continuat apostant per l'anàlisi i la miniaturització de la informació relativa a l'oferta i demanda a través de l'àrea denominada "Sistema d'Intel·ligència i Informació Turística de la Val d'Aran". Aquest sistema permet realitzar una avaluació de la situació turística actual de la Val d'Aran com a destinació turística i realitzar previsions i projeccions de futur.

A continuació es presenten les principals dades de l'any 2016 i les dades històriques de l'oferta i la demanda turística de la Val d'Aran.

## Oferta turística a la Val d'Aran

L'oferta turística de la Val d'Aran l'any 2016 es compon de:

	Allotjaments 2016	Capacitat Allotjaments 2016
Hotel*****	4	763
Hotel****	14	2199
Hotel***	19	1452
Hotel**	17	1041
Hotel*	9	486
Pensió***	1	31
Pensió**	18	554
Pensió*	7	161
Allotjament Rural / Casa de Pagès	13	113
Aparhotel	7	632
Càmpings	8	2315
Albergs	1	198
Refugis	2	162
Refugis Mitja i Alta Muntanya	5	284
<b>TOTAL</b>	<b>148</b>	<b>14468</b>
Allotjaments d'Us Turístic regulat (Val d'Aran)	591	2364
Segones Residències (Estimatiu)		22000





	Establiments 2012	Establiments 2013	Establiments 2014	Establiments 2015	Establiments 2016
Allotjament turístic	143	143	143	143	148
Allotjaments d'Us Turístic				421	591
Bares y restaurants	173	194	198	198	276
Equipaments culturals, esportius y d'oci	28	33	33	34	34
Empreses de turisme actiu	40	44	45	46	50
Comerços	326	334	342	348	330
<b>TOTAL</b>	<b>816</b>	<b>856</b>	<b>1.222</b>	<b>1.226</b>	<b>1.467</b>

*En 2016 s'ha produït un increment en el nombre d'allotjaments motivat pel registre de nombrosos allotjaments d'ús turístic durant l'últim any. També cal destacar un augment de bars, restaurants i d'empreses de turisme actiu, seguint la tendència positiva dels darrers quatre anys.*

## Seguiment de l'oferta hotelera de la Val d'Aran al 2016, segons dades de l'INE.

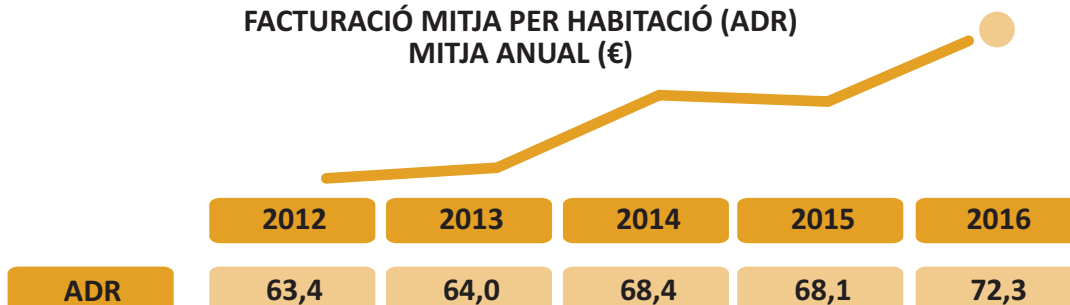
**ADR** - average daily rate - tarifa mitjana d'allotjament hotelier per habitació ocupada, és a dir, preu mitjà de venda per habitació hotelera.

**RevPAR** - Revenue per Available Room - valora els ingressos per habitació hotelera disponible.

Tant en facturació mitja per habitació ocupada (ADR) com en ingressos per habitació disponible (RevPAR) han experimentat una tendència positiva durant els últims quatre anys en la Val d'Aran.

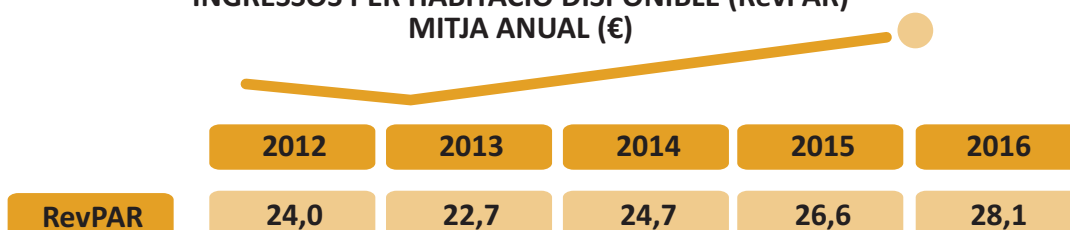
*En 2016 han augmentat un 6,17% el ADR i un 5,6% el RevPAR respecte l'any anterior.*

### FACTURACIÓ MITJA PER HABITACIÓ (ADR) MITJA ANUAL (€)



Font: Idescat

### INGRESSOS PER HABITACIÓ DISPONIBLE (RevPAR) MITJA ANUAL (€)

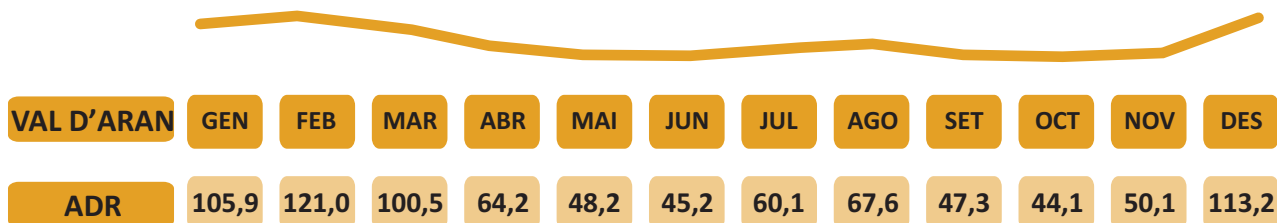


Font: Idescat



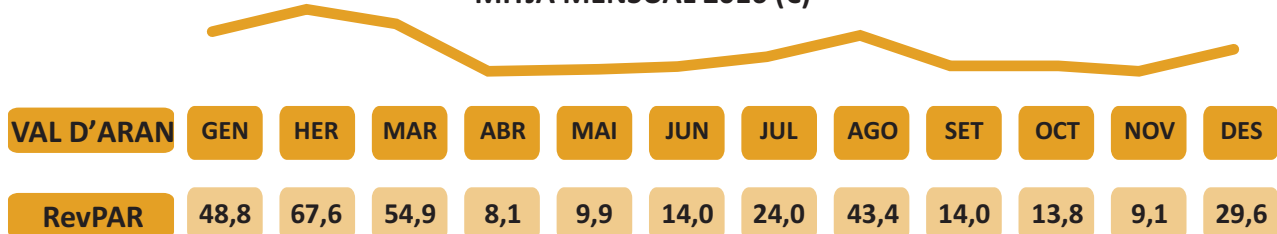
Durant la temporada d'hivern la facturació mitja per habitació (ADR) i els ingressos per habitació disponible (RevPAR) a la Val d'Aran son més elevats que durant la resta de l'any (desembre – març). Per un altre costat, durant els mesos de Juliol i Agost es produeix també un lleuger augment.

### FACTURACIÓ MITJA PER HABITACIÓ (ADR) MITJA MENSUAL 2016 (€)



Font: Idescat

### INGRESSOS PER HABITACIÓ DISPONIBLE (RevPAR) MITJA MENSUAL 2016 (€)



Font: Idescat

## Demanda turística a la Val d'Aran

Amb l'objectiu de conèixer la demanda turística de la Val d'Aran es fan servir tres fonts d'informació diferenciades, dues primàries (internes) i una secundària (externa).

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

**Sistema Propi (SPTVA).** (Font primària). FTVA realitza una enquesta setmanal a establiments d'allotjament hotelier. D'altra banda, s'està treballant en incloure les dades d'ocupació d'allotjaments d'ús turístic al nostre sistema propi. Durant l'any 2016 s'han realitzat més de 2.000 trucades de 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 i utilitzen el servei d'informació turística. Aquests permeten conèixer les característiques i el perfil del visitant. La mostra recopilada és molt significativa, l'any 2016 s'han realitzat més de 14.000 enquestes.

### INE. Viatgers, pernoctacions, estada mitjana i origen.

L'Institut Nacional d'Estadística proporciona dades relatives de demanda turística de les zones de Vielha-Mijaran i Naut Aran. 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'estada mitjana dels viatgers extrapolada de l'INE.



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

NAUT ARAN	PROCEDENCIA	2012	2013	2014	2015	2016
VIATGERS	NACIONALS	60.461	52.146	47.581	53.173	52.412
	EXTRANGERS	22.256	23.094	20.632	21.384	24.495
	<b>TOTAL</b>	<b>82.717</b>	<b>75.240</b>	<b>68.213</b>	<b>74.557</b>	<b>76.907</b>

PERNOCTACIONS	NACIONALS	198.952	170.638	165.169	197.143	184.701
	EXTRANGERS	63.243	67.164	69.971	68.444	84.843
	<b>TOTAL</b>	<b>262.195</b>	<b>237.802</b>	<b>235.140</b>	<b>265.587</b>	<b>269.544</b>

VIELHA e MIJARAN	PROCEDENCIA	2012	2013	2014	2015	2016
VIATGERS	NACIONALS	116.146	110.585	105.322	110.375	107.726
	EXTRANGERS	27.439	24.816	25.335	24.671	25.380
	<b>TOTAU</b>	<b>143.585</b>	<b>135.401</b>	<b>130.657</b>	<b>135.046</b>	<b>133.106</b>

PERNOCTACIONS	NACIONALS	318.462	283.570	281.427	307.586	309.195
	EXTRANGERS	54.862	52.429	61.435	59.046	62.332
	<b>TOTAL</b>	<b>373.324</b>	<b>335.999</b>	<b>342.862</b>	<b>366.632</b>	<b>371.527</b>

BAISH ARAN	PROCEDENCIA	2012	2013	2014	2015	2016
VIATGERS	TOTAL	12.419	11.104	11.992	11.407	11.068
PERNOCTACIONS	TOTAL	36.015	32.205	34.645	34.231	33.914

Font: INE

*Durant l'any 2016 la Val d'Aran ha rebut 221.028 viatgers allotjats en establiments hotelers, que han generat 674.985 pernoctacions. D'aquesta manera el volum de viatgers es manté respecte l'any interior i el nombre de pernoctacions s'incrementa lleugerament (+ 1,3%).*

Pel que fa a la procedència dels viatgers que visiten Naut Aran i Vielha-Mijaran, cal destacar l'augment de viatgers estrangers, incrementant en 3.820 respecte l'any 2015 (+ 8,3%), en front d'un lleuger descens en el volum de viatgers nacionals (-2,1%). El mateix efecte es produeix en les pernoctacions i l'estada mitjana, s'han incrementat un 15,4% les pernoctacions d'estrangers i un 6,5% la seva estada mitjana a Naut Aran i a Vielha-Mijaran, mentre que les pernoctacions i l'estada mitjana dels viatgers de procedència nacional han s'han reduït en un 2,1% i 0,3% respectivament.

A la següent taula es mostra de forma resumida l'evolució del nombre de viatgers, pernoctacions i estada mitjana segons la procedència dels visitants de Naut Aran i Vielha-Mijaran de forma conjunta:



SUMA ZONES (Naut Aran + Vielha- Mijaran)	PROCEDENCIA	2013	2014	2015	2016	2016 VS 2015	2016 VS 2014
VIATGERS	NACIONALS	162.731	152.903	163.548	160.138	-3.410	7.235
	EXTRANGERS	47.910	45.967	46.055	49.875	3.820	3.908
PERNOCTACIONS	NACIONALS	454.208	446.596	504.729	493.896	-10.833	47.300
	EXTRANGERS	119.593	131.406	127.490	147.175	19.685	15.769
ESTANCIA MITJANA	NACIONALS	2,79	2,92	3,09	3,08	-0,01	0,16
	EXTRANGERS	2,50	2,86	2,77	2,95	0,18	0,09

Font: INE

SUMA ZONES	PROCEDENCIA	2012	2013	2014	2015	2016
VIATGERS	NACIONALS	78%	77%	77%	78%	76%
	EXTRANGERS	22%	23%	23%	22%	24%
PERNOCTACIONS	NACIONALS	81%	80%	77%	80%	77%
	EXTRANGERS	19%	20%	23%	20%	23%

Font: INE

*El turisme d'origen estranger ha representat l'any 2016 el 24% de la demanda de la Val d'Aran, superant el percentatge d'estrangers dels últims quatre anys. L'any anterior va representar el 22% i l'any 2014 el 23%.*

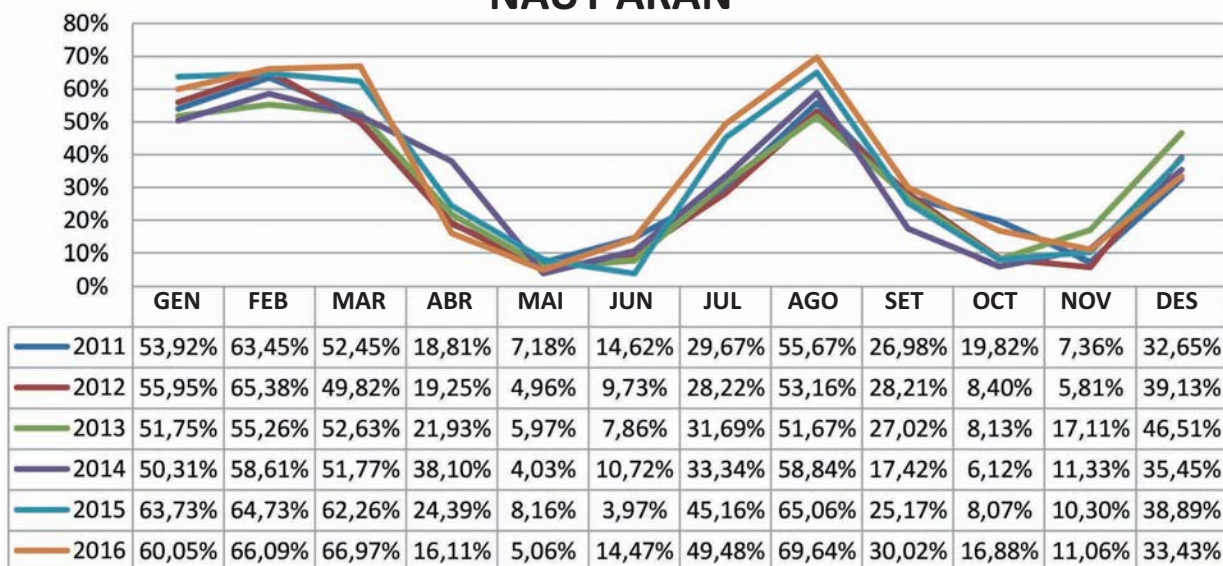
## Segons Sistema Propi (SPTVA). Ocupació per setmanes:

L'any 2016 Val d'Aran ha registrat una ocupació mitjana anual superior a la dels últims cinc anys tant a la zona de Naut Aran com en la de Miei Aran, mentre que en Baish Aran s'ha produït un lleuger descens.

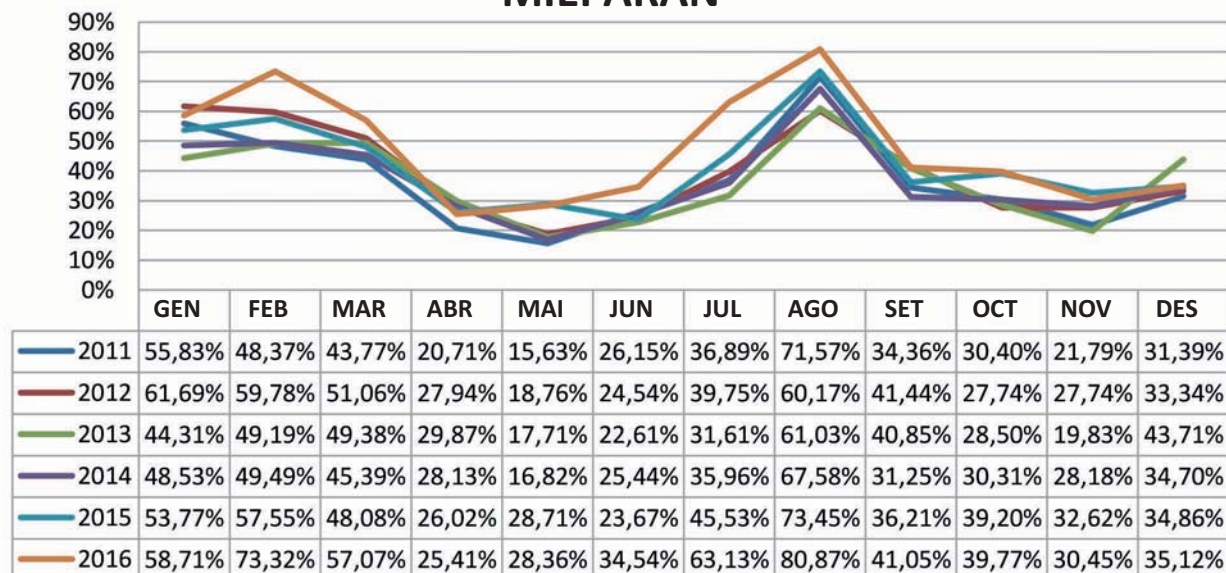
En els següents gràfics i taules es mostra l'ocupació mensual registrada el 2016 per zones i l'evolució de l'ocupació mitjana anual.



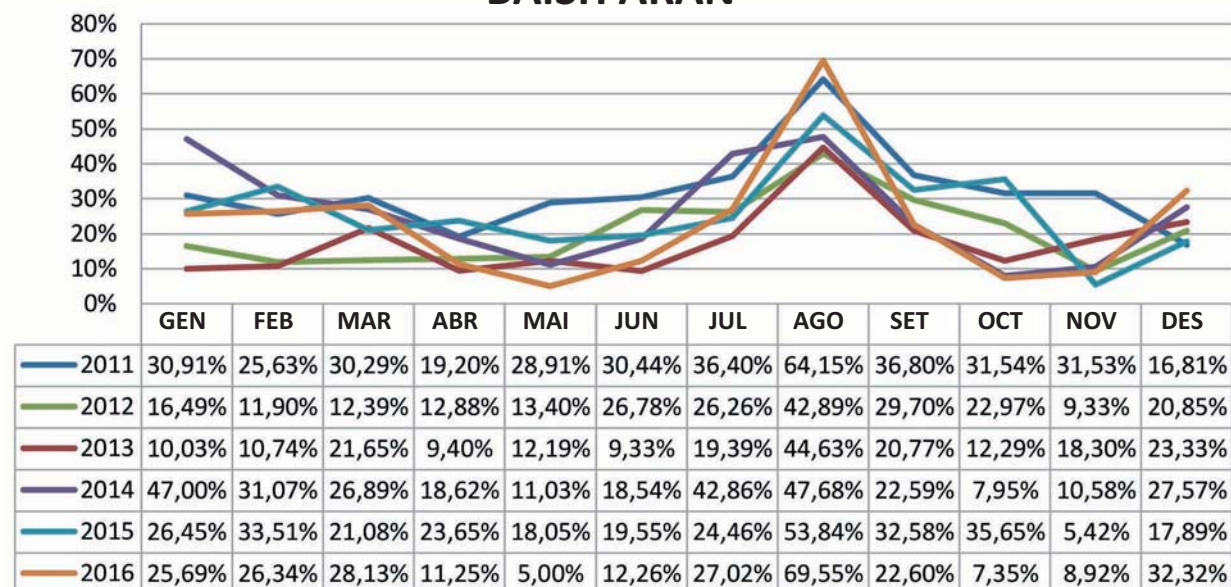
## NAUT ARAN



## MIEI ARAN



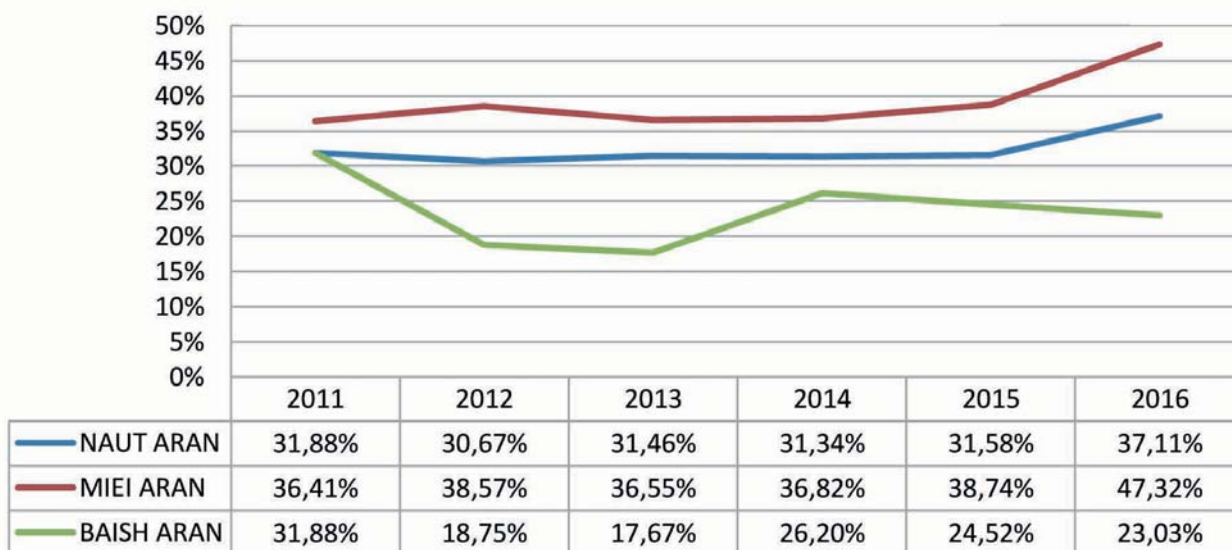
## BAISH ARAN







## OCUPACIÓ MITJANA ANUAL PER ZONES



*En general, el 2016 l'ocupació a la Val d'Aran s'ha vist generalment augmentada. Els mesos de major ocupació a tot el territori han estat febrer i agost. L'augment d'ocupació en el mes d'agost ve totalment relacionat amb el Tour de France a la Val d'Aran.*

*Podem apreciar que la zona de Miei Aran sempre s'ha mantingut dins de l'estabilitat, liderant l'ocupació al territori. Aquesta zona és la que alberga més places hoteleres obertes durant tot l'any i cal destacar el considerable augment en l'ocupació respecte anys anteriors. La zona del Naut Aran també s'ha mantingut estable des de 2011, incrementant lleugerament el 2016 la seva ocupació mentre que la zona de Baish Aran ha sofert canvis més notables amb un gairebé inapreciable descens de la seva ocupació al 2016 respecte anys anteriors.*

## Empreses associades a FTVA 2016

### Total Socis 2016

Foment Torisme Val d'Aran compta amb nombrosos empresaris aranesos que participen de forma activa en la promoció i desenvolupament del sector turístic de la Val d'Aran.

A continuació es detalla el nombre d'establiments associats de Foment Torisme Val d'Aran el 2016, classificats segons l'activitat que desenvolupen.

	COL-LABORADORS / TOTAL ESTABLIMENTS	% COL-LABORADORS FTVA
ALLOTJAMENTS	72 / 148	49,00%
RESTAURACIÓ	31 / 276	11,00%
TURISME ACTIU	24 / 50	48,00%
COMERÇOS I SERVEIS	66 / 330	20,00%
<b>TOTAL</b>	<b>193 / 804</b>	<b>24%</b>



# 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 d'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 **d'informació i acollida al visitant**.

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

- Informació turística de la Val d'Aran i comarques limítrofes
- Distribució de material turístic: mapes, tríptics, fullets, flyers, ...
- Atenció de consultes telefòniques de turistes potencials interessats a visitar la Val, i enviament d'informació per correu postal i online.
- Col·laboració en diversos actes i activitats que es realitzen a la Val.
- Col·laboració amb l'entitat de promoció turística FTVA.
- Confecció de l'agenda setmanal d'activitats de la Val d'Aran.
- Recollida de dades dels visitants en el programa de gestió de la Generalitat.
- Seguiment i control d'estadístiques setmanals d'ocupació.
- Seguiment de les estadístiques de l'INE mensualment.
- Valoració i gestió de les enquestes de satisfacció.
- Seguiment i valoració de suggeriments i queixes per part del visitant.



## Oficines de turisme gestionades per FTVA

### Les oficines obertes tot l'any són:

**Oficina de Turisme de Vielha** (o.torisme@aran.org) amb horari de 9:30 a 13:30 hi de 16.00 a 20.00h tots els dies, excepte temporada baixa de dilluns a dissabte de 10:00 a 13.30 hi de 16.30 a 20.00 h. diumenges tancada, igual que els dies 1 i 6 de gener, 17 de juny, 8 de setembre, 8 d'octubre, 24 i 25 de desembre.

**Oficina de Turisme de Salardú** (o.s.torisme@aran.org) amb un horari en temporada d'hivern (desembre – abril) de 9:00 a 12:00h i de 16:00 a 19:00h, diumenge tancat; Temporada d'estiu (3 juliol – 11 Setembre) de 9:30 a 13:00h i de 16:00 a 19:30h de dilluns a diumenge; i fora de temporada de 9:00 a 15:00h, diumenge tancat. Els dies 1 i 6 de gener, 3 de maig, 17 de juny, 24 i 25 de desembre la oficina està tancada.

### Les oficines obertes a l'estiu són:

**L'Oficina de Turisme d' Arties** (o.torisme@aran.org) amb horari de 09.00 a 14.00 h i 16.00 a 19.00 h de dimarts a diumenge.

**Punt d'informació d'Aran Park** amb horari de 11:30 a 17:30 h.

**Punt d'informació d' Aiguamòg** amb horari de 09:00 a 18:00 h.

**Punt d'informació d'Artiga de Lin** amb horari de 09:00 a 18:00 h.

### Oficina de promoció i informació VA-BB a Toulouse



39, Rue Pharaon / 31000-Toulouse  
Tel: +33 534 337 630 / toulouse@baqueira.fr

#### Horari:

Dilluns, Dimecres, Divendres: 9.00 h a 12.30 h i 14.00 h a 18.00 h  
Dimarts i dijous: 14.00 h a 18.00 h

#### Funcions:

- Atenció i informació al visitant amb el corresponent control de la quantitat de visitants que acudeixen a l'oficina.
- Comercialització de la destinació.
- Col·laboració / patrocini en esdeveniments en el mercat francès.
- Promoció de la marca Val d'Aran a França en coordinació amb FTVA
- Oficina de Viatges Baqueira Beret

El nombre de visitants atesos a l'oficina aquest any 2016 ha estat de 508 persones (de gener a desembre)

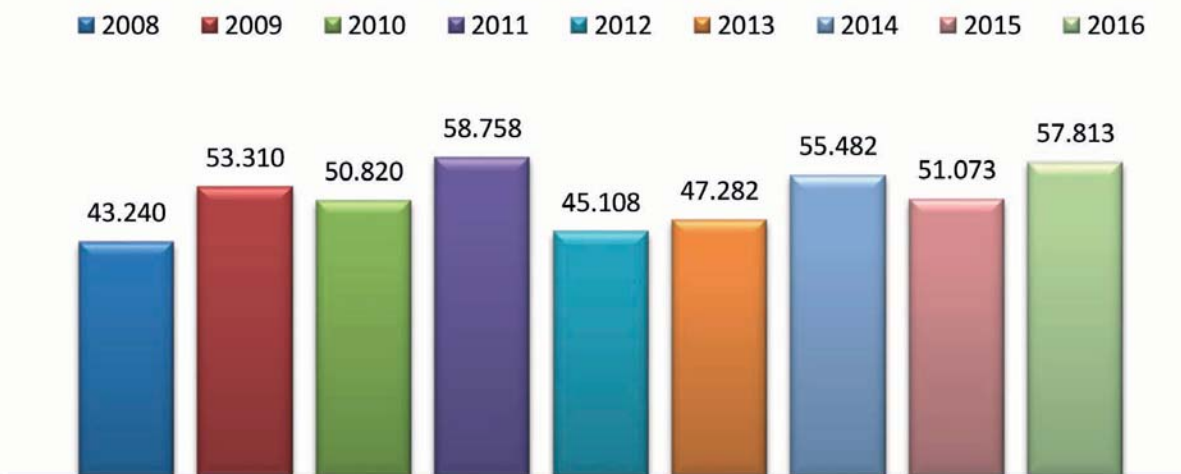
## Quantificació del servei i caracterització dels visitants

*Les oficines de turisme de Vielha i Salardú han atès durant l'any 2016 a més de 60.000 turistes, el 87% d'ells a l'oficina de turisme de Vielha. Durant l'any 2016 s'han atès 5.972 trucades telefòniques sol·licitant informació de la Vall, s'han enviat 246 cartes i 841 correus electrònics amb informació turística de la Val d'Aran.*

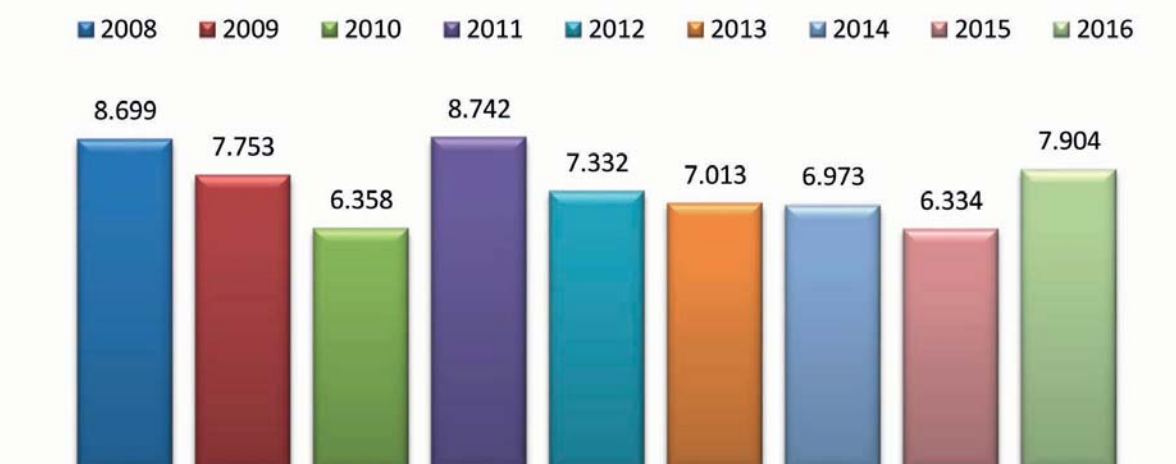
*En total s'han atès 8.310 persones més que l'any anterior.*



## Evolució dels visitants (O.T Vielha)



## Evolució dels visitants (O.T Salardú)



### Perfil dels visitants de les oficines d'informació turística

La informació recollida a les oficines d'informació turística permet identificar les característiques dels visitants de les mateixes. Les principals característiques dels visitants de les oficines de turisme a l'any 2016 i les variacions significatives respecte l'any anterior són les següents:

- El motiu de viatge del 97,82% dels visitants de la Vall és de vacances, mantenint els nivells dels anys anteriors.
- Quant a l'edat dels visitants, s'ha produït un increment notori del volum de visitants de 26 a 35 anys, representant el 37,5% de les visites el 2016 davant del 16,4% registrat l'any anterior.
- Els visitants de la franja d'edat de 36 a 65 anys segueixen sent els més nombrosos, representant el 55,6% de les visites de la Val d'Aran.



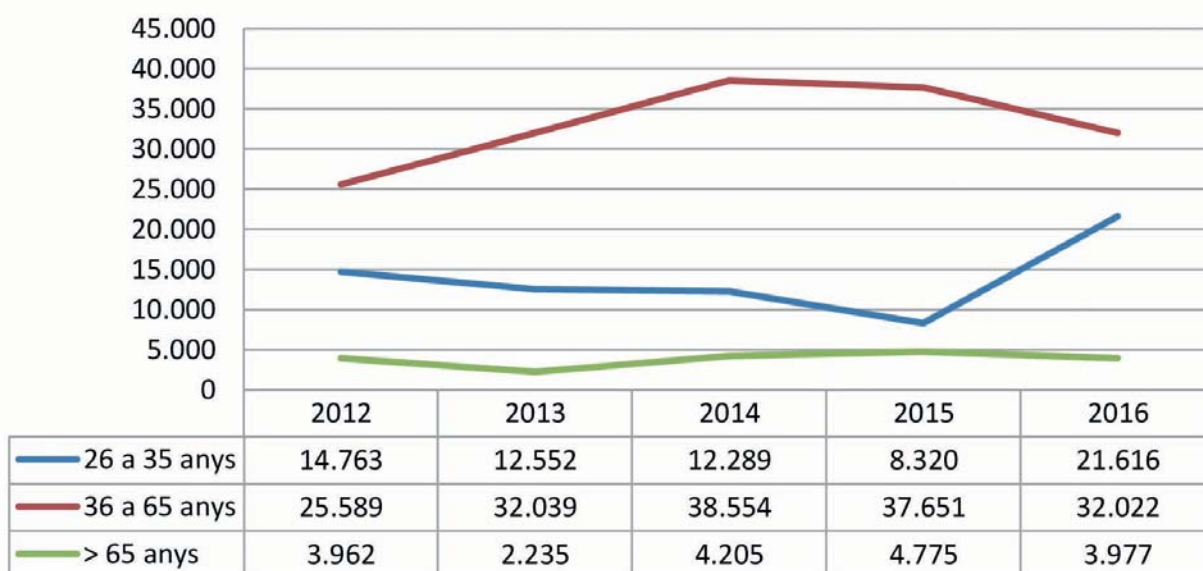
- El 57,3% dels visitants s'allotja en establiments hotelers, produint-se un lleuger descens d'aquest tipus d'allotjament respecte l'any anterior. Cal destacar el descens registrat en el nombre de visitants allotjats en residències de familiars, l'any 2016 només un 0,4% dels visitants de les oficines d'informació turística de la vall han escollit aquesta forma d'allotjament, mentre que l'any anterior va representar el 3,1% .
- Més de la informació sol·licitada en 2016 a les oficines d'informació turística de la Val corresponen a informació de l'oferta turística (54,9%). S'ha produït un lleuger increment en la demanda d'informació relativa a la restauració (+ 4,5%), sent la segona informació més sol·licitada pels visitants (17,5%).

A continuació es detalla la informació recollida a les oficines d'informació turística relacionada amb el perfil dels clients:

### Motiu de la visita

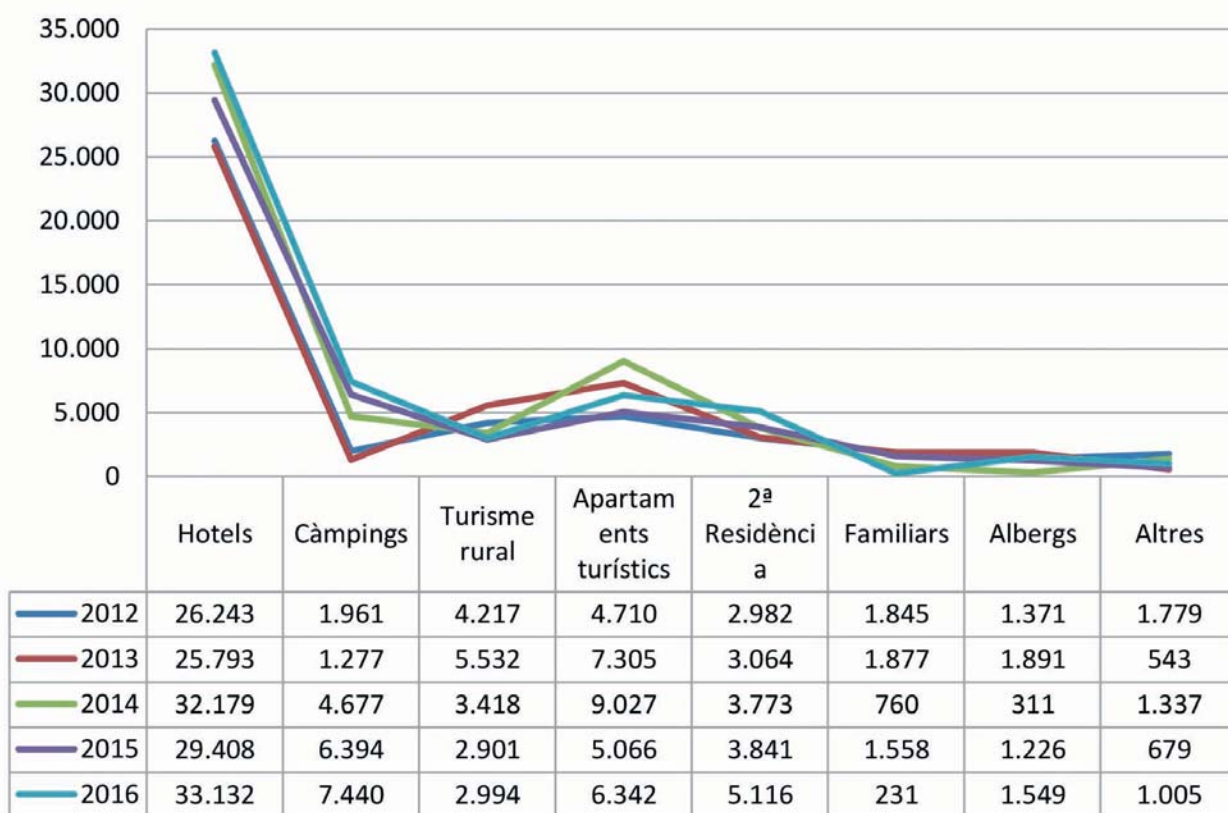
MOTIVACIÓ	2012 PERSONES - %		2013 PERSONES - %		2014 PERSONES - %		2015 PERSONES - %		2016 PERSONES - %	
Vacances	44.321	98,26 %	46.301	97,93%	54.517	98,26%	50.034	97,97%	55.552	97,82%
Negocis	427	0,95 %	121	0,26%	22	0,04%	162	0,32%	156	0,27%
Oci	243	0,54 %	842	1,78%	888	1,6%	857	1,68%	1057	1,83%
Dades no informades	117	0,25 %	18	0,04%	55	0,1%	20	0,04%	46	0,08%
<b>Total</b>	<b>45.108</b>	<b>100%</b>	<b>47.282</b>	<b>100%</b>	<b>55.482</b>	<b>100%</b>	<b>51.073</b>	<b>100%</b>	<b>57.813</b>	<b>100%</b>

### Visitants per edats

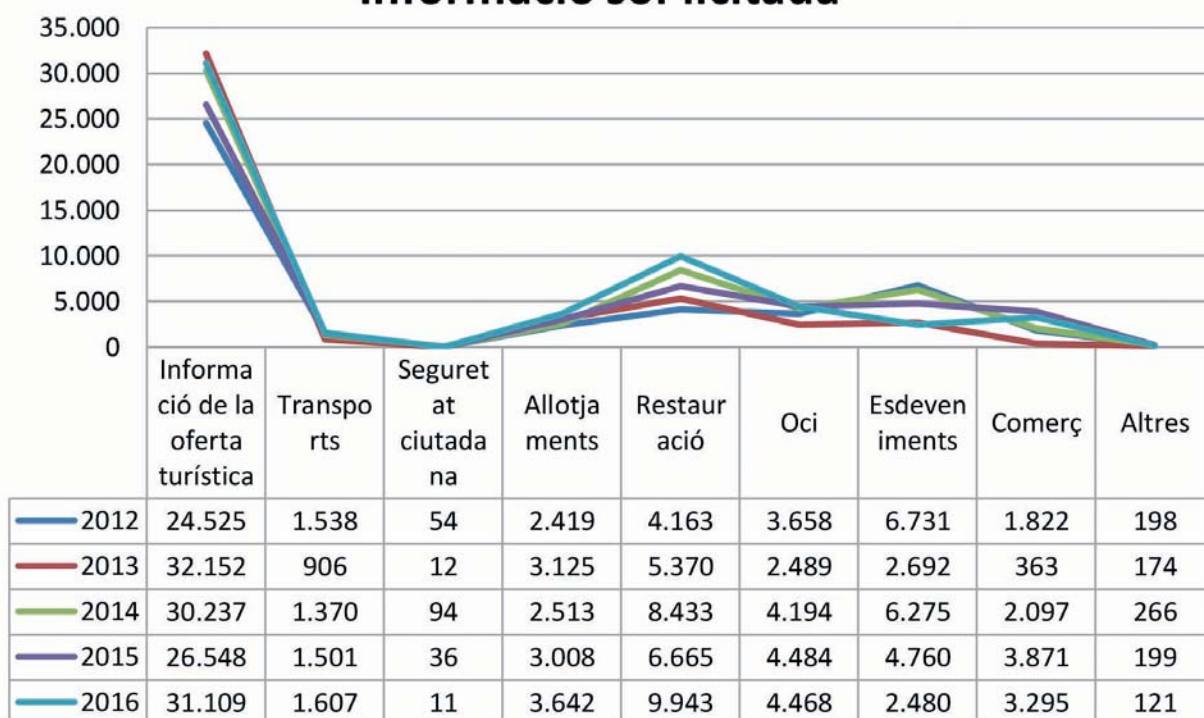




## Pernoctacions per tipologia d'establiment



## Informació sol·licitada





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

FTVA ha desenvolupat nombroses accions de comunicació, promoció i comercialització amb l'objectiu d'atreure mercat turístic cap a la destinació.

## Projectes destacats de l'any 2016

A continuació es destaquen alguns dels projectes en què ha treballat FTVA al llarg de l'any 2016 i que pel seu caràcter transversal repercuteixen en moltes de les accions de comunicació, promoció i comercialització dutes a terme.

Al 2016 destaquem:

### Tour de France 2016



Accions prèvies més destacades:

- Homenatge als 7 guanyadors espanyols del Tour - Monòlit situat al "Còth deth Portilhon".
- Cursa popular "La Fête du Tour".

Dades més significatives abans i durant l'esdeveniment:

- Ocupació hotelera: va ser pràcticament completa: 95%.
- Impacte econòmic a la Val: 1,2M€.
- Allotjament: 305.420.43 €; Restaurants i comestibles: 918.554.42 €
- Mitjans de comunicació off-line:

- Impactes en Premsa:

Del 26 de maig al 12 de juliol del 2016, el Tour de França, en l'etapa Val d'Aran ha tingut un total de 399 impactes o notícies.

El dia 11 de juliol va aconseguir la major quota d'aparició: 129 impactes com a conseqüència del pas del Tour.

- **Mitjans amb més repercussió:** Mundo Deportivo i el Segre

- **Impactes televisius:**

El dia **10 de juliol** va ser el dia de **més repercussió** amb **24 impactes**.

Audiència del **9 a l'11 de juliol** va ser de **21.651.000 espectadors**. El **valor econòmic** d'aquestes emissions és de **3.742.084,43€**. Durant aquests dies es van emetre **53 notícies** relacionades amb el pas del **Tour per la Val d'Aran** que correspon a **27.024 segons en antena**.

- **Mitjans de comunicació on-line:**

- **Prensa On-line:**

La **repercussió en valor publicitari** durant el període de **l'1 de juny al 12 de juliol** és de **6.617.370€** repartits en mitjans en línia (92.80%), portals/cercadors (4.36%), corporatius/institucionals (1.64%), notes de premsa / agències (1.10%) i blocs classificats (0,10%). Això va suposar 1.281 impactes.

- **Xarxes socials:**

Els **resultats qualitatius** de les **accions prèvies** i les **accions durant el Tour** són: En **Bloc posts 6.557 visites**; a **Twitter 214.832 impressions** i **6.203 interaccions**; a **Facebook 6.901 interaccions**, 141.439 d'abast, 15360 usuaris en vídeos i 13.311 reproduccions; i en **Instagram 5.804 interaccions**.

## Biosphere: Val d'Aran com destí Biosphere ASTC



La certificació Biosphere es recolza en estàndards basats en els 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de l'ONU.

Un dels reptes més importants de l'actualitat, i una responsabilitat de tots els factors involucrats en el turisme, és el disseny de models de turisme sostenible que permeten desenvolupar "productes" i "destinacions sostenibles". Des CGA i FTVA implementem aquests models en el nostre Pla Estratègic per a tenir-los en compte de cara al futur turístic de la Val d'Aran.





## DTI Smart destination: Val d'Aran com a projecte pilot



Val d'Aran com a destí innovador que aposta per la sostenibilitat, accessibilitat universal, tecnologia, innovació, seguretat i connectivitat. Aquestes són les bases fonamentals dels actuals destinacions turístiques punteres i de la Val d'Aran, la qual està treballant en això per oferir la millor experiència a aquells que l'escullen per les seves vacances.

- **Esdeveniments esportius d'elit:**

- Tour de France
- Copa del món Boarder Cross
- Acollida dels equips d'elit de futbol, •'3f•'3ffutbol sala i bàsquet.

**Projectes en curs:**

- **Projecte de cultura:** a causa de la manca de recursos queda pendent el seu desenvolupament amb l'objectiu de finalitzar-los en el proper any.

La finalitat d'aquest projecte és posar en valor el patrimoni cultural i museístic de la Val d'Aran.

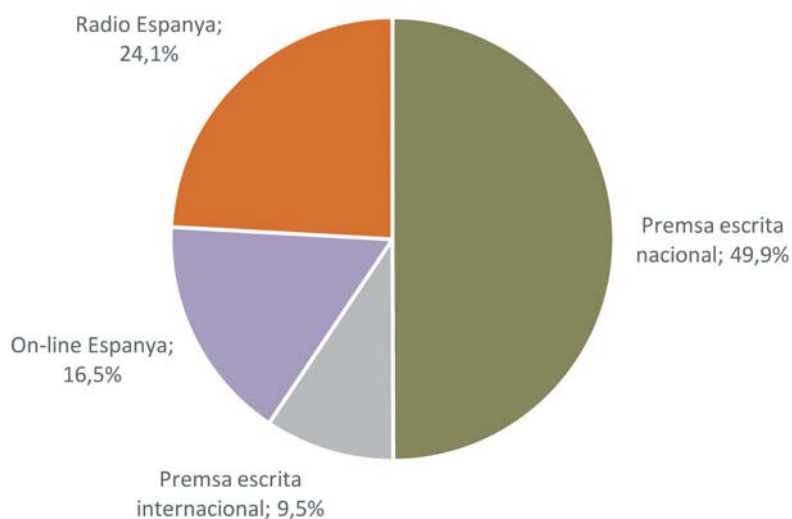
## Comunicació

El pressupost invertit durant l'any 2016 en comunicació ha estat de 57.985 euros i la seva distribució per mitjans i abast geogràfic el següent:

PREMSA ONLINE	7.798,86 €
PREMSA ESCRITA INTERNACIONAL	29.544,25 €
PREMSA ESCRITA NACIONAL	7.484,80 €
RÀDIO I TV	13.158,71 €

A continuació es mostra de forma gràfica la distribució del pressupost de comunicació segons la tipologia dels mitjans emprats i l'àmbit geogràfic d'influència:

### DISTRIBUCIÓ DEL PRESUPOST PER TIPOLOGIA DE MITJANS, 2016



## Comunicació convencional (off-line)

L'any 2016 s'han realitzat accions de comunicació en **35** mitjans, incloent ràdio, premsa offline i premsa online, tant a nivell nacional com internacional.

A la premsa offline s'han aconseguit **29** insercions que han comportat reportatges d'un total de **85** pàgines, de manera que el destí ha estat present en 730.000 exemplars i s'han assolit 3.500.000 lectors.

Durant l'any 2016, mitjançant els esforços realitzats en comunicació, Val d'Aran ha estat present a:

MITJANS CONTRACTATS	35
INSERCIIONS PREMSA ESCRITA	29
PÀGINES REPORTATGE	85
EXEMPLARS	730.000
LECTORS	3.500.000

A continuació es detallen els mitjans de comunicació offline empleats, així com l'àrea geogràfica d'influència.

### Prensa Offline Nacional:

MITJÀ	MERCAT
AR	NACIONAL
ARAN NAU	LOCAL I DE PROXIMITAT
BAQUEIRA VERANO	NACIONAL
BAQUEIRA INVIERNO	NACIONAL
CATALUNYA EXPERIENCE	CATALÀ
DESCOBRIR	CATALÀ
EL MUNDO DE LOS PIRINEOS	NACIONAL
GRANDES ESPACIOS	NACIONAL
LA BIBLIA OUTDOOR	NACIONAL
LUGARES DE NIEVE	NACIONAL
MOUNTAINBIKER	NACIONAL
MUNTANYA - CENTRE EXCUSIONISTA	CATALÀ
OXIGENO	NACIONAL
PANTXING	LOCAL I DE PROXIMITAT
SPORT D'HIVERN	NACIONAL
VIU ERA VAL	LOCAL I DE PROXIMITAT
VIAJAR CON HIJOS	NACIONAL

### Prensa Offline Internacional:

MITJÀ	MERCAT
BAQUEIRA	FRANÇA
HORS PISTE	FRANÇA
MAGAZINE BALADES ESTIVALES	FRANÇA
MAGAZINE BALADES	FRANÇA
MAGAZINE HORS SERIE WEEK-END	FRANÇA
PYRENEES MAGAZINE	FRANÇA
RESPYR	FRANÇA

### Ràdio:

MITJÀ	CAMPANYA
CADENA COPE	CAMPANYA HIVERN
ESQUI NEU	CAMPANYA HIVERN
FEM TURISME	CAMPANYA HIVERN
GUM FM	CAMPANYA ANUAL ESDEVENIMENTS

## Comunicació online

Durant l'any 2016 la comunicació online ha continuat sent un dels principals canals de comunicació emprats, potenciant la interacció a les xarxes socials i la difusió a través de la pàgina web de turisme de la Val d'Aran.

Les principals accions en línia realitzades l'any 2016 han estat les següents:

MIEI	DESCRIPCIÓ ACCIÓ
ARAN NAU DIGITAL	Baner
CRECER FELIZ	Actualització continguts Val d'Aran en RR.SS. CF
INOUT VIAJES	Publicació de un Mega banner de juliol a novembre + publicació de dos publi-reportatges gratis
MOUNTAINBIKER	Baner
OXIGENO WEB	Reportatge Val d'Aran en família + Reportatge Val d'Aran la essència de los Pirineus
TRIPADVISOR	Campanya anual Juny 2016 maig 2017
VIAJAR CON HIJOS	Activitats en agenda web de la revista

## Dades de la presència online de la destinació

Des de l'any 2015 Torisme Val d'Aran compta amb una empresa externa que gestiona la presència online de la destinació, és a dir responsable de la dinamització de la pàgina web i xarxes socials. D'aquesta manera, a través de la generació de continguts i l'actualització constant de la pàgina web, Foment Torisme Val d'Aran està consolidant el posicionament online de la destinació.

### RESULTATS PORTAL WEB

En 2016 s'han realitzat millores a la pàgina web de turisme de la Val d'Aran, amb actualitzacions diàries de l'agenda d'esdeveniments i actualitzacions setmanals de notícies i continguts. També s'han adaptat les webs de turisme especialitzades, al disseny de la web principal de *Torisme Val d'Aran*, com la web de ciclisme, neu i productes de la Val d'Aran. D'aquesta manera es persegueix consolidar la imatge de la destinació i facilitar als visitants actuals i potencials l'accés a la informació.

El 2015 es va renovar la pàgina web de turisme canviant l'URL de la mateixa, el que va comportar una pèrdua de posicionament en els cercadors i la consegüent disminució del nombre de visites. Des del canvi de web Foment Torisme Val d'Aran ha realitzat esforços per assolir el posicionament i nombre de visites registrades amb el web anterior. En setembre de 2015 es va iniciar una tendència positiva en aquest sentit, i els resultats registrats a la web de turisme l'any 2016 constaten una millora progressiva en el posicionament i en el nombre de visites.

	2016	2015	
Organic	158.043	149.062	6%
Direct	33.136	23.455	41%
Referral	24.642	21.742	13%
Social	17.036	13.320	28%
<b>Total</b>	<b>232.857</b>	<b>207.579</b>	<b>12%</b>
Organic	68%	72%	-5%
Direct	14%	11%	26%
Referral	11%	10%	1%
Social	7%	6%	14%

## RESULTATS COMUNICACIÓ I XARXES SOCIALS

### • FACEBOOK

Durant l'últim any s'ha aconseguit potenciar i consolidar l'efectivitat de Facebook com de canal de comunicació. Foment Torisme Val d'Aran s'ha incrementat tant les interaccions com el nombre d'impressions de forma destacable, concretament s'han incrementat un 38,5% dels "likes" i un 7,7% l'abast i nombre d'impressions.

	2014	2015	2016	2016 vs 2015 (%)
<b>LIKES</b>	11.287	16.711	23.145	+38,5%
<b>ABAST I NÚMERO D' IMPRESSIONS</b>	2.460.462	3.401.620	3.664748	+7,7%

### • TWITTER

La presència de Torisme Val d'Aran també ha millorat en Twitter durant l'últim any, registrant resultats positius en tots els indicadors que permeten avaluar l'evolució de l' impacte a Twitter.

L' increment del 34% en el nombre de tweets realitzats per Torisme Val d'Aran ha anat acompanyat per un augment del 19% en el nombre de seguidors, el 34% en les visites del perfil de turisme de la Val i el 77% en el nombre d'impressions. Finalment també cal destacar l'augment en el nombre de "m'agrada", registrant un increment del 391%.

	2015	2016	2016 vs 2015 (%)
<b>SEGUIDORS</b>	5.897	7.037	19%
<b>SIGUES</b>	1.748	856	-51%
<b>NÚMERO DE TWEETS PERÍODE</b>	816	1.096	34%
<b>NÚMERO TOTAL DE TWEETS</b>	2.278	3.308	45%
<b>NÚMERO DE MENCIONS</b>	2.087	2.384	14%
<b>VISITES AL PERFIL</b>	26.770	35.903	34%
<b>IMPRESSIONS</b>	707	1.254	77%
<b>TAXA D' INTERACCIÓ</b>	0,261	0,317	21%
<b>M'AGRADA</b>	1.006	4.940	391%

## • INSTAGRAM

La presència de Torisme Val d'Aran a Instagram segueix la tendència positiva registrada l'any interior. L'increment del 21% en el nombre d'imatges pujades ha anat acompanyat per un augment del 136% en el nombre de seguidors i del 176% en el nombre de "m'agrada" al contingut publicat per Torisme Val d'Aran.

	2015	2016	2016 vs 2015 (%)
<b>PUBLICACIONS</b>	360	359	0%
<b>NÚMERO DE SEGUIDORS</b>	3.671	9.655	163%
<b>IMATGES PUJADES</b>	297	359	21%
<b>COMENTARIS</b>	654	912	39%
<b>M'AGRADA AL CONTINGUT</b>	53.719	148.526	176%

## Edicions e reedicions

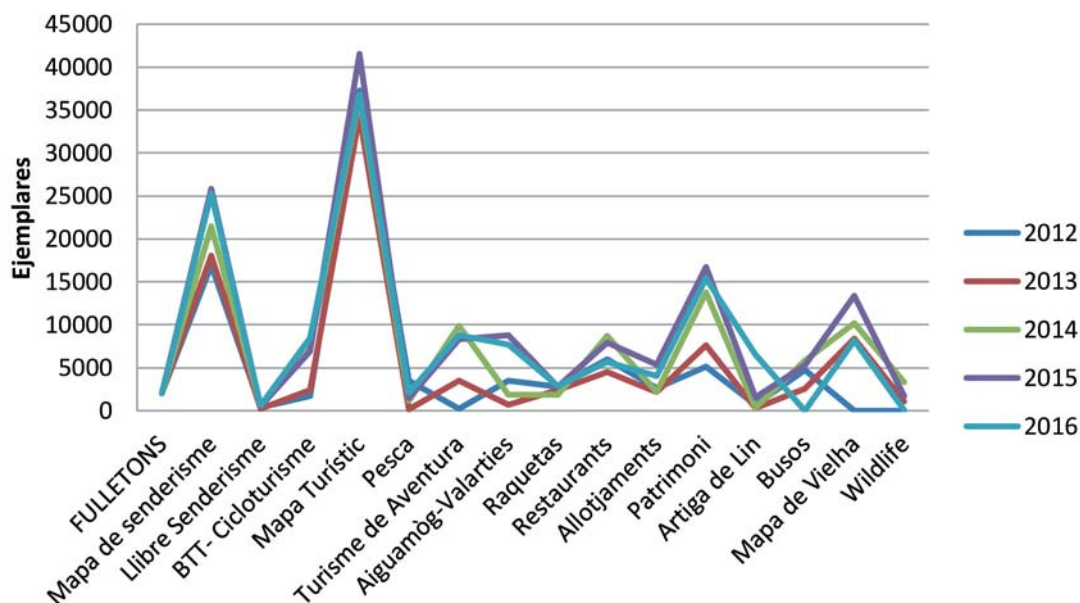
FTVA elabora cada any diferents publicacions impreses amb la finalitat de satisfer les diferents necessitats de demandes d'informació.

Aquestes demandes poden procedir de 4 canals:

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

En el següent gràfic es representen les publicacions impreses elaborades durant els últims cinc anys:

## Material que proporciona informació turística





## Accions de comunicació i màrqueting de l'oficina de Toulouse

Amb l'objectiu de potenciar la comunicació i promoció de la destinació Val d'Aran a la zona sud-oest de França, Foment Torisme Val d'Aran va obrir conjuntament amb Baqueira Beret una Oficina Turística a Toulouse a l'octubre de 2015. Des de la seva inauguració s'han realitzat nombroses accions de comunicació i comercialització en la destinació. A continuació es presenten les principals accions que s'han desenvolupat durant l'any 2016.

### SPONSORITZACIÓ D'UNA COMPETICIÓ DE GOLF - EXCLUSIV GOLF DE TOLOSA SEILH, 15 I 16 d'octubre:

Accions de comunicació:

- Enviament de mailings de la Val d'Aran & Baqueira-Beret a 6.000 contactes de la base de contactes del golf abans i després de la competició i tot el llarg de l'any 2017.
- Difusió del vídeo 2016-17 al club "House du Golf".
- Instal·lació d'un cartell publicitari en 2 dels forats del camp.
- Visibilitat en la seva pàgina web (pàgina sponsors).
- Obsequi ofert a les competidors.

### MARCHE VICTOR HUGO "Nocturne du marché Victor Hugo", 8 de desembre:

Accions de comunicació:

- Estand Baqueira-Beret / Vall d'Aran amb documentació i difusió del vídeo 2016-17.
- Animació: Fotomaton i concurs (300 participants).
- Banderoles de Baqueira-Beret i Val d'Aran al mercat i al voltant del mercat.
- Comunicació feta per l'organització: facebook, instagram, premsa ... abans i després de la tarda.
- Enviament de 262 invitacions a la premsa de Tolosa, a sponsors i als clients.

### SPONSOR STADE TOULOUSAIN, en la temporada 2016-17:

Accions de comunicació:

- Integració al club de sponsors de l'Stade Toulousain amb més de 250 sponsors (societats d'aeronàutica, bancs, companyies d'assegurances, empreses de construcció, concessionaris de cotxes, ...)
- Accés al fitxer dels sponsors del Stade Toulousain, presentar i difondre butlletins al club de socis.
- Participació a les reunions i dinars STBusiness.
- Visibilitat en el web de l'Stade Toulousain i en el tòtem de l'entrada de l'estadi.

### SPONSORITZACIÓ BOTIGA ALASKA:

Accions de comunicació:

- Visibilitat a la botiga amb la instal·lació de cartells publicitaris.
- Difusió dels vídeos promocionals de Baqueira-Beret i Vall d'Aran
- Comunicació a la pàgina de facebook de la revista.
- Organització d'un concurs (150 participants - 123 correus electrònics arxivats)
- Oferta de descompte als clients d'Alaska en els forfet d'esquí (450 cupons presentats).
- Organització d'una jornada amb els clients de la botiga (30 participants)

## CATALOGUE CE AIRBUS OPÉRATIONS:

Accions de comunicació:

- Integració en el catàleg de l'agència de viatges de CE Airbus Opérations de Toulouse (doble pàgina)
- Venda d'estades d'hivern (Allotjament + forfait)
- Possibilitat d'allargar la col·laboració mitjançant la integració de la informació en el catàleg de primavera / estiu (quan la central de reserves estigui activada tot l'any).

## Promoció i suport a la comercialització turística

### Assistència a fires

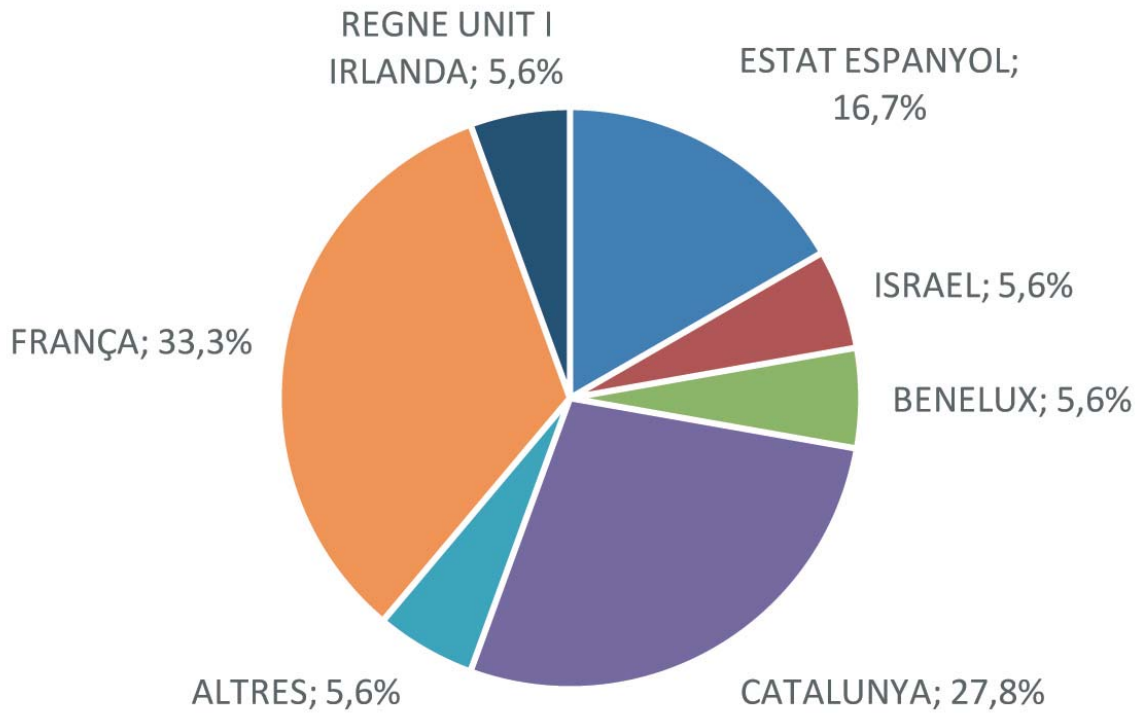
FTVA elabora anualment un calendari de fires de referència amb l'objectiu de promoure la destinació Val d'Aran i els seus productes turístics en els diferents mercats, tant nacionals com internacionals. Tant de caràcter professional com orientades al gran públic. La participació de la Val d'Aran en les mateixes ha estat de diferents modalitats: Amb estand propi o bé en un mòdul dins de l'Agència Catalana de Turisme, del Patronat de Turisme Terres de Lleida o bé sota la marca Pirinèus.

L'assistència a fires es consolida un any més com a eina de promoció i difusió de la destinació, durant l'any 2016 FTVA ha assistit a les següents fires:

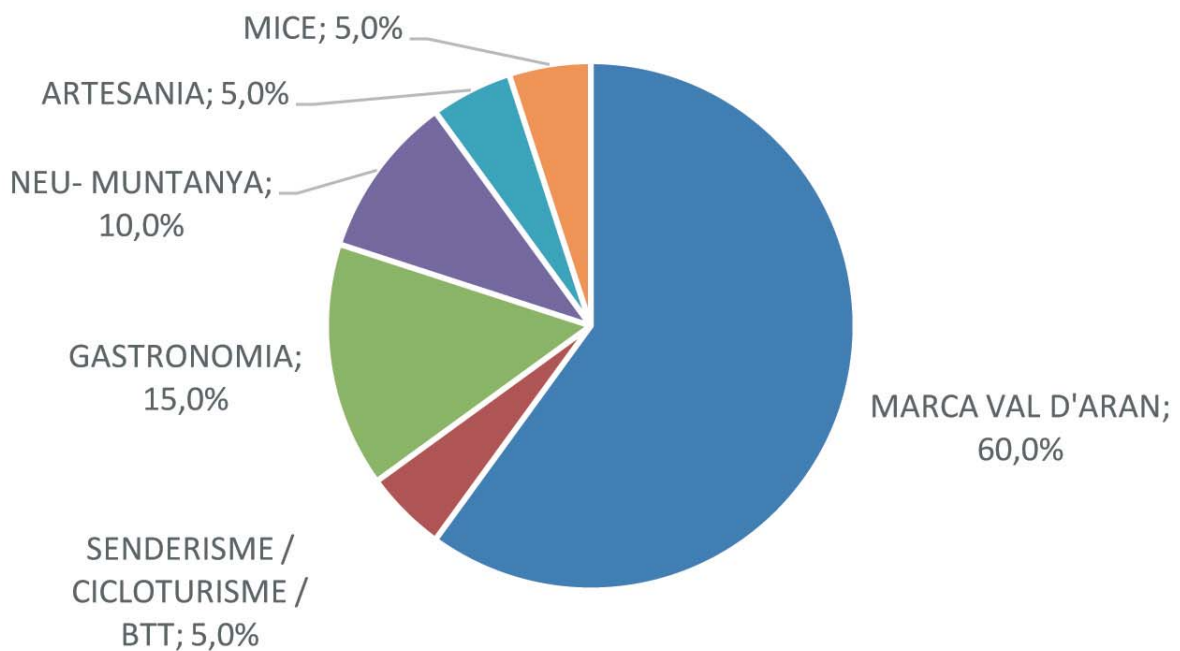
FIRA	MERCAT	PRODUCTE	PARTICIPACIÓ SOCIS
FITUR	NACIONAL	MARCA VAL D'ARAN	
IMTM	ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN	
FIETS & WANDELBEURS	BENELUX	SENDERISME/ CICLOTURISME/ BTT	
NAVARTUR	NACIONAL	MARCA VAL D'ARAN	
B TRAVEL (SITC)	CATALUNYA	MARCA VAL D'ARAN	
MERCAT D'ESCAPADES	CATALUNYA I INTERNACIONAL	MARCA VAL D'ARAN	
SALON COMITÉE ENTREPRISE	FRANÇA - NANTES	MARCA VAL D'ARAN	BAQUEIRA BERET
SALON COMITÉE ENTREPRISE	FRANÇA - MONTPELLIER	MARCA VAL D'ARAN	BAQUEIRA BERET
SALON COMITÉE ENTREPRISE	FRANÇA - PAU	MARCA VAL D'ARAN	BAQUEIRA BERET
SALON COMITÉE ENTREPRISE	FRANÇA - TOULOUSE	MARCA VAL D'ARAN	BAQUEIRA BERET
MERCAT DE MERCATS	CATALUNYA	GASTRONOMIA - MARCA GARANTIA VAL D'ARAN	
SALON COMITÉE ENTREPRISE	FRANÇA - BORDEAUX	MARCA VAL D'ARAN	BAQUEIRA BERET
SKI & SNOWBOARD SHOW LONDRES	REGNE UNIT I IRLANDA	NEU	BAQUEIRA BERET
SALON DE TOURISME "VIVONS 100% SPORT"	FRANÇA	MARCA VAL D'ARAN	BAQUEIRA BERET
NEVARIA	NACIONAL	NEU - MUNTANYA	BAQUEIRA BERET

A continuació es mostra de forma gràfica la classificació per àmbit geogràfic i per producte de les fires a les quals ha assistit *Foment Torisme Val d'Aran* en 2016. Val d'Aran aposta pel turisme nacional i internacional, sent França el mercat en el que han assistit a més fires aquest any. Pel que fa a la tipologia de fires per producte, cal destacar l'assistència a fires per promocionar de forma genèrica la marca Val d'Aran amb els productes de gastronomia, neu i muntanya.

## FIRAS - ÀMBIT GEOGRÀFIC



## FERIES - PRODUCTE





## Workshops

Pel que fa als workshops, a continuació es presenta el llistat de workshops als quals ha assistit FTVA en 2016:

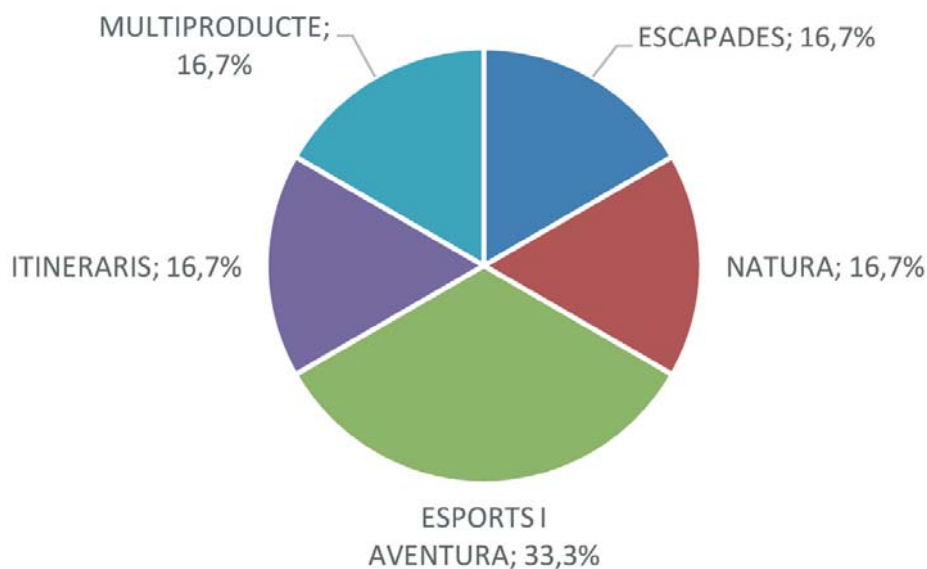
WORKSHOP	MERCAT	PRODUCTE	PARTICIPACIÓ SOCIS
LISTEX LONDON	REGNE UNIT	ESPORTS D'HIVERN - NEU	KABI BY EDURNE PASABAN
WORKSHOP BUY CATALUNYA	MULTIMERCAT	MULTIPRODUCTE	
INTERPIRINEUS	CATALUNYA	ITINERARIS - ESCAPADES - NATURA I AVENTURA	

A continuació es presenten els workshops als quals ha assistit FTVA classificats per àmbit geogràfic i mercat:

### WORKSHOPS - ÀMBIT GEOGRÀFIC



### WORKSHOPS - PRODUCTE





## Press- Trips, Fam-Trips e Blog-Trips

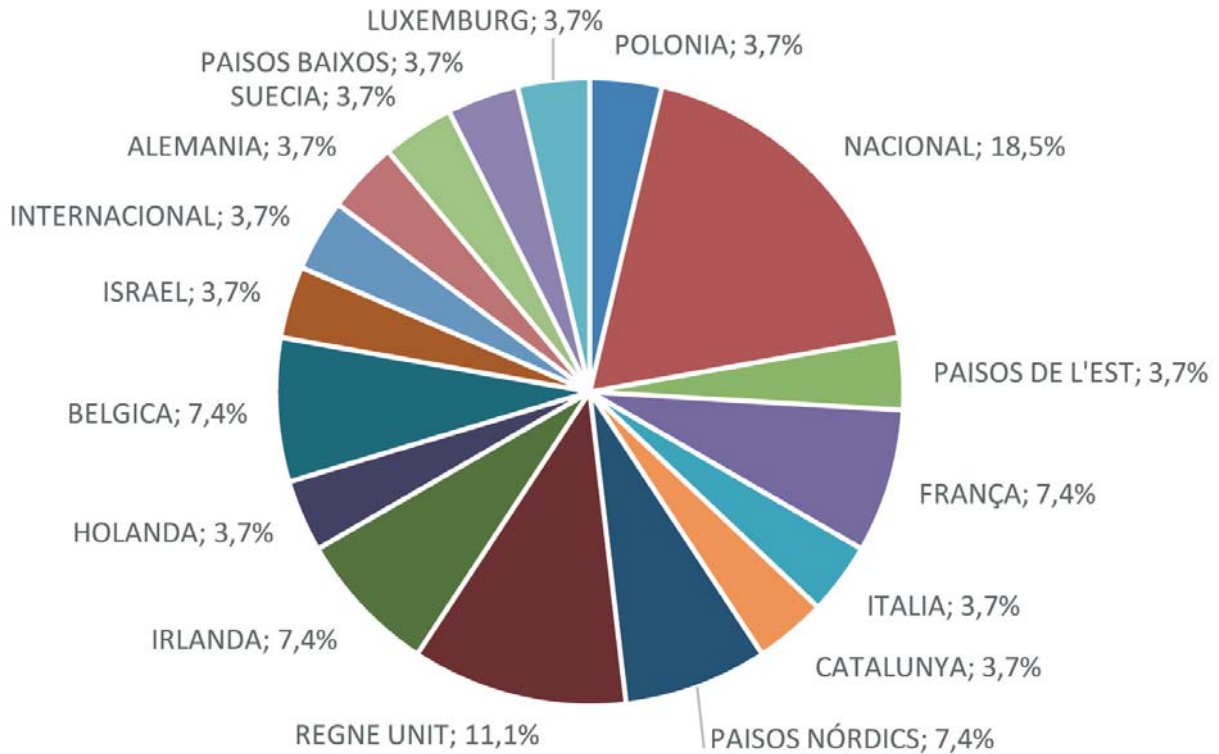
De forma complementària a l'assistència a fires i participació en workshops, *Foment Torisme Val d'Aran* organitza viatges de familiarització, esdeveniments esportius i activitats que contribueixen a la promoció de la destinació. L'objectiu d'aquestes accions són les de donar a conèixer la destinació a les persones i grups prescriptors de referència en els diferents mercats i productes i fomentar el desenvolupament del sector turístic a la Val. A continuació es detallen les accions "receptives" organitzades per Val d'Aran o en què ha participat durant l'any 2016 classificades segons la seva tipologia.

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

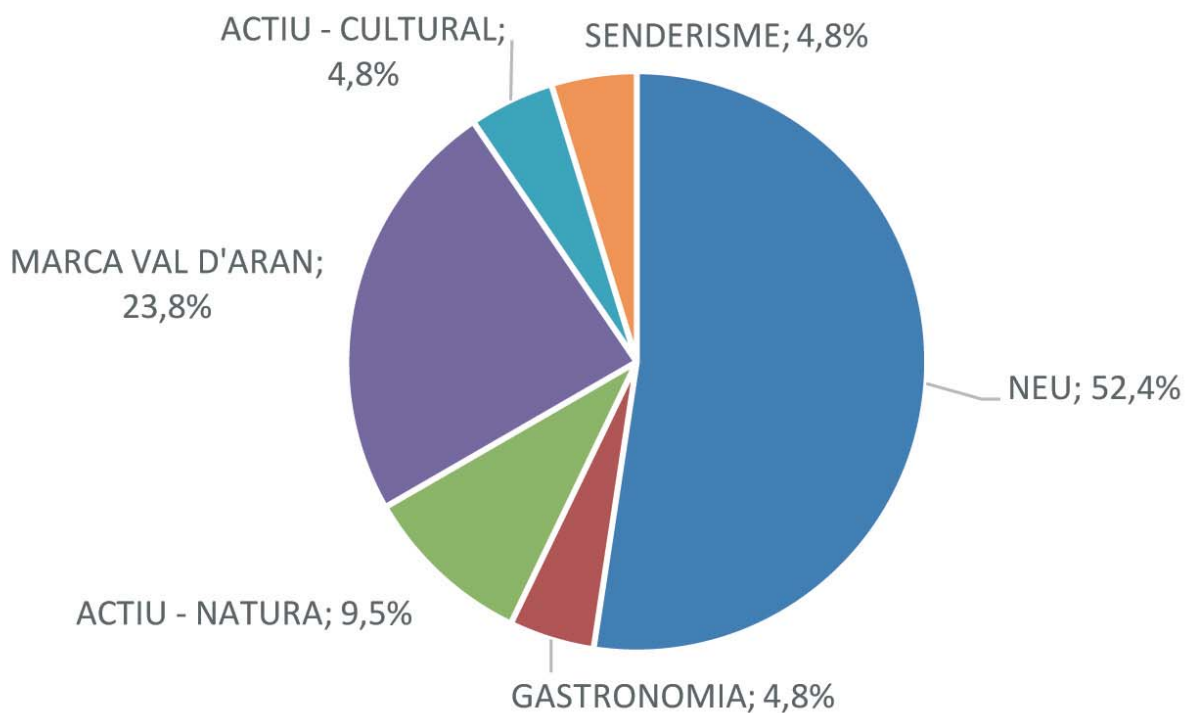
A continuació es detallen els Press-trips organitzats per FTVA durant l'any 2016:

PRESS-TRIP – MITJÀ DE COMUNICACIÓ	MERCAT	PRODUCTE
TELEVISION POLACA	POLONIA	NEU
TRAVELER CONDÉ NAST	NACIONAL	GASTONOMIA
TV2	NACIONAL	NEU
NHÈU & CATALUNHA ESPORTIUA	PAISOS DE L'EST	NEU
FR3 TV -	FRANÇA	NEU
TRACKS & TRAILS WINTER EDITION	BENELUX	NEU- NATURA - AVENTURA
REVISTA BELLE EUROPA	ITALIA	NEU
PICALLETRES	CATALUNYA	MARCA VAL D'ARAN
REVISTA ÅKA SKIDOR - MARTIN SÖDERQVIST	PAISOS NÓRDICS	NEU
EPIC TV	REINO UNIDO E IRLANDA	NEU
COPA DEL MUNDO FIS SNOWBOARD CROSS	REGNE UNIT, HOLANDA Y BELGICA	NEU
VAGABOND MAGAZINE	PAISOS NÓRDICS	NEU
LE GUIDE VERT MICHELIN - BARCELONA ET LA CATALOGNE	FRANÇA	MARCA VAL D'ARAN
MAYA MAHLER - YEDIOTH AHRONOTH	ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN
ACTIU-NATURA	REGNE UNIT I IRLANDA	ACTIU-NATURA
THE CATALAN PYRENEES MEET THE PRESS	INTERNACIONAL I NACIONAL	ACTIU - CULTURA
HANS GASSER - SÜDDEUTSCHE ZEITUNG	ALEMANYA	SENDERISME
JORNADA DE PERIODISME E TERRITÒRI DERA VAL D'ARAN	NACIONAL	MARCA VAL D'ARAN
PERSEGUI TS I SALVATS	NACIONAL	MARCA VAL D'ARAN
OUTDOOR TRAINING E SKI MAGASINET	SUECIA	NEU - ACTIU

## PRESS-TRIPS - ÀMBIT GEOGRÀFIC



## PRESS-TRIPS - PRODUCTE



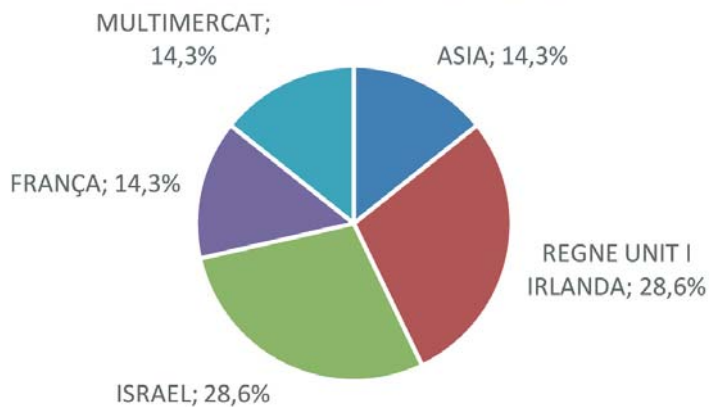


• **Fam - Trip:** Quan la persona o el grup que sol·licita la facilitació de la visita a la Val d'Aran té capacitat de prescriure la destinació entre els intermediaris turístics. Viatges de familiarització amb la destinació de tour operators, agents de viatge, transportistes, restauradors, etc.

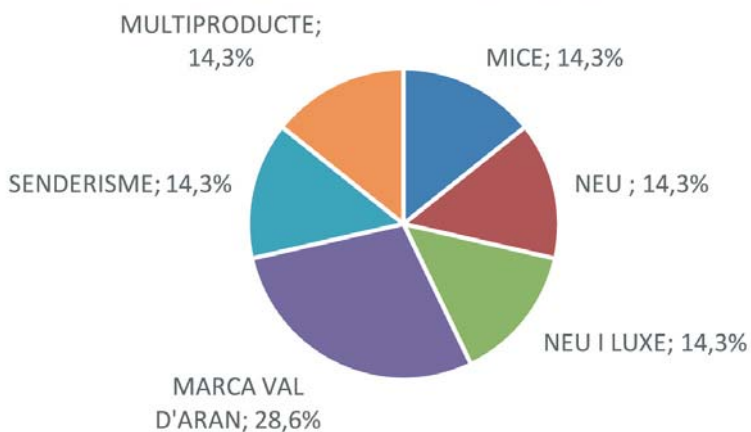
A continuació es detallen els Fam-trips organitzats per FTVA durant l'any 2016:

FAM-TRIP	MERCAT	PRODUCTE
CONGRÉS ANUAL NIMA (NETWORK OF INDIAN MICE AGENTS)	ASIÀTIC	MICE
LUXEPRIVÉ - MERCAT UK	REGNE UNIT I IRLANDA	NEU I LUXE
NHÈU CATALAN PYRENNES (Baqueira) & BARCELONA	REGNE UNIT I IRLANDA	NEU
KOKOPELI MASSAOT AMSALEM	ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN
SHARON COHEN ISSTA SKI	ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN
FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONÉE	FRANÇA	SENDERISME
BUY CATALUNYA	MULTIMERCAT	MULTIPRODUCTE

### FAM-TRIPS - ÀMBIT GEOGRÀFIC



### FAM-TRIPS - PRODUCTE



• **Blog-Trips:** Quan la persona o el grup que sol·licita la facilitació de la visita a la Val d'Aran té capacitat de prescriure la destinació entre els mitjans de comunicació en línia, sent blogs especialitzats en productes turístics o mercats concrets. Viatges de familiarització amb la destinació de blocaires.

L'any 2016 FTVA ha organitzat dues Blog-trips a Val d'Aran amb bloggers de referència en el mercat holandès i francès, cal destacar que al Blog-trip del mercat Francès van participar els responsables del bloc de viatges número 1 a França.

A continuació es mostra de forma detallada els Blog-trips organitzats per FTVA en 2016:

BLOG-TRIP	MERCAT	PRODUCTE
WHAT ABOUT HER	HOLANDA	MARCA VAL D'ARAN
CARNETS DE TRAVERSE	FRANÇA	MARCA VAL D'ARAN

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

Durant l'any 2016 cal destacar la col·laboració en els esdeveniments de caràcter esportiu i els vinculats a la natura, en 2016 FTVA ha col·laborat en més de 15 esdeveniments i proves esportives organitzades en el territori i en 5 esdeveniments i jornades vinculades a la dinamització de la natura.

D'altra banda també cal destacar l'assistència a jornades professionals de networking durant l'any 2016. Una de les jornades a les quals ha assistit és la de Interpireneus.

## Accions de promoció dirigides al públic final

A més de les anteriors accions de promoció, FTVA participa en diferents accions dirigides al públic final. Durant l'any 2016 s'han desenvolupat les següents accions:

### Campanya de promoció Baqueira Beret – Val d'Aran:

- Durant tres setmanes FTVA, conjuntament amb Baqueira-Beret, han promocionat la temporada d'hivern en més de 17 ciutats espanyoles. L'acció es dirigeix principalment al mercat nacional amb el producte de neu.
- Iglú a Barcelona i Madrid
- Campanya promoció internacional a França i Regne Unit.
- Oficina Toulouse:
  - **PRESENTACIÓ DE L'ETAPA DEL TOUR DE FRANÇA A L'OFICINA DE TOULOUSE:** El dijous 19 de maig del 2016 es va fer la presentació de l'etapa del Tour de França que passaria per la Val d'Aran. Es va convidar a la premsa, als clubs de ciclisme / BTT i als sponsors i es va organitzar un aperitiu amb productes de la Marca de Garantia de la Val d'Aran.
  - **FIRES:**
    - Salon CE de Montpellier: 27 i 28 setembre.
    - Salon CE de Pau: 4 octubre.
    - Salon CE de Tolosa: 6 i 7 octubre.



Salon CE de Bordeaux: 13 i 14 octubre.  
Salon Vivons Sport Bordeaux: 09-13 novembre.  
Salon SLAT / CE Airbus: 18 i 19 novembre

- **SPONSORITZACIÓ D'UNA COMPETICIÓ DE GOLF - EXCLUSIV GOLF DE TOULOUSE Seilh:**  
Competició els dies 15 i 16 d'octubre amb lliurament de premis i còctel. 220 participants. Es van dur a terme diferents accions de comunicació (veure apartat de comunicació i / o Annex 1.)
  
- **MARCHE VICTOR HUGO:**  
Patrocini el dijous 8 de desembre (de 18:30 a 22:30h) a la «Nocturne du vaig marxar Victor Hugo» a Tolosa, on van assistir uns 6.000 visitants. Es van dur a terme diferents accions de comunicació (veure apartat de comunicació i / o Annex 1.)
  
- **SPONSOR STADE TOULOUSAIN:**  
Integració al club de sponsors de l'Stade Toulousain amb mes de 250 sponsors per a la temporada 2016-17. Diferents accions de comunicació (veure apartat de comunicació i / o Annex 1.)
  
- **SPONSORITZACIÓ BOTIGA ALASKA DE TOULOUSE:**  
Patrocini a la botiga ALASKA a Tolosa, especialistes en esquí i BTT. Diferents accions de comunicació (veure apartat de comunicació i / o Annex 1.)
  
- **CATALOGUE CE AIRBUS OPÉRATIONS**  
Integració en el catàleg de l'agència de viatges CE Airbus Opérations de Toulouse. Venda d'estades d'hivern.

## Dinamització del destí

L'Agència de Comerç d'Aran té per objectiu promoure, assessorar i dinamitzar el comerç de la Val per coordinar i promoure accions encaminades a millorar la competitivitat del sector; un sector compost per 330 comerços i tres associacions d'empresaris i comerciants: Vielha, Bossòst, Baqueira i Arties.

Durant l'any 2016 s'han realitzat diferents accions, a manera de resum es ressalten les següents:

- **Associació de Comerciants de Vielha**
  - VI Concurs d'aparadors. Van participar 14 comerços del 20 de desembre 2015 al 6 de gener del 2016.
  
- **Associació de Comerciants i Empresaris de Bossòst**
  - Jeudi Promo, van participar en aquesta promoció 30 comerços de Bossòst.
  
- **Assessorament**
  - Durant l'any 2016, s'ha continuat informant sobre els ajuts 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.

## Col·laboracions esportives i culturals

FTVA col·labora amb diferents esdeveniments esportius i culturals. Són en total 36 col·laboracions que suposen un total de 17.217,35 € en concepte de col·laboració econòmica i material.

### Altres accions

- Fira de Sant Josep de Mollerussa del 17 al 20 de març, amb l'exposició, informació i degustació dels productes agroalimentaris de la Marca de Garantia.
- Fira de Sant Miquel de Lleida del 29 de setembre al 2 d'octubre, amb l'exposició, informació i degustació dels productes agroalimentaris de la Marca de Garantia.
- Fira het a Man, het Aciu, del 16 al 18 d'agost, van participar en l'edició 2016, 24 artesans.
- Aran Market, "Botigues a carrer", del 19 al 21 d'agost. En l'edició 2016 van participar 16 comerços.
- Saló "The Craftroom", organitzat pel Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya, del 8 al 10 de juliol. És una fira de promoció i venda d'artesanía a nivell estatal i internacional, on van participar 11 artesans a l'estand del Consell General d'Aran.
- Fira Mercat de Mercats a Barcelona, on havia representats 120 estands on poder vendre i promocionar producte, degustar i participar en les diferents activitats relacionades amb productes agroalimentaris, a l'Aula Gastronòmica, del 21 al 23 d'octubre del 2016.

### Accions de gastronomia i Marca de Garantia

- Era Olhada, va tenir lloc el dia 20 de març al Pla de Beret, amb la degustació del plat típic de l'olla aranesa, coincidint amb la Copa del Món d'Snowboard Cross i amb la col·laboració de Baqueira-Beret, Cellers Príncep de Viana i productes agroalimentaris de la Marca de Garantia.
- Setmana del Caviar del 14 al 20 de març amb la participació de 8 restaurants de la Val d'Aran. On es va poder degustar plats elaborats amb caviar Nacarii, esturió fresc o fumats d'esturió, també es va complementar amb visites guiades a la piscifactoria de Les per conèixer la seva elaboració, procés i origen de l'esturió, també la possibilitat de realitzar tractaments facials i corporals a base de caviar al balneari de Les.
- Tour de France.
- Viatge Promocional amb Baqueira-Beret.
- Presentacions Val d'Aran i fires.
- Premis i reconeixements i diversos esdeveniments culturals i esportius.



# Destacats 2016

- *Val d'Aran destí turístic que aposta per la sostenibilitat i la innovació: connectivitat, accessibilitat universal - Destino Biosphere per GSTC i Smart Destination, pla pilot.*
- *Internacionalització: França i Regno Unit, principalment.*
- *Col·laboracions publico privada en la promoció de la marca Val d'Aran: Baqueira Beret i Kabi. (Com destacats)*
- *Col·laboració amb associacions empresarials araneses.*
- *Aposta per la comunicació i promoció on-line, i com conseqüència, gran millora en contingut com a resultat: webs i xarxes socials.*
- *Val d'Aran destí turístic-esportiu: Copa del Món de Boardercross, Tour de França, acollida d'equips esportius de nivell, suport en competicions destacades, promoció del destí en palaus d'esports i campionats ...*
- *Suport als empresaris i emprenedors per obtenir subvencions per a la millora dels seus establiments: LEADER*
- *Nous vídeos promocionals de senderisme i ciclisme.*







# RESUM. Desglossament de la inversió.

## Pressupost d'ingressos de FTVA 2016

400.000€	Conselh Generau d'Aran
35.000€	Diputació de Lleida
53.419€	Aportacions socis
147.405,83€	Aportació taxa turística municipis
68.755,07€	Aportació taxa turística CGA
<b>704.579,90€</b>	

## Inversió i distribució pressupostària FTVA 2016

- Estructura de gestió turística – equip de treball
- Estructura d'informació turística, oficines de Vielha, Naut Aran i punts d'informació d'estiu.
- Presència on-line de la marca Val d'Aran.
- Presència off-line de la marca Val d'Aran.
- Campanyes de promoció diverses.
- Campanyes de promoció i suport a la comercialització.
- Organització o col·laboració en esdeveniments esportius, culturals i comercials a la Val d'Aran.
- Esponsoritzacions i benchmarking
- Material promocional i d'imatge de la marca Val d'Aran.





# Actuacions de promoció turística a càrrec del pressupost del Conselh Generau d'Aran.

Aportació del Conselh Generau d'Aran al pressupost de FTVA per la promoció de la marca Val d'Aran

DE FORMA DIRECTA:

68.755,07€  
35.000€  
400.000€

Taxa Turística CGA  
Deputació de Lleida  
Conselh Generau d'Aran a FTVA

DE FORMA INDIRECTA:

34.482 €  
24.200€

5.500€  
13.500€  
45.000 €  
60.292 €

Conveni Pirenèus  
Team Sports (Promoció destinació turistic-esportiva)  
Pirenades i video documental  
Romanic Musicau  
Agencia del Comèrç d'Aran  
Prova pilot regulació accés a l'Artiga de Lin  
Aportació Tour de France (col·laboració d'altres entitats)  
Oficina Toulouse

136.970€

50.000€

**873.699€**

Altres aportacions del Conselh Generau d'Aran que contribueixen en la promoció de la marca val d'aran:

450.000 € - Inversió en manteniment de la xarxa de camins i senders.

Hem invertit en campanyes de promoció i accions de turisme **873.699€**. Sense comptar la despesa de manteniments dels camins.



## **Redacció i contingut:**

### **Anna Diaz Morelló.**

*Conselhèra de Torisme e Desenvolopament Economic deth Conselh Generau d'Aran e Vicepresidenta de Foment Torisme Val d'Aran*

a.diaz@aran.org

### **Equip de FTVA:**

#### **Conchi Rodríguez**

c.rodriguez.torisme@aran.org

#### **Montse Viló**

m.vilo.torisme@aran.org

#### **Juanma Morell**

j.morell.torisme@aran.org

#### **Anna López**

a.lopez.torisme@aran.org

### **Developing Natural Activites:**

Francisco J. Castillo Acero

### **Comunicació On-line:**

Javier Vall e Mireia Oliver

### **Equip d'Informació turística:**

#### **Fany Calbetó**

#### **Rosa Salado**

#### **Maria Aran Justo**

o.torisme@aran.org

#### **Maria Aran Nieto**

o.s.torisme@aran.org

### **Maquetació i disseny:**

**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

An aerial photograph of a forest with several winding paths in shades of blue, green, and orange. A circular Spanish flag is visible in the upper right corner.


# M

**memoria**  
TORISME VAL D'ARAN  
2 0 1 6

A stylized logo consisting of three overlapping mountain peaks in red, orange, and blue.

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

# contenido

	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
	<b>EL TURISMO DE LA VAL D'ARAN EN CIFRAS</b>	<b>5</b>
	Oferta turística en la Val d'Aran	5
	Demanda turística en la Val d'Aran	7
	Empresas asociadas a FTVA 2016	11
	<b>EL SERVICIO DE INFORMACIÓN y ACOGIDA DEL VISITANTE DE LA VAL D'ARAN</b>	<b>12</b>
	Servicio de información y acogida del visitante de la Val d'Aran	12
	Cuantificación del servicio y caracterización de los visitantes	13
	<b>LA ACCIÓN DE MARKETING TURÍSTICO DE LA VAL D'ARAN</b>	<b>17</b>
	Proyectos destacados del año 2016	17
	<b>Comunicación</b>	<b>19</b>
	Comunicación convencional (off-line)	20
	Comunicación online	21
	Datos de la presencia online de la destinación	21
	Ediciones y reediciones	23
	Acciones de comunicación y Marketing de la Oficina de Toulouse	24
	<b>Promoción y apoyo a la comercialización turística</b>	<b>25</b>
	Asistencia a ferias	25
	Workshops	26
	Presstrips y Famtrips	28
	Acciones de promoción dirigidas al público final	31
	Dinamización del destino	32
	Colaboraciones deportivas y culturales	33
	Otras acciones	33
	<b>DESTACADOS 2016</b>	<b>34</b>
	<b>RESUMEN. DESGLOSE DE LA INVERSIÓN.</b>	<b>35</b>
	Presupuesto de ingresos de FTVA 2016	35
	Inversión y distribución presupuestaria de FTVA 2016	35
	<b>ACTUACIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA A CARGO DEL PRESUPUESTO DEL CONSELH GENERAU D'ARAN.</b>	<b>36</b>



# introducción

**Anna Díaz Morelló. *Conselhèra de Torisme e Desvolupament Economic deth Conselh Generau d'Aran e Vicepresidenta de Foment Torisme Val d'Aran.***

## **LA VAL D'ARAN un destino turístico COMPETITIVO E INNOVADOR**

En nombre del equipo de Foment Torisme Val d'Aran y en el mio propio, queremos agradecer como todos los años, el trabajo y soporte de todos los empresarios araneses que forman parte de esta entidad de promoción turística, no sólo como socios, también por el esfuerzo y dedicación ayudándonos a mejorar las acciones de promoción y de ayuda a la comercialización de la Val d'Aran como un destino turístico de alta montaña de referencia.

Aprovecho esta introducción para invitar a las empresas que no forman parte de FTVA a que nos conozcan, conozcan al equipo de turismo, las acciones que se desarrollan y las ventajas de tener un departamento de marketing turístico conjunto de toda la Val d'Aran, estoy convencida de que la colaboración y participación de todos mejora la eficacia y eficiencia de nuestras acciones de márketing.

Queremos resaltar que el año 2016, desde el punto de vista turístico ha tenido buenos resultados; las cifras de visitantes y gasto en el destino son buenas, no obstante tenemos que seguir trabajando en la competitividad de la Val d'Aran como destino turístico todo el año.

La apuesta realizada por el Conselh por convertir a la Val d'Aran en el primer Destino Turístico Inteligente de Montaña, nos ha servido para que fuéramos destino piloto para testar la recién creada Norma UNE 178501 que regula el Sistema de Gestión de los Destinos Turísticos Inteligentes, norma aprobada por AENOR.

Esta norma, pionera en el mundo en su categoría, es la base y hoja de ruta para un nuevo modelo de gestión de los destinos turísticos en el siglo XXI. En ella se especifican los requisitos de un sistema de gestión de los Destinos Turísticos Inteligentes a partir del cual FTVA va a desarrollar e implementar una política de gestión y establecer objetivos, metas y planes de acción vinculados con los ejes sobre los que se asienta un DTI: gobernanza, innovación, tecnología, accesibilidad y sostenibilidad.



Esta apuesta forma parte de los objetivos del Plan Estratégico de Turismo del Val d'Aran para el periodo 2016-2019, y para conseguirlo necesitamos involucrar a todos los grupos de interés del sector turístico de Val d'Aran, para que desarrollemos acciones prácticas basadas en las cinco variables mencionadas, mejorará la experiencia del turista antes, durante y después del viaje a la Val d'Aran; impulsará la competitividad y el posicionamiento turístico del Valle como destino, incrementará la eficiencia en la gestión mediante la incorporación de la innovación y de la gestión de los datos, mejorará la sostenibilidad en sus tres vertientes: ambiental, social y económica; así como la accesibilidad universal, además de incrementar la calidad de vida de los araneses.

Es vuestro reto, es vuestro Valle, os invito a conocer las acciones y participar.





# el turismo de la Val d'Aran en cifras

Durante el año 2016 Foment Torisme Val d'Aran ha continuado apostando por el análisis y la monitorización de la información relativa a la oferta y demanda a través del área denominada "Sistema de Inteligencia e Información Turística de Val d'Aran. Éste sistema permite realizar una evaluación de la situación turística actual de Val d'Aran como destino turístico y realizar previsiones y proyecciones de futuro.

A continuación se presentan los principales datos del año 2016 y los datos históricos de la oferta y a la demanda turística de Val d'Aran.

## Oferta turística en la Val d'Aran

La oferta turística de la Val d'Aran en el año 2016 se compone de:

	Alojamientos 2016	Capacidad Alojamientos 2016
Hotel*****	4	763
Hotel****	14	2199
Hotel***	19	1452
Hotel**	17	1041
Hotel*	9	486
Pensión***	1	31
Pensión**	18	554
Pensión*	7	161
Alojamiento Rural / Casa de Payés	13	113
Apartotel	7	632
Campings	8	2315
Albergues	1	198
Refugios	2	162
Refugios Media y Alta Montaña	5	284
<b>TOTAL</b>	<b>148</b>	<b>14468</b>
Alojamientos de Uso Turístico regulado (Val d'Aran)	591	2364
Segundas Residencias (Estimativo)		22000





	Establecimientos 2012	Establecimientos 2013	Establecimientos 2014	Establecimientos 2015	Establecimientos 2016
Establecimientos hoteleros	143	143	143	143	148
Alojamiento uso turístico				421	591
Bares y restaurantes	173	194	198	198	276
Equipamientos culturales, deportivos y de ocio	28	33	33	34	34
Empresas de turismo activo	40	44	45	46	50
Comercios	326	334	342	348	330
<b>TOTAL</b>	<b>816</b>	<b>856</b>	<b>1.222</b>	<b>1.226</b>	<b>1.467</b>

*En 2016 se ha producido un incremento en el número de alojamientos motivado por el registro de numerosos alojamientos de uso turístico durante el último año. También cabe destacar un aumento de bares, restaurantes y de empresas de turismo activo, siguiendo la tendencia positiva de los últimos cuatro años.*

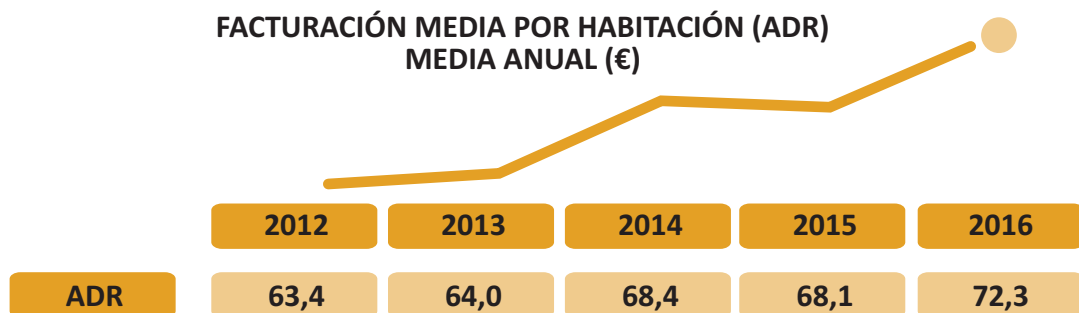
### Seguimiento de la oferta hotelera de la Val d'Aran en 2016, según datos del INE.

**ADR** - average daily rate - tarifa media de alojamiento hotelero por habitación ocupada, es decir, precio medio de venta por habitación hotelera.

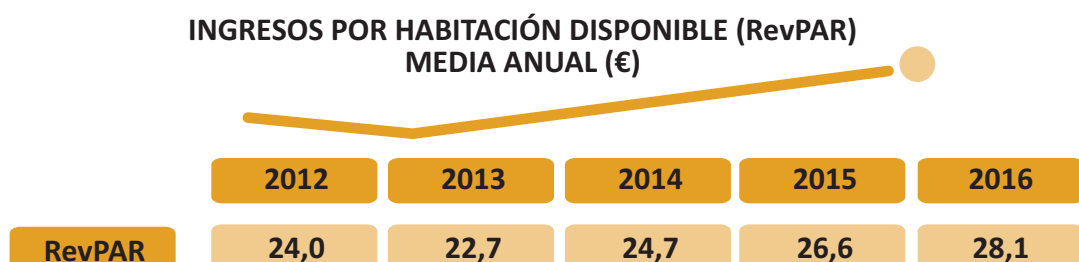
**RevPAR** - Revenue per Available Room - valora los ingresos por habitación hotelera disponible.

Tanto la facturación media por habitación ocupada (ADR) como los ingresos por habitación disponible (RevPAR) han experimentado una tendencia positiva durante los últimos cuatro años en la Val d'Aran.

*En 2016 ha incrementado un 6,17% el ADR y un 5,6% el RevPAR respecto el año anterior*



Fuente: Idescat

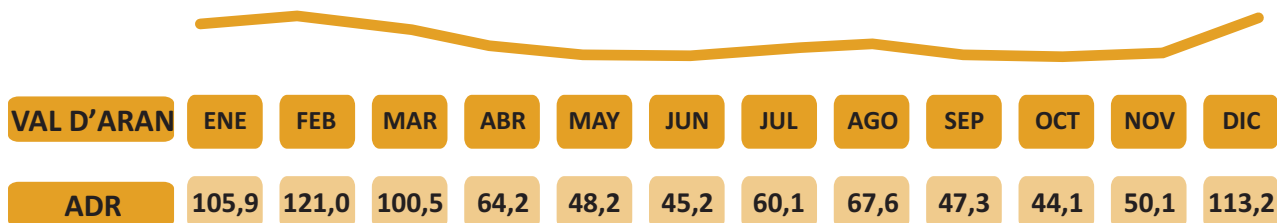


Fuente: Idescat



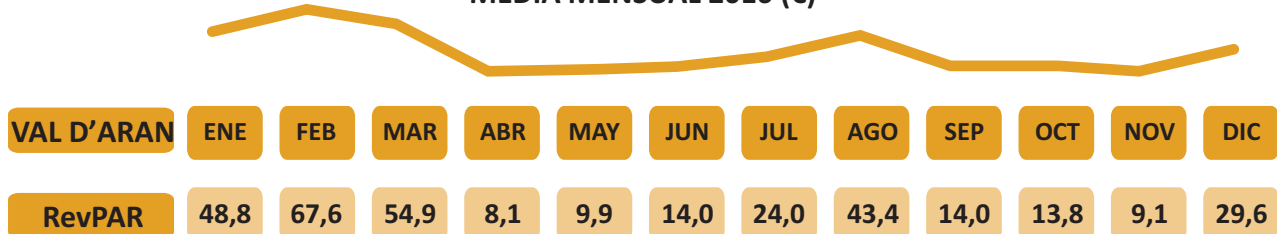
Durante la temporada de invierno la facturación media por habitación (ADR) y los ingresos por habitación disponible (RevPAR) en Val d'Aran son más elevados que durante el resto del año (diciembre- marzo). Por otro lado, durante los meses de Julio y Agosto se produce también un ligero incremento.

### FACTURACIÓN MEDIA POR HABITACIÓN (ADR) MEDIA MENSUAL 2016 (€)



Fuente: Idescat

### INGRESOS POR HABITACIÓN DISPONIBLE (RevPAR) MEDIA MENSUAL 2016 (€)



Fuente: Idescat

## Demanda turística en la Val d'Aran

Con el objetivo de conocer la demanda turística de Val d'Aran se emplean tres fuentes de información diferenciadas, dos primarias (internas) y una secundaria (externa).

**Instituto Nacional de Estadística (INE).** (fuente secundaria externa). Proporciona los siguientes datos: número de viajeros, pernoctaciones y estancia media en los establecimientos hoteleros de la Val. Permite la comparativa con otras zonas del Pirineo y de Catalunya.

**Sistema Propio (SPTVA).** (fuente primaria). FTVA realiza una encuesta semanal a establecimientos de alojamiento hotelero. Por otro lado, se está trabajando en incluir los datos de ocupación de alojamientos de uso turístico a nuestro sistema propio. **Durante el año 2016 se han realizado más de 2.000 llamadas de teléfono para la recogida de datos.**

**Gestor Estadístico Oficinas de Turismo (GEOT).** (fuente primaria). Datos recogidos en las oficinas de Turismo de Vielha y Salardú de los turistas que visitan y utilizan el servicio de información turística. Éstos permiten conocer las características y el perfil del visitante. La muestra recopilada es muy significativa, **en el año 2016 se han realizado más de 14.000 encuestas.**

### INE. Viajeros, pernoctaciones, estancia media y origen.

El Instituto Nacional de Estadística proporciona datos relativos de demanda turística de las zonas de Vielha-Mijarán y Naut Aran. Para la zona de Baish Aran se utiliza la metodología de estimación extrapolada, basada en la ocupación de las plazas hoteleras existentes en la zona, recopilada por Torisme Val d'Aran y la estancia media de los viajeros extrapolada del INE.

En las siguientes tablas se muestran los resultados por zonas y la comparativa por años.



NAUT ARAN		PROCEDENCIA	2012	2013	2014	2015	2016
VIAJEROS	NACIONALES		60.461	52.146	47.581	53.173	52.412
	EXTRANJEROS		22.256	23.094	20.632	21.384	24.495
	<b>TOTAL</b>		<b>82.717</b>	<b>75.240</b>	<b>68.213</b>	<b>74.557</b>	<b>76.907</b>
PERNOCTACIONES		NACIONALES	198.952	170.638	165.169	197.143	184.701
		EXTRANJEROS	63.243	67.164	69.971	68.444	84.843
		<b>TOTAL</b>	<b>262.195</b>	<b>237.802</b>	<b>235.140</b>	<b>265.587</b>	<b>269.544</b>
VIELHA e MIJARAN		PROCEDENCIA	2012	2013	2014	2015	2016
VIAJEROS	NACIONALES		116.146	110.585	105.322	110.375	107.726
	EXTRANJEROS		27.439	24.816	25.335	24.671	25.380
	<b>TOTAL</b>		<b>143.585</b>	<b>135.401</b>	<b>130.657</b>	<b>135.046</b>	<b>133.106</b>
PERNOCTACIONES		NACIONALES	318.462	283.570	281.427	307.586	309.195
		EXTRANJEROS	54.862	52.429	61.435	59.046	62.332
		<b>TOTAL</b>	<b>373.324</b>	<b>335.999</b>	<b>342.862</b>	<b>366.632</b>	<b>371.527</b>
BAISH ARAN		PROCEDENCIA	2012	2013	2014	2015	2016
VIAJEROS	<b>TOTAL</b>		<b>12.419</b>	<b>11.104</b>	<b>11.992</b>	<b>11.407</b>	<b>11.068</b>
PERNOCTACIONES	<b>TOTAL</b>		<b>36.015</b>	<b>32.205</b>	<b>34.645</b>	<b>34.231</b>	<b>33.914</b>

Fuente: INE

*Durante el año 2016 la Val d'Aran ha recibido 221.028 viajeros alojados en establecimientos hoteleros, que han generado 674.985 pernoctaciones. De éste modo el volumen de viajeros se mantiene respecto el año interior y el número de pernoctaciones incrementa ligeramente (+1,3%).*

En cuanto a la procedencia de los viajeros que visitan Naut Aran y Vielha-Mijaran, cabe destacar el aumento de viajeros extranjeros, incrementando en 3.820 respecto el año 2015 (+8,3%), frente a un ligero descenso en el volumen de viajeros nacionales (-2,1%). El mismo efecto se produce en las pernoctaciones y la estancia media, han incrementado un 15,4% las pernoctaciones de extranjeros y un 6,5% su estancia media en Naut Aran y en Vielha-Mijaran, mientras que las pernoctaciones y la estancia media de los viajeros de procedencia nacional han se han reducido en un 2,1% y 0,3% respectivamente.

En la siguiente tabla se muestra a modo de resumen la evolución del número de viajeros, pernoctaciones y estancia media según la procedencia de los visitantes de Naut Aran y Vielha-Mijaran de forma conjunta:



SUMA ZONAS (Naut Aran + Vielha- Mijaran)	PROCEDENCIA	2013	2014	2015	2016	2016 VS 2015	2016 VS 2014
VIAJEROS	NACIONAUS	162.731	152.903	163.548	160.138	-3.410	7.235
	ESTRANGÈRS	47.910	45.967	46.055	49.875	3.820	3.908
PERNOCTACIONES	NACIONAUS	454.208	446.596	504.729	493.896	-10.833	47.300
	ESTRANGÈRS	119.593	131.406	127.490	147.175	19.685	15.769
ESTANCIA MEDIA	NACIONAUS	2,79	2,92	3,09	3,08	-0,01	0,16
	ESTRANGÈRS	2,50	2,86	2,77	2,95	0,18	0,09

Fuente: INE

SUMA ZONAS	PROCEDENCIA	2012	2013	2014	2015	2016
VIAJEROS	NACIONAUS	78%	77%	77%	78%	76%
	ESTRANGÈRS	22%	23%	23%	22%	24%
PERNOCTACIONES	NACIONAUS	81%	80%	77%	80%	77%
	ESTRANGÈRS	19%	20%	23%	20%	23%

Fuente: INE

*El turismo de origen extranjero ha representado en el año 2016 el 24% de la demanda de la Val d' Aran, superando el porcentaje de extranjeros de los últimos cuatro años. El año anterior representó el 22% y en el año 2014 el 23%.*

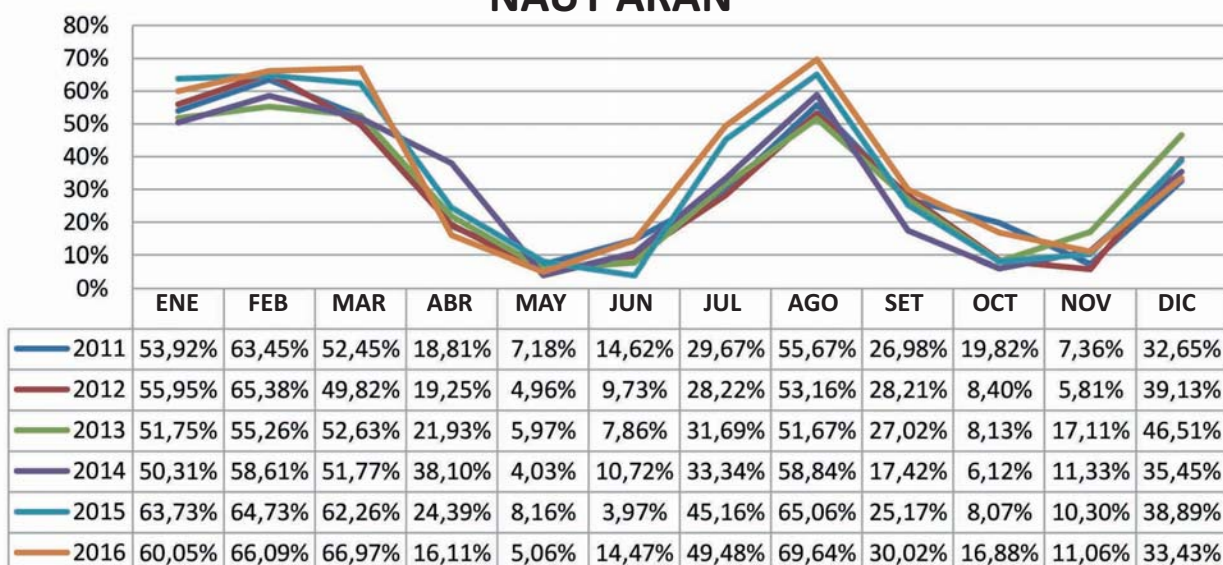
## Según Sistema Propio (SPTVA). Ocupación por semanas:

El año 2016 Val d'Aran ha registrado una ocupación media anual superior a la de los últimos cinco años tanto en la zona de Naut Aran como en la de Miei Aran, mientras que en Baish Aran se ha producido un ligero descenso.

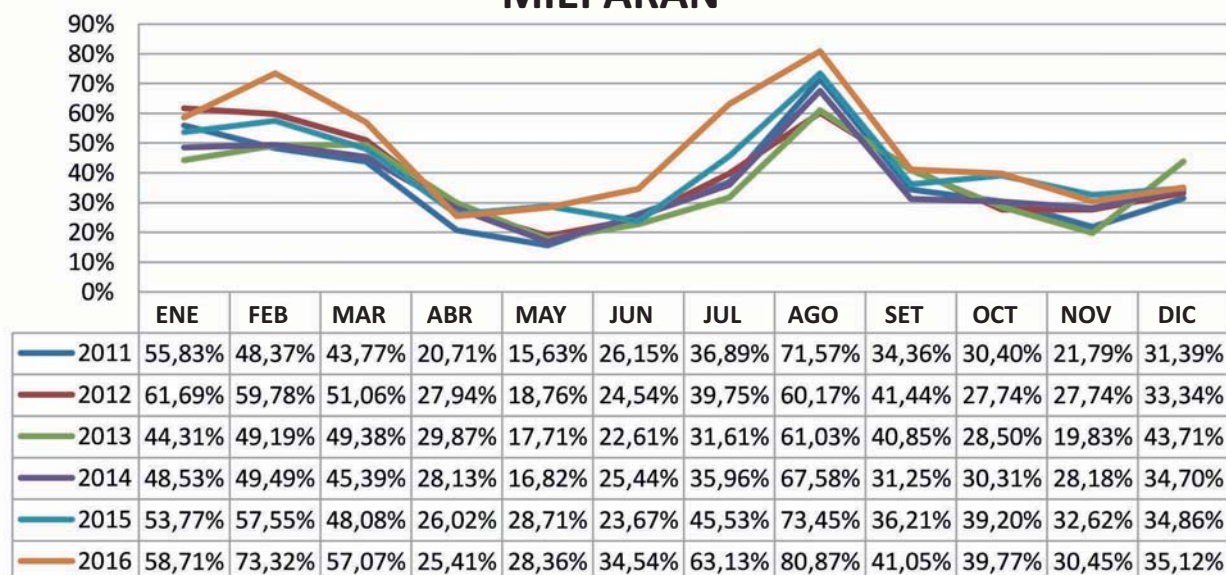
En los siguientes gráficos y tablas se muestra la ocupación mensual registrada en 2016 por zonas y la evolución de la ocupación media anual.



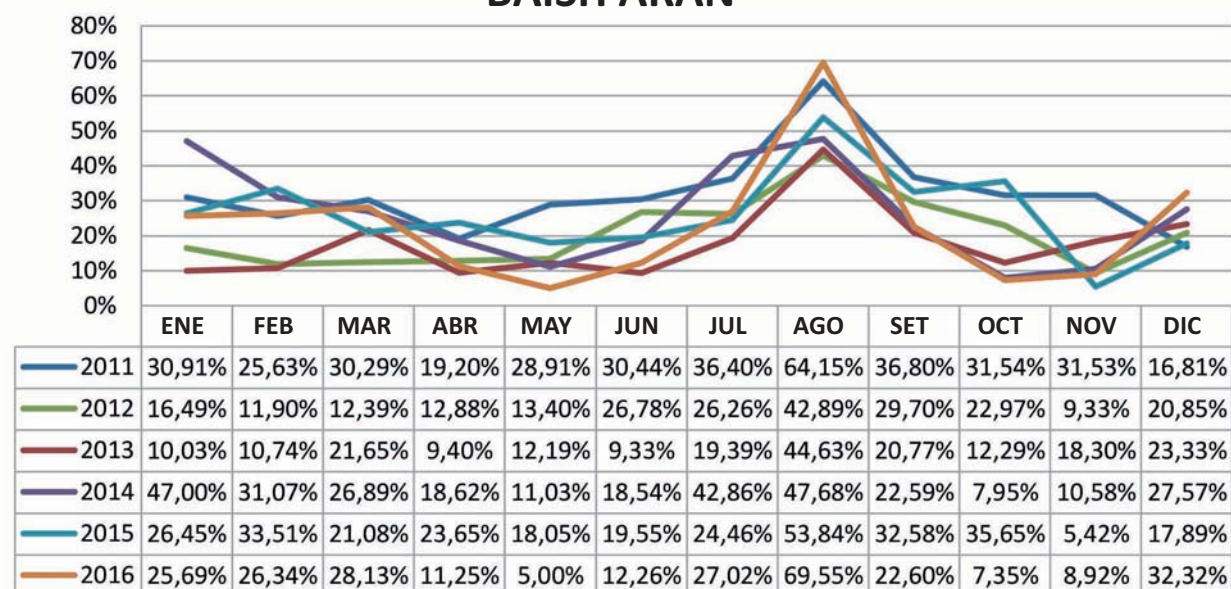
## NAUT ARAN



## MIEI ARAN

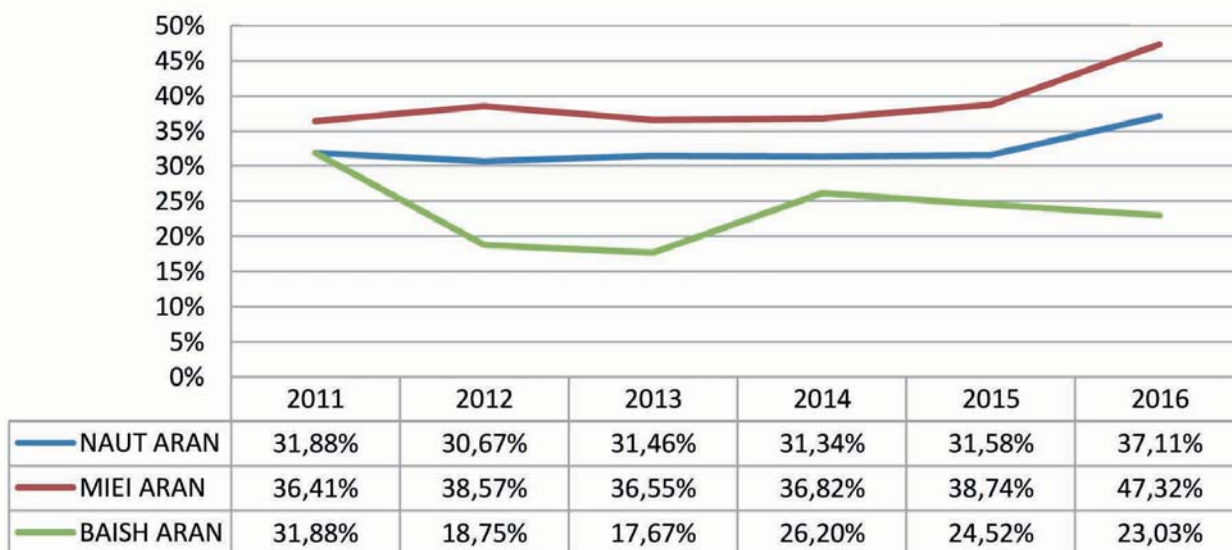


## BAISH ARAN





## OCUPACIÓN MEDIA ANUAL POR ZONAS



*En general, en 2016 la ocupación en la Val d' Aran se ha visto generalmente aumentada. Los meses de mayor ocupación en todo el territorio han sido Febrero y Agosto. El aumento de ocupación en el mes de agosto viene totalmente relacionado con el Tour de France en la Val d'Aran.*

*Podemos apreciar que la zona de Miei Aran siempre se ha mantenido dentro de la estabilidad, liderando la ocupación en el territorio. Esta zona es la que alberga más plazas hoteleras abiertas durante todo el año y cabe destacar el considerable aumento en la ocupación respecto años anteriores. La zona del Naut Aran también se ha mantenido estable desde 2011, incrementando ligeramente en 2016 su ocupación mientras que la zona de Baish Aran ha sufrido cambios más notables con un casi inapreciable descenso de su ocupación en el 2016 respecto años anteriores.*

## Empresas asociadas a FTVA 2016

### Total Socios 2016

Foment Torisme Val d'Aran cuenta con numerosos empresarios araneses que participan de forma activa en la promoción y desarrollo del sector turístico de Val d'Aran.

A continuación se detalla el número de establecimientos asociados de Foment Torisme Val d'Aran en 2016, clasificados según la actividad que desarrollan.

	COLABORADORES / TOTAL ESTABLECIMIENTOS	% COLABORADORES FTVA
ALOJAMIENTOS	72 / 148	49,00%
RESTAURACIÓN	31 / 276	11,00%
TURISMO ACTIVO	24 / 50	48,00%
COMERCIO Y SERVICIOS	66 / 330	20,00%
TOTAL	193 / 804	24%



# Servicio de información y acogida del visitante da la Val d'Aran

## Servicio de información y acogida del visitante da la Val d'Aran

El “Sistema de Inteligencia e Información Turística de la Val d’Aran” se encarga también de la gestión de las oficinas de turismo y la prestación de servicios de **información y acogida al visitante**.

Desde las oficinas de turismo se prestan los siguientes servicios:

- Información turística de la Val d’ Aran y comarcas limítrofes.
- Distribución de material turístico: mapas, trípticos, folletos, *flyers*,...
- Atención de consultas telefónicas de turistas potenciales interesados en visitar la Val, y envío de información por correo postal y online.
- Colaboración en diversos actos y actividades que se realizan en la Val.
- Colaboración con la entidad de promoción turística FTVA.
- Confección de la agenda semanal de actividades de la Val d’ Aran.
- Recogida de datos de los visitantes en el programa de gestión de la Generalitat.
- Seguimiento y control de estadísticas semanales de ocupación.
- Seguimiento de las estadísticas del INE mensualmente.
- Valoración y gestión de las encuestas de satisfacción.
- Seguimiento y valoración de sugerencias y quejas por parte del visitante.





## Oficinas de turismo gestionadas por FTVA

Las oficinas abiertas todo el año son:

**Oficina de Turismo de Vielha** (o.torisme@aran.org) con horario de 9:30 a 13:30 h y de 16.00 a 20.00h todos los días, excepto temporada baja de lunes a sábado de 10:00 a 13.30 h y de 16.30 a 20.00 h. domingos cerrada, al igual que los días 1 y 6 de enero, 17 de junio, 8 de septiembre, 8 de octubre, 24 y 25 de diciembre.

**Oficina de Turismo de Salardú** (o.s.torisme@aran.org) con un horario en temporada alta de invierno (diciembre – abril) de 9:00 a 12:00h y de 16:00 a 19:00h, domingo cerrado; temporada de verano (3 julio – 11 setiembre) de 9:30 a 13:00h y de 16:00 a 19:30h de lunes a domingo; y fuera de temporada de 9:00 a 15:00h, domingo cerrado. Los días 1 y 6 de enero, 3 de mayo, 17 de junio, 24 y 25 de diciembre la oficina esta cerrada.

Las oficinas abiertas en verano son:

**La Oficina de Turismo de Arties** (o.a.torisme@aran.org) con horario de 09.00 a 14:00 h y 16.00 a 19:00 h de martes a domingo.

**Punto de información de Aran Park** con horario de 11:30 a 17:30 h.

**Punto de información de Aiguamòg** con horario de 09:00 a 18:00 h.

**Punto de información de Artiga de Lin** con horario de 09:00 a 18:00 h.

## Oficina de promoción e información VA-BB en Toulouse



39, Rue Pharaon / 31000-Toulouse

Tel: +33 534 337 630 / toulouse@baqueira.fr

### Horario

Lunes, Miércoles, Viernes: 9.00 h a 12.30 h y 14.00 h a 18.00 h

Martes y jueves: 14.00 h a 18.00 h

### Funciones:

- Atención e información al visitante con el correspondiente control de la cantidad de visitantes que acuden a la oficina
- Comercialización del destino
- Colaboración/patrocinio en eventos en el mercado francés.
- Promoción de la marca Val d'Aran en Francia en coordinación con FTVA
- Oficina de Viajes Baqueira Beret

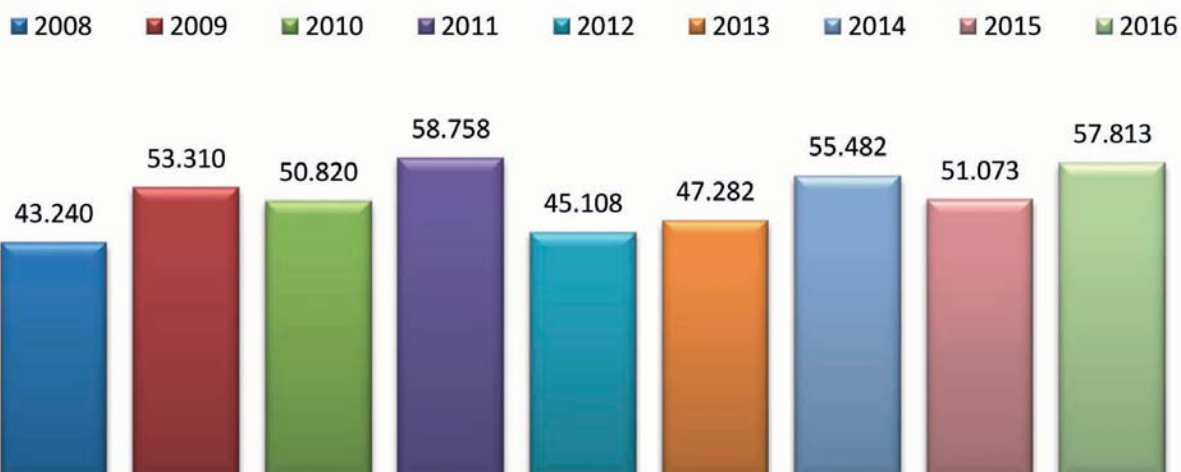
El número de visitantes atendidos en la oficina este año 2016 ha sido de 508 personas (de enero a diciembre)

## Cuantificación del servicio y caracterización de los visitantes

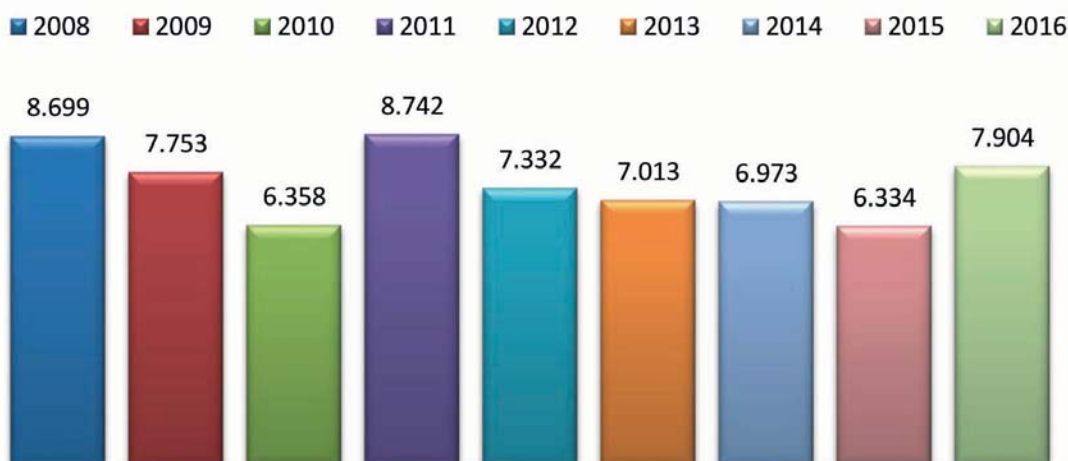
*Las oficinas de turismo de Vielha y Salardú han atendido durante el año 2016 a más de 60.000 turistas, el 87% de ellos en la oficina de turismo de Vielha. Durante el año 2016 se han atendido 5.972 llamadas telefónicas solicitando información del Valle, se han enviado 246 cartas y 841 correos electrónicos con información turística de la Val d'Aran.*

*En total se han atendido 8.310 personas más que en el año anterior.*

## Evolución de los visitantes (O.T Vielha)



## Evolución de los visitantes (O.T Salardú)



### Perfil de los visitantes de las oficinas de información turística

La información recogida en las oficinas de información turística permite identificar las características de los visitantes de las mismas. Las principales características de los visitantes de las oficinas de turismo en el año 2016 y las variaciones significativas respecto el año anterior son las siguientes:

- El motivo de viaje del 97,82% de los visitantes del Valle es vacacional, manteniendo los niveles de los años anteriores.
- En cuanto a la edad de los visitantes, se ha producido un incremento notorio del volumen de visitantes de 26 a 35 años, representando el 37,5% de las visitas en 2016 frente al 16,4% registrado en el año anterior.
- Los visitantes de la franja de edad de 36 a 65 años siguen siendo los más numerosos, representando el 55,6% de las visitas de Val d'Aran.



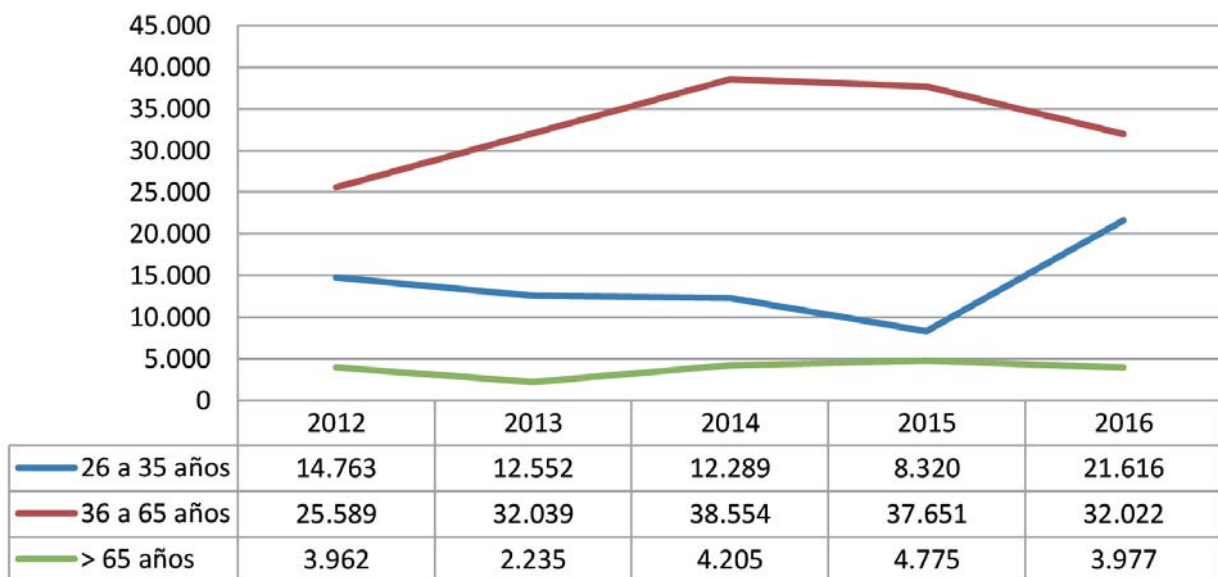
- El 57,3% de los visitantes se aloja en establecimientos hoteleros, produciéndose un ligero descenso de éste tipo de alojamiento respecto el año anterior. Cabe destacar el descenso registrado en el número de visitantes alojados en residencias de familiares, el año 2016 solamente un 0,4% de los visitantes de las oficinas de información turística del valle han escogido ésta forma de alojamiento, mientras que el año anterior representó el 3,1%.
- Más de la información solicitada en 2016 en las oficinas de información turística del Valle corresponden a información de la oferta turística (54,9%). Se ha producido un ligero incremento en la demanda de información relativa a la restauración (+4,5%), siendo la segunda información más solicitada por los visitantes (17,5%).

A continuación se detalla la información recogida en las oficinas de información turística relacionada con el perfil de los visitantes:

### Motivo de la visita

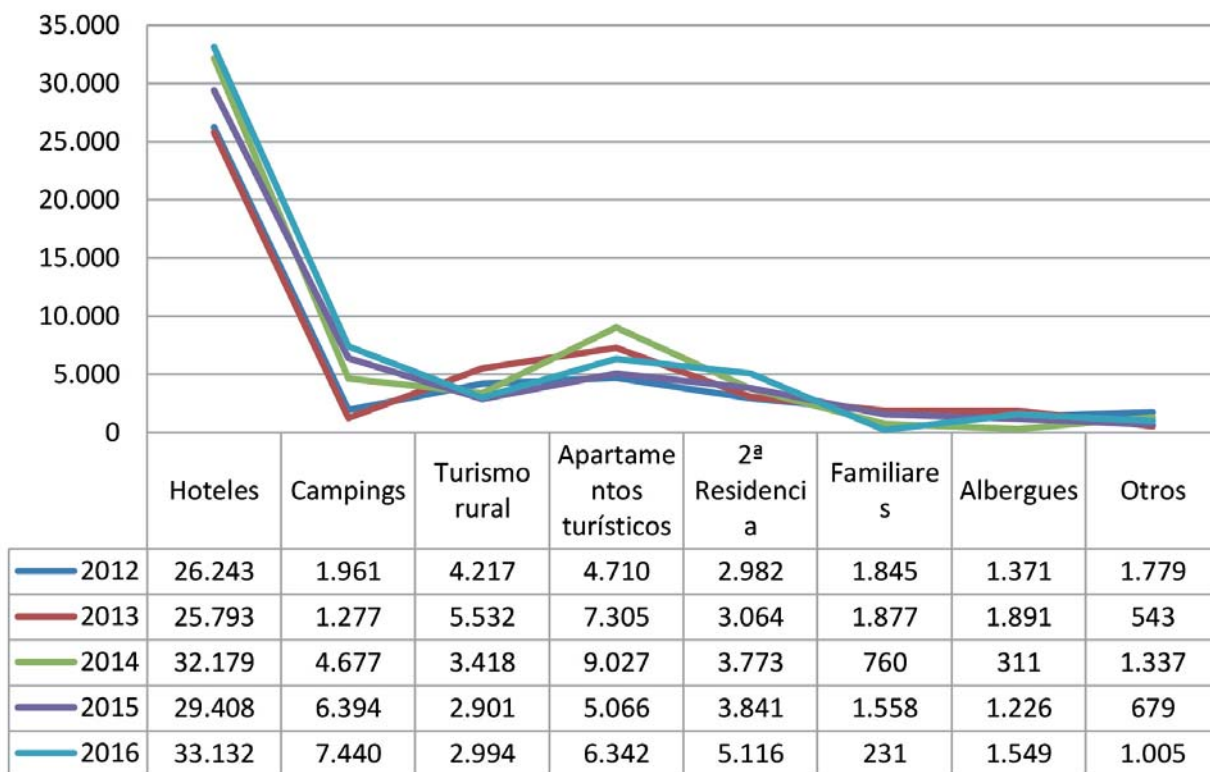
MOTIVACIÓN	2012 PERSONAS - %		2013 PERSONAS - %		2014 PERSONAS - %		2015 PERSONAS - %		2016 PERSONAS - %	
Vacaciones	44.321	98,26 %	46.301	97,93%	54.517	98,26%	50.034	97,97%	55.552	97,82%
Negocios	427	0,95 %	121	0,26%	22	0,04%	162	0,32%	156	0,27%
Ocio	243	0,54 %	842	1,78%	888	1,6%	857	1,68%	1057	1,83%
Datos no informados	117	0,25 %	18	0,04%	55	0,1%	20	0,04%	46	0,08%
<b>Total</b>	<b>45.108</b>	<b>100%</b>	<b>47.282</b>	<b>100%</b>	<b>55.482</b>	<b>100%</b>	<b>51.073</b>	<b>100%</b>	<b>57.813</b>	<b>100%</b>

### Visitantes por edades

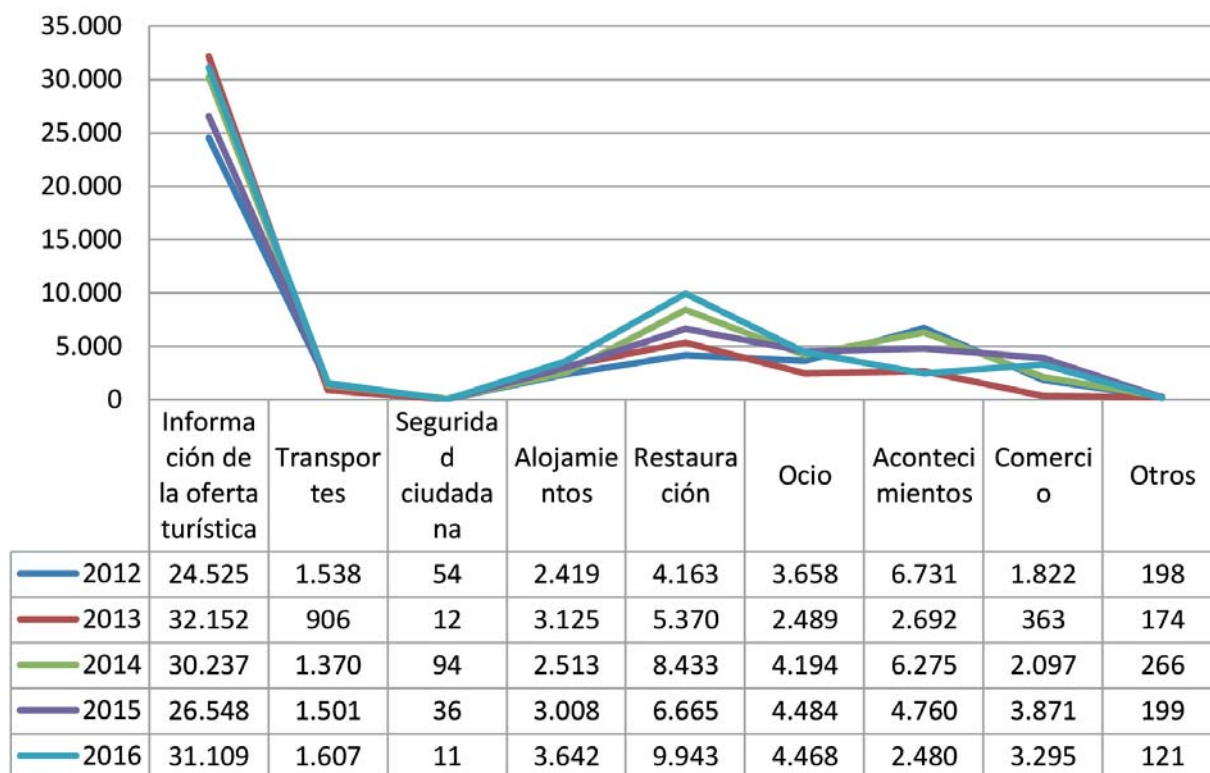




## Pernoctaciones por tipología de establecimiento



## Información solicitada



# 4

## La acción de marketing turístico del la Val d'Aran

FTVA ha desarrollado numerosas acciones de comunicación, promoción y comercialización con el objetivo de atraer mercado turístico hacia el destino.

### Proyectos destacados del año 2016

A continuación se destacan algunos de los proyectos en los que ha trabajado FTVA a lo largo del año 2016 y que por su carácter transversal repercuten en muchas de las acciones de comunicación, promoción y comercialización llevadas a cabo.

En el 2016 destacamos:

#### Tour de France 2016



Acciones previas más destacadas:

- Homenaje a los 7 ganadores españoles del Tour – Monolito situado en el “Còth deth Portilhon”.
- Carrera popular “La Fête du Tour”.

Datos más significativos antes y durante el evento:

- **Ocupación hotelera:** fue prácticamente completa: **95%**.
- **Impacto económico** en la Val: **1,2M€**.

**Alojamiento: 305.420.43€; Restaurantes y comestibles: 918.554.42€**

- **Medios de comunicación off-line:**

- **Impactos en Prensa:**

**Del 26 de mayo al 12 de julio del 2016, el Tour de Francia, en la etapa Val d'Aran ha tenido un total de 399 impactos o noticias.**

El día **11 de julio** alcanzó la **mayor cuota de aparición: 129 impactos** como consecuencia del paso del Tour.

- **Medios con mayor repercusión:** Mundo Deportivo y el Segre

- **Impactos televisivos:**

El día **10 de julio** fue el día de **mayor repercusión con 24 impactos**.

Audiencia del **9 al 11 de julio** fue de **21.651.000 espectadores**. El **valor económico** de estas emisiones es de **3.742.084,43€**. Durante estos días se emitieron **53 noticias** relacionadas con el paso del **Tour por la Val d'Aran** que corresponde a **27.024 segundos en antena**.

- **Medios de comunicación on-line:**

- **Prensa On-line:**

La **repercusión en valor publicitario** durante el periodo del **1 de junio al 12 de julio** es de **6.617.370€** repartidos en medios online (92.80%), portales/buscadores (4.36%), corporativos /institucionales (1.64%), notas de prensa/agencias (1.10%) y blogs clasificados (0.10%). Esto supuso 1281 impactos.

- **Redes sociales:**

Los **resultados cualitativos** de las **acciones previas** y las **acciones durante el Tour** son: En **Blog posts 6.557 visitas**; en **Twitter 214.832 impresiones y 6.203 interacciones**; en **Facebook 6.901 interacciones**, 141.439 de alcance, 15360 usuarios en videos y 13.311 reproducciones; y en **Instagram 5.804 interacciones**.

## Biosphere: Val d' Aran como destino Biosphere ASTC



La certificación Biosphere se apoya en estándares basados en los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU.

Uno de los retos más importantes de la actualidad, y una responsabilidad de todos los factores involucrados en el turismo, es el diseño de modelos de turismo sostenible que permiten desarrollar "productos" y "destinos sostenibles". Desde CGA y FTVA implementamos éstos modelos en nuestro Plan Estratégico para tenerlos en cuenta de cara al futuro turístico de la Val d'Aran.



## DTI Smart destination: Val d' Aran como proyecto piloto



Val d'Aran como destino innovador que apuesta por la sostenibilidad, accesibilidad universal, tecnología, innovación, seguridad y conectividad. Éstas son las bases fundamentales de los actuales destinos turísticos punteros y de la Val d'Aran, la cual está trabajando en ello para ofrecer la mejor experiencia a aquellos que la escogen para sus vacaciones.

- **Acontecimientos deportivos de élite:**

- Tour de France
- Copa del mundo Boarder Cross
- Acogida de los equipos de élite de futbol, futbol sala y básquet.

- **Proyectos en curso:**

- Proyecto de cultura: debido a la falta de recursos queda pendiente su desarrollo con el objetivo de finalizarlo durante el próximo año.

La finalidad de este proyecto es poner en valor el patrimonio cultural y museístico de la Val d' Aran.

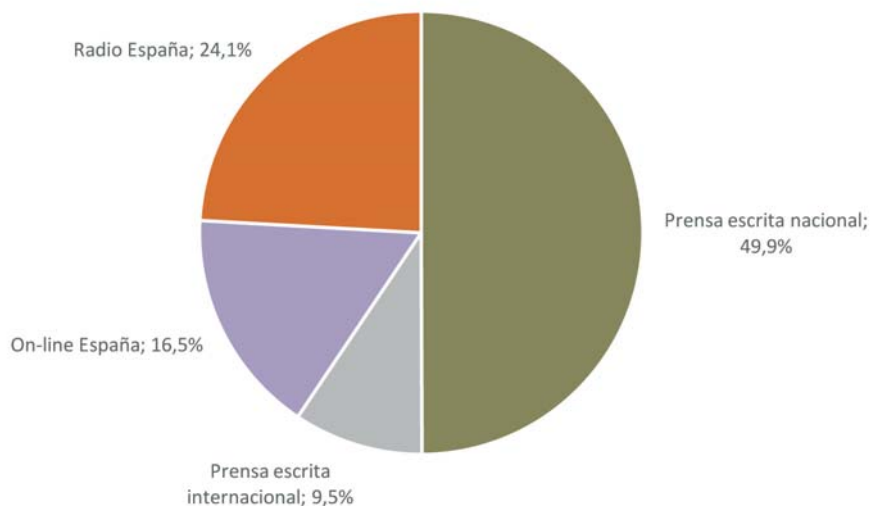
## Comunicación

El presupuesto invertido durante el año 2016 en comunicación ha sido de 57.985 euros y su distribución por medios y alcance geográfico la siguiente:

PRENSA ONLINE	7.798,86€
PRENSA ESCRITA INTERNACIONAL	29.544,25€
PRENSA ESCRITA NACIONAL	7.484,80€
RADIO Y TV	13.158,71€

A continuación se muestra de forma gráfica la distribución del presupuesto de comunicación según la tipología de los medios empleados y el ámbito geográfico de influencia:

DISTRIBUCIÓN DEL PRESUPUESTO POR TIPOLOGÍA DE MEDIOS, 2016





## Comunicación convencional (*off-line*)

En el año 2016 se han realizado acciones de comunicación en **35** medios, incluyendo radio, prensa offline y prensa online, tanto a nivel nacional como internacional.

En la prensa offline se han logrado **29** inserciones que han comportado reportajes de un total de **85** páginas, por lo que el destino ha estado presente en 730.000 ejemplares y se han alcanzado 3.500.000 lectores.

Durante el año 2016, mediante los esfuerzos realizados en comunicación, Val d'Aran ha estado presente en:

MEDIOS CONTRATADOS	<b>35</b>
INSERCIÓNES PRENSA ESCRITA	<b>29</b>
PAGINAS REPORTAJE	<b>85</b>
EJEMPLARES	<b>730.000</b>
LECTORES	<b>3.500.000</b>

A continuación se detallan los medios de comunicación offline empleados, así como el área geográfica de influencia.

### *Prensa Offline Nacional:*

<b>MEDIO</b>	<b>MERCADO</b>
AR	NACIONAL
ARAN NAU	LOCAL Y DE PROXIMIDAD
BAQUEIRA VERANO	NACIONAL
BAQUEIRA INVIERNO	NACIONAL
CATALUNYA EXPERIENCE	CATALAN
DESCOBRIR	CATALAN
EL MUNDO DE LOS PIRINEOS	NACIONAL
GRANDES ESPACIOS	NACIONAL
LA BIBLIA OUTDOOR	NACIONAL
LUGARES DE NIEVE	NACIONAL
MOUNTAINBIKER	NACIONAL
MUNTANYA - CENTRE EXCUSIONISTA	CATALAN
OXIGENO	NACIONAL
PANTXING	LOCAL Y DE PROXIMIDAD
SPORT D'HIVERN	NACIONAL
VIU ERA VAL	LOCAL Y DE PROXIMIDAD
VIAJAR CON HIJOS	NACIONAL

### *Prensa Offline Internacional:*

<b>MEDIO</b>	<b>MERCADO</b>
BAQUEIRA	FRANCIA
HORS PISTE	FRANCIA
MAGAZINE BALADES ESTIVALES	FRANCIA
MAGAZINE BALADES	FRANCIA
MAGAZINE HORS SERIE WEEK-END	FRANCIA
PYRENEES MAGAZINE	FRANCIA
RESPYR	FRANCIA



**Radio:**

MEDIO	CAMPAÑA
CADENA COPE	CAMPAÑA INVIERNO
ESQUI NEU	CAMPAÑA INVIERNO
FEM TURISME	CAMPAÑA VERANO
GUM FM	CAMPAÑA ANUAL EVENTOS

## Comunicación online

Durante el año 2016 la comunicación online ha continuado siendo uno de los principales canales de comunicación empleados, potenciando la interacción en las redes sociales y la difusión a través de la página web de turismo de Val d’Aran.

Las principales acciones online realizadas el año 2016 han sido las siguientes:

MIEI	DESCRIPCIÓN ACCIÓN
ARAN NAU DIGITAL	Banner
CRECER FELIZ	Actualización contenidos Val d'Aran en rrss CF
INOUT VIAJES	Publicación de un Mega banner de julio a noviembre + publicación de dos publi-reportajes gratis
MOUNTAINBIKER	Banner
OXIGENO WEB	Reportaje Val d'Aran en familia + Reportaje Val d'Aran la esencia de los Pirineos
TRIPADVISOR	Campaña anual Junio 2016 mayo 2017
VIAJAR CON HIJOS	Actividades en agenda web de la revista

## Datos de la presencia online del destino

Desde el año 2015 Torisme Val d’Aran cuenta con una empresa externa que gestiona la presencia online del destino, es decir responsable de la dinamización de la página web y redes sociales. De éste modo, a través de la generación de contenidos y la actualización constante de la página web, Foment Torisme Val d’Aran está consolidando el posicionamiento online del destino.

### RESULTADOS PORTAL WEB

En 2016 se han realizado mejoras en la página web de turismo de Val d’Aran, con actualizaciones diarias de la agenda de eventos y actualizaciones semanales de noticias y contenidos. También se han adaptado las webs de turismo especializadas al diseño de la web principal de Turismo de Val d’Aran, como la web de ciclismo, nieve y productos de Val d’Aran. De éste modo se persigue consolidar la imagen del destino y facilitar a los visitantes actuales y potenciales el acceso a la información.

En 2015 se renovó la página web de turismo cambiando la URL de la misma, lo que conllevó una pérdida de posicionamiento en los buscadores y la consiguiente disminución del número de visitas. Desde el cambio de web Foment Torisme Val d’Aran ha realizado esfuerzos para alcanzar el posicionamiento y número de visitas registrados con la web anterior. En setiembre de 2015 se inició una tendencia positiva en éste sentido, y los resultados registrados en la web de turismo el año 2016 constatan una mejora progresiva en el posicionamiento y en el número de visitas.



	2016	2015	
<b>Organic</b>	158.043	149.062	6%
<b>Direct</b>	33.136	23.455	41%
<b>Referral</b>	24.642	21.742	13%
<b>Social</b>	17.036	13.320	28%
<b>Total</b>	232.857	207.579	12%
<b>Organic</b>	68%	72%	-5%
<b>Direct</b>	14%	11%	26%
<b>Referral</b>	11%	10%	1%
<b>Social</b>	7%	6%	14%

## RESULTADOS COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES

### • FACEBOOK

Durante el último año se ha logrado potenciar y consolidar la efectividad de Facebook como de canal de comunicación. Foment Torisme Val d'Aran ha incrementado tanto las interacciones como el número de impresiones de forma destacable, concretamente han incrementado un 38,5% los "likes" y un 7,7% el alcance y número de impresiones.

	2014	2015	2016	2016 vs 2015 (%)
<b>LIKES</b>	11.287	16.711	23.145	+38,5%
<b>ALCANCE Y NUMERO DE IMPRESIONES</b>	2.460.462	3.401.620	3.664748	+7,7%

### • TWITTER

La presencia de Torisme Val d'Aran también ha mejorado en Twitter durante el último año, registrando resultados positivos en todos los indicadores que permiten evaluar la evolución del impacto en Twitter.

El incremento del 34% en el número de tweets realizados por Torisme Val d'Aran ha ido acompañado por un aumento del 19% en el número de seguidores, del 34% en las visitas del perfil de turismo del valle y del 77% en el número de impresiones. Finalmente también cabe destacar el aumento en el número de "me gusta", registrando un incremento del 391%.

	2015	2016	2016 vs 2015 (%)
<b>SEGUIDORES</b>	5.897	7.037	19%
<b>SIGUES</b>	1.748	856	-51%
<b>NUMERO DE TWEETS PERIODO</b>	816	1.096	34%
<b>NUMERO TOTAL DE TWEETS</b>	2.278	3.308	45%
<b>NUMERO DE MENCIONES</b>	2.087	2.384	14%
<b>VISITAS AL PERFIL</b>	26.770	35.903	34%
<b>IMPRESIONES</b>	707	1.254	77%
<b>TASA DE INTERACCIÓN</b>	0,261	0,317	21%
<b>ME GUSTA</b>	1.006	4.940	391%

• **INSTAGRAM**

La presencia de Torisme Val d’Aran en Instagram sigue la tendencia positiva registrada el año interior. El incremento del 21% en el número de imágenes subidas ha ido acompañado por un aumento del 136% en el número de seguidores y del 176% en el número de “me gusta” al contenido publicado por Torisme Val d’Aran.

	2015	2016	2016 vs 2015 (%)
<b>PUBLICACIONES</b>	360	359	0%
<b>NÚMERO DE SEGUIDORES</b>	3.671	9.655	163%
<b>IMÁGENES SUBIDAS</b>	297	359	21%
<b>COMENTARIOS</b>	654	912	39%
<b>ME GUSTAS AL CONTENIDO</b>	53.719	148.526	176%

**Ediciones y reediciones**

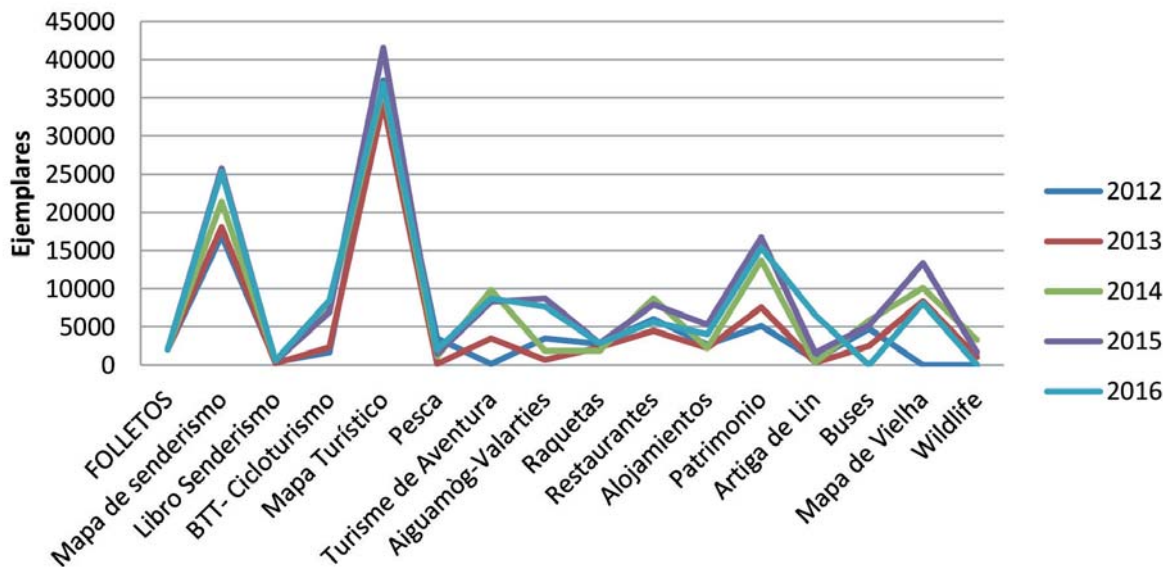
FTVA elabora cada año diferentes publicaciones impresas con la finalidad de satisfacer las diferentes necesidades de demandas de información.

Estas demandas pueden proceder de 4 canales:

- Clientes de las Oficinas de turismo de la Val d’Aran.
- Acciones de promoción: Ferias, workshops, viajes de prensa y de agentes de viajes.
- Entregas que se hacen a los diferentes establecimientos turísticos de la Val para informar a sus clientes.
- Colaboraciones en las diferentes pruebas deportivas y otras acciones de dinamización.

En el siguiente gráfico se representan las publicaciones impresas elaboradas durante los últimos cinco años:

**Material que proporciona información turística**





## Acciones de comunicación y marketing de la Oficina de Toulouse

Con el objetivo de potenciar la comunicación y promoción del destino Val d'Aran en la zona suroeste de Francia, Foment Torisme Val d'Aran abrió conjuntamente con Baqueira Beret una Oficina Turística en Toulouse en octubre de 2015. Desde su inauguración se han realizado numerosas acciones de comunicación y comercialización en el destino. A continuación se presentan las principales acciones que se han desarrollado durante el año 2016.

### SPONSORIZACION DE UNA COMPETICION DE GOLF – EXCLUSIV GOLF DE TOULOUSE SEILH, 15 y 16 de octubre:

Acciones de comunicación:

- Envío de mailings de Val d'Aran & Baqueira-Beret a 6.000 contactos de la base de contactos del golf antes y después de la competición y todo lo largo del año 2017.
- Difusión del video 2016-17 en el club "House du Golf".
- Instalación de un cartel publicitario en 2 de los hoyos del campo.
- Visibilidad en su página web (página sponsors).
- Obsequio ofrecido a los competidores.

### MARCHE VICTOR HUGO "Nocturne du marché Victor Hugo", 8 de diciembre:

Acciones de comunicación:

- Stand Baqueira-Beret / Val d'Aran con documentación y difusión del video 2016-17.
- Animación : Fotomatón y concurso (300 participantes).
- Banderolas de Baqueira-Beret et Val d'Aran en el mercado y alrededor del mercado.
- Comunicación hecha por la organización: facebook, instagram, prensa... antes y después de la tarde.
- Envío de 262 invitaciones a la prensa de Toulouse, a sponsors y a clientes.

### SPONSOR STADE TOULOUSAIN, en la temporada 2016-17:

Acciones de comunicación:

- Integración al club de sponsors del Stade Toulousain con más de 250 sponsors (sociedades de aeronáutica, bancos, compañías de seguros, empresas de construcción, concesionarios de coches,...)
- Acceso al fichero de los sponsors del StadeToulousain, presentar y difundir boletines al club de socios.
- Participación a las reuniones y almuerzos STBusiness.
- Visibilidad en la web del StadeToulousain y en el tótem de la entrada del estadio.

### SPONSORIZACION TIENDA ALASKA:

Acciones de comunicación:

- Visibilidad en la tienda con la instalación de carteles publicitarios.
- Difusión de los videos promocionales de Baqueira-Beret y Val d'Aran
- Comunicación en la página de facebook de la revista.
- Organización de un concurso (150 participantes – 123 emails archivados)
- Oferta de descuento a los clientes de Alaska en los forfait de esquí (450 cupones presentados).
- Organización de una jornada con los clientes de la tienda (30 participantes)

## CATALOGUE CE AIRBUS OPERATIONS:

Acciones de comunicación:

- Integración en el catálogo de la agencia de viajes de CE Airbus Opérations de Toulouse (doble página)
- Venta de estancias de invierno (Alojamiento + forfait)
- Posibilidad de alargar la colaboración mediante la integración de la información en el catálogo de primavera/verano (cuando la central de reservas esté activada todo el año).

## Promoción y apoyo a la comercialización turística

### Asistencia a ferias

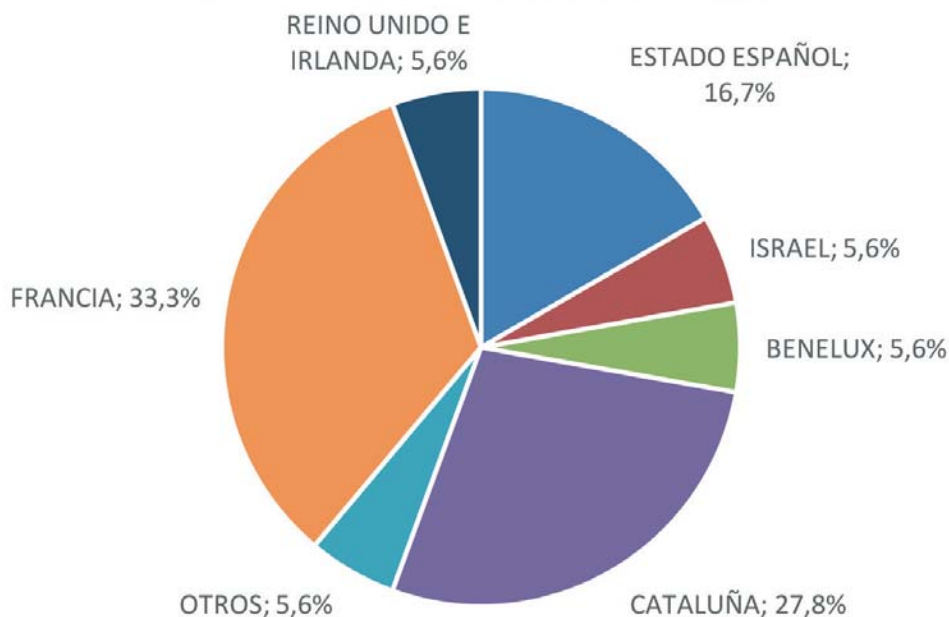
FTVA elabora anualmente un calendario de ferias de referencia con el objetivo de promover el destino Val d'Aran y sus productos turísticos en los diferentes mercados, tanto nacionales como internacionales. Tanto de carácter profesional como orientadas al gran público. La participación de Val d'Aran en las mismas ha sido de diferentes modalidades: Con stand propio o bien en un módulo dentro de la Agencia Catalana de Turismo, del Patronato de Turismo Terres de Lleida o bien bajo la marca *Pirinèus*. La asistencia a ferias se consolida un año más como herramienta de promoción y difusión del destino, durante el año 2016 FTVA ha asistido a las siguientes ferias:

FERIA	MERCADO	PRODUCTO	PARTICIPACION SOCIS
<b>FITUR</b>	NACIONAL	MARCA VAL D'ARAN	
<b>IMTM</b>	ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN	
<b>FIETS &amp; WANDELBEURS</b>	BENELUX	SENDERISMO/ CICLOTURISMO/ BTT	
<b>NAVARTUR</b>	NACIONAL	MARCA VAL D'ARAN	
<b>B TRAVEL (SITC)</b>	CATALUÑA	MARCA VAL D'ARAN	
<b>MERCAT D'ESCAPADES</b>	CATALUÑA E INTERNACIONAL	MARCA VAL D'ARAN	
<b>SALON COMITÉE ENTREPRISE</b>	FRANCIA - NANTES	MARCA VAL D'ARAN	BAQUEIRA BERET
<b>SALON COMITÉE ENTREPRISE</b>	FRANCIA - MONTPELLIER	MARCA VAL D'ARAN	BAQUEIRA BERET
<b>SALON COMITÉE ENTREPRISE</b>	FRANCIA - PAU	MARCA VAL D'ARAN	BAQUEIRA BERET
<b>SALON COMITÉE ENTREPRISE</b>	FRANCIA - TOULOUSE	MARCA VAL D'ARAN	BAQUEIRA BERET
<b>MERCAT DE MERCATS</b>	CATALUÑA	GASTRONOMIA - MARCA GARANTIA VAL D'ARAN	
<b>SALON COMITÉE ENTREPRISE</b>	FRANCIA - BORDEAUX	MARCA VAL D'ARAN	BAQUEIRA BERET
<b>SKI &amp; SNOWBOARD SHOW LONDRES</b>	REINO UNIDO E IRLANDA	NIEVE	BAQUEIRA BERET
<b>SALON DE TOURISME "VIVONS 100% SPORT"</b>	FRANCIA	MARCA VAL D'ARAN	BAQUEIRA BERET
<b>NEVARIA</b>	NACIONAL	NIEVE - MONTAÑA	BAQUEIRA BERET

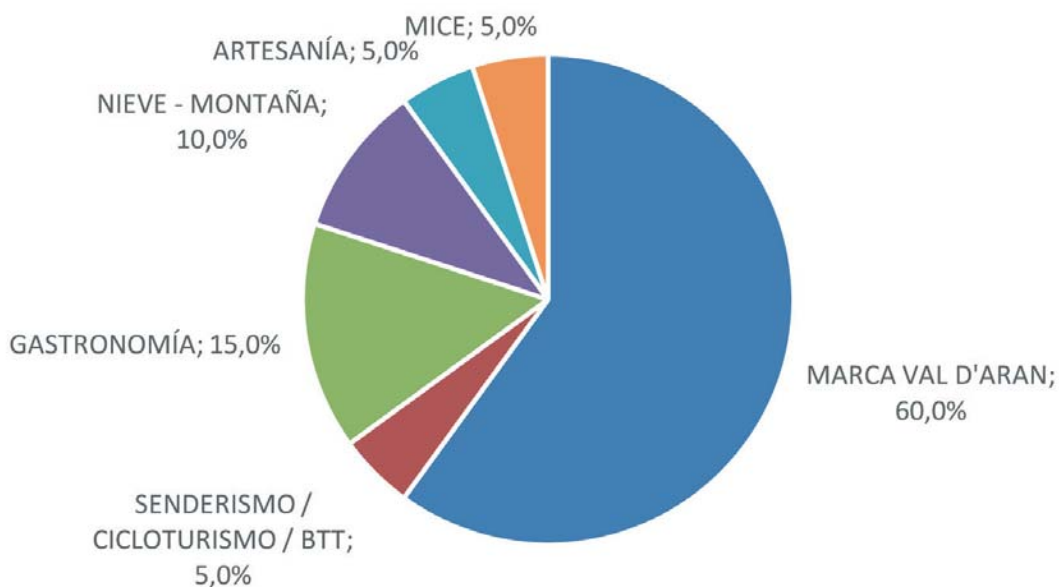


A continuación se muestra de forma gráfica la clasificación por ámbito geográfico y por producto de las ferias a las que ha asistido *Foment Torisme Val d'Aran* en 2016. Val d'Aran apuesta por el turismo nacional e internacional, siendo Francia el mercado en el que se han asistido a más ferias este año. En cuanto a la tipología de ferias por producto, cabe destacar la asistencia a ferias para promocionar de forma genérica la marca Val d'Aran con los productos de gastronomía, nieve y montaña.

### FERIAS - ÁMBITO GEOGRÁFICO



### FERIAS - PRODUCTO



## Workshops

Por lo que se refiere a los workshops, a continuación se presenta el listado de workshops a los que ha asistido FTVA en 2016:

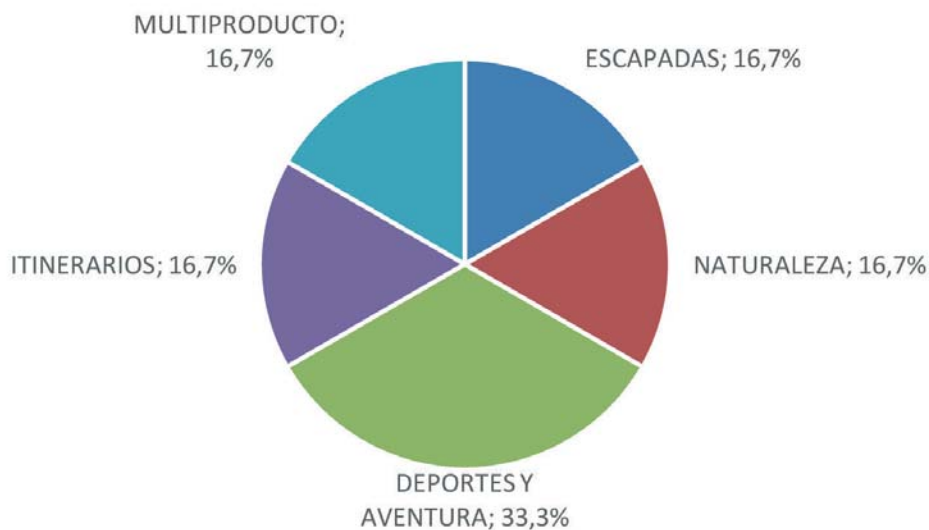
WORKSHOP	MERCAT	PRODUCTE	PARTICIPACION SOCIS
LISTEX LONDON	REINO UNIDO	DEPORTES DE INVIERNO -	KABI BY EDURNE PASABAN
WORKSHOP BUY CATALUNYA	MULTIMERCADO	NIEVE	
INTERPIRINEUS	CATALUÑA	MULTIPRODUCTO ITINERARIOS - ESCAPADAS - NATURAEZA Y AVENTURA	

A continuación se presentan los workshops a los que ha asistido FTVA clasificados por ámbito geográfico y mercado:

### WORKSHOPS - ÁMBITO GEOGRÁFICO



### WORKSHOPS - PRODUCTO





## Press-Trips, Fam-Trips y Blog-Trips

De forma complementaria a la asistencia a ferias y participación en workshops, *Foment Torisme Val d'Aran* organiza viajes de familiarización, eventos deportivos y actividades que contribuyen a la promoción del destino. El objetivo de éstas acciones son las de dar a conocer el destino a las personas y grupos prescriptores de referencia en los distintos mercados y productos y fomentar el desarrollo del sector turístico en el valle. A continuación se detallan las acciones “receptivas” organizadas por Val d’Aran o en las que ha participado durante el año 2016 clasificadas según su tipología.

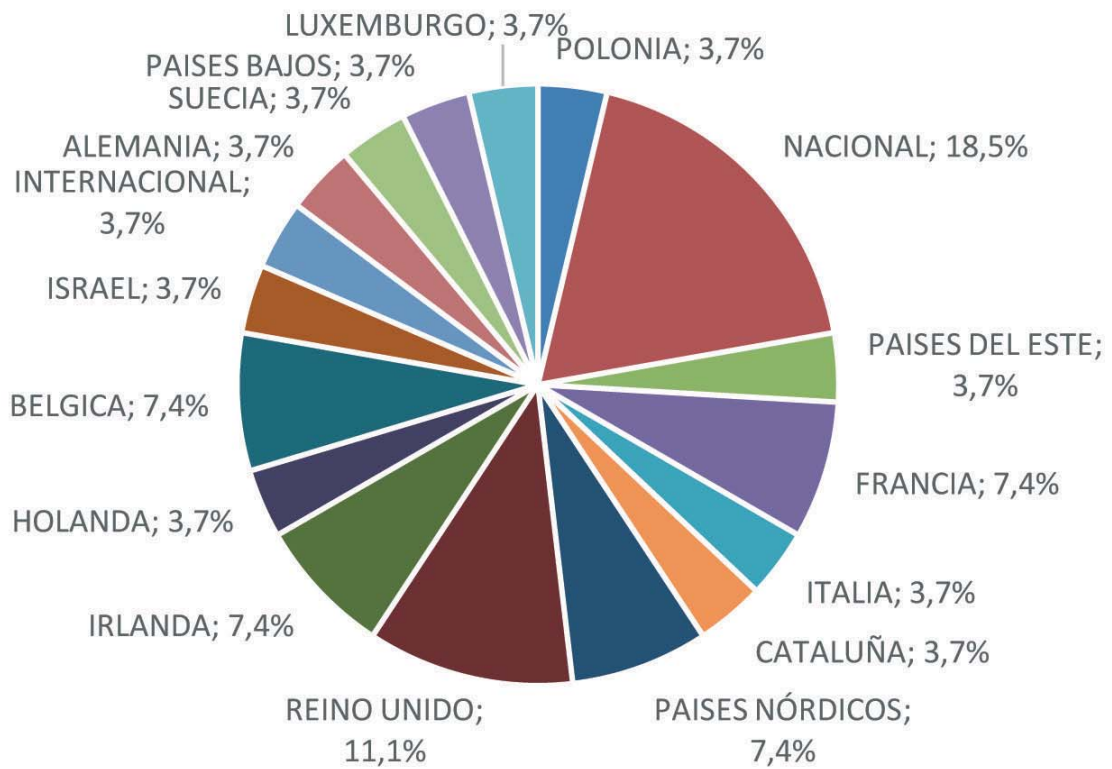
- **Press - Trip:** Cuando la persona o el grupo que solicita la facilitación de la visita a la Val d’Aran tiene capacidad de prescribir el destino en prensa y otros soportes de comunicación.

A continuación se detallan los Press-Trips organizados por FTVA durante el año 2016:

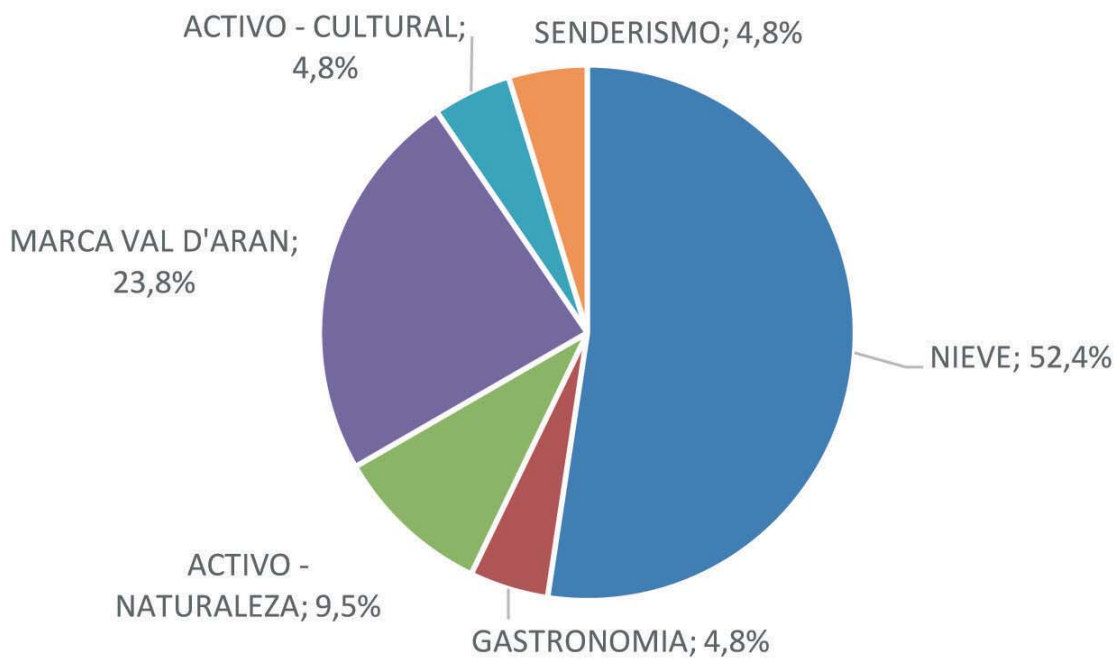
PRESS-TRIP / MEDIO DE COMUNICACIÓN	MERCADO	PRODUCTO
TELEVISION POLACA	POLONIA	NIEVE
TRAVELER CONDÉ NAST	NACIONAL	GASTONOMIA
TV2	NACIONAL	NIEVE
NHÈU & CATALUNHA ESPORTIUA	PAISES DEL ESTE	NIEVE
FR3 TV	FRANCIA	NIEVE
TRACKS & TRAILS WINTER EDITION	BENELUX	NIEVE - NATURALEZA - AVENTURA
REVISTA BELLE EUROPA	ITALIA	NIEVE
PICALLETRES	CATALUÑA	MARCA VAL D'ARAN
REVISTA ÅKA SKIDOR - MARTIN SÖDERQVIST	PAISES NÓRDICOS	NIEVE
EPIC TV	REINO UNIDO E IRLANDA	NIEVE
COPA DEL MUNDO FIS SNOWBOARD CROSS	REINO UNIDO, HOLANDA Y BELGICA	NIEVE
VAGABOND MAGAZINE	PAISES NÓRDICOS	NIEVE
LE GUIDE VERT MICHELIN - BARCELONA ET LA CATALOGNE	FRANCIA	MARCA VAL D'ARAN
MAYA MAHLER - YEDIOTH AHRONOTH	ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN
ACTIU-NATURA	REINO UNIDO E IRLANDA	ACTIVO-NATURALEZA
THE CATALAN PYRENEES MEET THE PRESS	INTERNACIONAL Y NACIONAL	ACTIVO - CULTURAL
HANS GASSER - SÜDDEUTSCHE ZEITUNG	ALEMANIA	SENDERISMO
JORNADA DE PERIODISME E TERRITÒRI DERA VAL D'ARAN	NACIONAL	MARCA VAL D'ARAN
PERSEGUI TS I SALVATS	NACIONAL	MARCA VAL D'ARAN
OUTDOOR TRAINING E SKI MAGASINET	SUECIA	NIEVE - ACTIVO



## PRESS-TRIPS - ÀMBITO GEOGRÀFIC



## PRESS-TRIPS - PRODUCTO



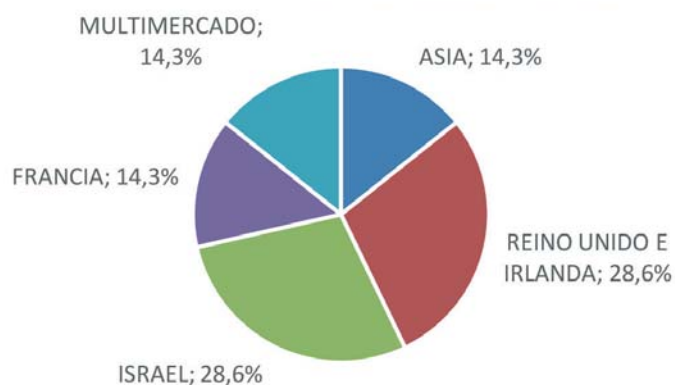


- **Fam - Trip:** Cuando la persona o el grupo que solicita la facilitación de la visita a la Val d'Aran tiene capacidad de prescribir el destino entre los intermediarios turísticos. Viajes de familiarización con el destino de tour operadores, agentes de viaje, transportistas, restauradores, etc.

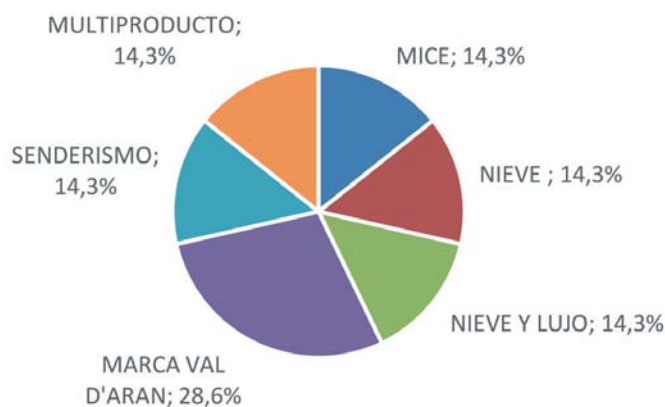
A continuación se detallan los Fam-Trips organizados por FTVA durante el año 2016:

FAM-TRIP	MERCADO	PRODUCTO
CONGRÉS ANUAL NIMA (NETWORK OF INDIAN MICE AGENTS)	ASIÁTICO	MICE
LUXEPRIVÉ - MERCAT UK	REINO UNIDO E IRLANDA	NIEVE Y LUJO
NHÈU CATALAN PYRENNES (Baqueira) & BARCELONA	REINO UNIDO E IRLANDA	NIEVE
KOKOPELI MASSAOT AMSALEM	ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN
SHARON COHEN ISSTA SKI	ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN
FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONÉE	FRANCIA	SENDERISMO
BUY CATALUNYA	MULTIMERCADO	MULTIPRODUCTO

### FAMTRIPS - ÁMBITO GEOGRÁFICO



### FAMTRIPS - PRODUCTO



- **Blog-Trips:** Cuando la persona o el grupo que solicita la facilitación de la visita a la Val d'Aran tiene capacidad de prescribir el destino entre los medios de comunicación online, siendo blogs especializados en productos turísticos o mercados concretos. Viajes de familiarización con el destino de bloggers.

El año 2016 FTVA ha organizado dos Blog-Trips en Val d'Aran con bloggers de referencia en el mercado holandés y francés, cabe destacar que en el Blog-Trip del mercado Francés participaron los responsables del blog de viajes número 1 en Francia.

A continuación se muestra de forma detallada los Blog-Trips organizados por FTVA en 2016:

BLOG-TRIP	MERCADO	PRODUCTO
WHAT ABOUT HER	HOLANDA	MARCA VAL D'ARAN
CARNETS DE TRAVERSE	FRANCIA	MARCA VAL D'ARAN

- **Otros:** Personas o grupos que representan a colectivos de interés para aumentar el turismo en la Val d'Aran, equipos deportivos, asociaciones, colegios profesionales, entidades, embajada... FTVA colabora de distinta forma para la promoción turística del destino.

Durante el año 2016 cabe destacar la colaboración en los eventos de carácter deportivo y los vinculados a la naturaleza, en 2016 FTVA ha colaborado en más de 15 eventos y pruebas deportivas organizadas en el territorio y en 5 eventos y jornadas vinculadas en la dinamización de la naturaleza.

Por otro lado también cabe destacar la asistencia a jornadas profesionales de networking durante el año 2016. Una de las jornadas a las que ha asistido es la de Interpireneus.

## Acciones de promoción dirigidas al público final

Además de las anteriores acciones de promoción FTVA participa en diferentes acciones dirigidas al público final.

Durante el año 2016 se ha desarrollado la siguiente acción:

### Campañas de Promoción Baqueira/Beret – Val D'aran

- Durante tres semanas FTVA, conjuntamente con Baqueira-Beret, han promocionado la temporada de invierno en más de 17 ciudades españolas. La acción se dirigía principalmente al mercado nacional con el producto de nieve.
- Iglú en Barcelona y Madrid
- Campaña promoción internacional en Francia y Reino Unido.
- Oficina Toulouse:

- **PRESENTACION DE LA ETAPA DEL TOUR DE FRANCIA EN LA OFICINA DE TOULOUSE:**

El jueves 19 de Mayo de 2016 se hizo la presentación de la etapa del Tour de Francia que pasaría por la Val d'Aran. Se invitó a la prensa, a los clubs de ciclismo/BTT i a los sponsors y se organizó un aperitivo con productos de la Marca de Garantía de la Val d'Aran.

- **FERIAS:**

- Salon CE de Montpellier : 27 y 28 septiembre.
- Salon CE de Pau : 4 octubre.
- Salon CE de Toulouse : 6 y 7 octubre.



- Salon CE de Bordeaux: 13 y 14 octubre.
- Salon Vivons Sport Bordeaux: 9 al 13 noviembre.
- Salon SLAT / CE Airbus : 18 y 19 noviembre.

○ **SPONSORIZACION DE UNA COMPETICION DE GOLF – EXCLUSIV GOLF DE TOULOUSE SEILH:**

Competición los días 15 y 16 de Octubre con entrega de premios y coctel. 220 participantes. Se llevaron a cabo diferentes acciones de comunicación (ver apartado de comunicación i/o Anexo 1.)

○ **MARCHE VICTOR HUGO:**

Patrocinio el jueves 8 de diciembre (de 18:30 a 22:30h) en la « Nocturne du marché Victor Hugo » en Toulouse, donde asistieron unos 6.000 visitantes. Se llevaron a cabo diferentes acciones de comunicación (ver apartado de comunicación i/o Anexo 1.)

○ **SPONSOR STADE TOULOUSAIN:**

Integración al club de sponsors del Stade Toulousain con mas de 250 sponsors para la temporada 2016-17. Diferentes acciones de comunicación (ver apartado de comunicación i/o Anexo 1.)

○ **SPONSORIZACION TIENDA ALASKA DE TOULOUSE:**

Patrocinio en la tienda ALASKA en Toulouse, especialistas en esquí y BTT. Diferentes acciones de comunicación (ver apartado de comunicación i/o Anexo 1.)

○ **CATALOGUE CE AIRBUS OPÉRATIONS**

Integración en el catálogo de la agencia de viajes CE Airbus Opérations de Toulouse. Venta de estancias de invierno.

## Dinamización del destino

La Agencia de *Comèrç d'Aran* tiene por objetivo promover, asesorar y dinamizar el comercio de la Val para coordinar y promover acciones encaminadas a mejorar la competitividad del sector; un sector compuesto por 330 comercios y tres asociaciones de empresarios y comerciantes: Vielha, Bossòst, Baqueira y Arties.

Durante el año 2016 han realizado diferentes acciones, a modo de resumen se resaltan las siguientes:

- Asociación de Comerciantes de Vielha
  - VI Concurso de escaparates. Participaron 14 comercios del 20 de diciembre 2015 al 6 de enero de 2016.
- Asociación de Comerciantes y Empresarios de Bossòst
  - Jeudi Promo, participaron en esta promoción 30 comercios de Bossòst.
- Asesoramiento
  - Durante el año 2016, se ha seguido informando sobre las ayudas y subvenciones de interés para diferentes tipos de establecimientos. Colaboración con la Generalitat de Catalunya del Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda de Cataluña.

## Colaboraciones deportivas y culturales

FTVA colabora con diferentes eventos deportivos y culturales. Son en total 36 colaboraciones que suponen un total de 17.217,35€ en concepto de colaboración económica y material.

## Otras acciones

- Feria de Sant Josep de Mollerussa del 17 al 20 de marzo, con la exposición, información y degustación de los productos agroalimentarios de la Marca de Garantía.
- Feria de Sant Miquel de Lérida del 29 de septiembre al 2 de octubre, con la exposición, información y degustación de los productos agroalimentarios de la Marca de Garantía.
- Feria Hèt a Man, Hèt Aciu, del 16 al 18 de agosto, participaron en la edición 2016, 24 artesanos.
- Aran Market, “Botigues en carrèr”, del 19 al 21 de agosto. En la edición 2016 participaron 16 comercios.
- Salón “The Craftroom”, organizado por el Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda de Catalunya, del 8 al 10 de julio. Es una feria de promoción y venta de artesanía a nivel estatal e internacional, dónde participaron 11 artesanos en el stand del Conselh Generau d’Aran.
- Feria Mercat de Mercats en Barcelona, donde había representados 120 stands dónde poder vender y promocionar producto, degustar y participar en las diferentes actividades relacionadas con productos agroalimentarios, en el Aula Gastronómica, del 21 al 23 de octubre de 2016.

## Acciones de gastronomía y Marca de Garantía

- Era Olhada, se celebró el día 20 de marzo en el Plan de Beret, con la degustación del plato típico de la olla aranesa, coincidiendo con la Copa del Mundo de Snowboard Cross y con la colaboración de Baqueira-Beret, Bodegas Príncipe de Viana y productos agroalimentarios de la Marca de Garantía.
- Semana del Caviar del 14 al 20 de marzo con la participación de 8 restaurantes de la Val d’Aran. Dónde se pudo degustar platos elaborados con caviar Nacarii, esturión fresco o ahumado de esturión, también se complementó con visitas guiadas a la piscifactoría de Les para conocer su elaboración, proceso y origen del esturión, también la posibilidad de realizar tratamientos faciales y corporales a base de caviar en el Balneario de Les.
- Tour de France.
- Viaje Promocional con Baqueira-Beret.
- Presentaciones Val d’Aran y ferias.
- Premios y reconocimientos y varios eventos culturales y deportivos.



# Destacados 2016

## Destacados 2016:

- *Val d'Aran destino turístico que apuesta por la sostenibilidad y la innovación: conectividad, accesibilidad universal – Destion Biosphere por GSTC y Smart Destination, plan piloto.*
- *Internacionalización: Francia y Reino Unido, principalmente.*
- *Colaboración público-privada en la promoción de la marca Val d'Aran: Baqueira Beret e Kabi.(como destacados)*
- *Colaboración con asociaciones empresariales aranesas.*
- *Apuesta por la comunicación y promoción on-line, y como consecuencia, gran mejora en contenido como resultado: webs y redes sociales.*
- *Val d'Aran destino turístico-deportivo: Copa del Mundo de Boardercross, Tour de Francia, acogida de equipos deportivos de nivel, apoyo en competiciones destacadas, promoción del destino en palacios de deportes y campeonatos...*
- *Apoyo a los empresarios y emprendedores para obtener subvenciones para la mejora de sus establecimientos: LEADER*
- *Nuevos videos promocionales de senderismo y ciclismo.*





# RESUMEN. Desglose de inversión.

## Presupuesto de ingresos de FTVA 2016

400.000€	Conselh Generau d'Aran
35.000€	Diputación de Lleida
53.419€	Aportaciones socios
147.405,83€	Aportación tasa turística municipios
68.755,07€	Aportación tasa turística CGA
<b>704.579,90€</b>	

## Inversión y distribución presupuestaria:

- Estructura de gestión turística – equipo de trabajo.
- Estructura de información turística. Oficinas de Vielha, Naut Aran i puntos de información en verano.
- Presencia on-line de la marca Val d'Aran.
- Presencia off-line de la marca Val d'Aran.
- Campañas de promoción diversas.
- Campañas de promoción y apoyo a la comercialización.
- Organización y colaboración en eventos deportivos, culturales y comerciales en la Val d'Aran.
- Esponsorización y benchmarqueting.
- Material promocional i de imagen de la marca Val d'Aran.





# Actuaciones de promoción turística a cargo del presupuesto del Conselh Generau d'Aran.

Aportación del Conselh Generau d'Aran al presupuesto de FTVA para la promoción de la marca Val d'Aran

DE FORMA DIRECTA:

68.755,07€  
35.000€  
400.000€

Tasa Turística CGA  
Diputación de Lleida  
Conselh Generau d'Aran a FTVA

DE FORMA INDIRECTA:

34.482 €  
24.200€  
5.500€  
13.500€  
45.000 €  
60.292 €

Convenio Pirenèus  
Team Sports (Promoción  
destinación turístico-deportiva)  
Pirenades y video documental  
Romanic Musicau  
Agencia del Comèrç d'Aran  
Prueba piloto regulación acceso  
a Artiga de Lin  
Aportación Tour de France  
(colaboración de otras entidades)  
Oficina Toulouse

136.970€

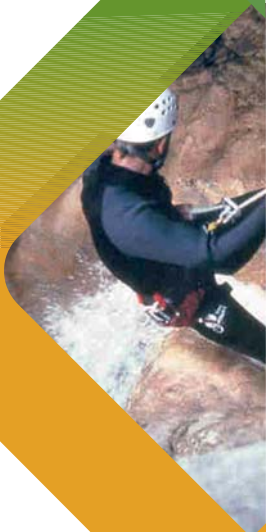
50.000€

**873.699€**

Otras aportaciones del Conselh Generau d'Aran que contribuyen en la promoción de la marca val d'aran:

450.000 € - Inversión en mantenimiento de la red de caminos y senderos.

Hemos invertido en campañas de promoción y acciones de turismo **873.699€**. Sin contar el gasto de mantenimiento de los caminos.





## **Redacción y contenido:**

**Anna Diaz Morelló.**

*Conselhèra de Torisme e Desenvolopament Economic deth Conselh Generau d'Aran e Vicepresidenta de Foment Torisme Val d'Aran*

a.diaz@aran.org

**Equipo de FTVA:**

**Conchi Rodríguez**

c.rodriguez.torisme@aran.org

**Montse Viló**

m.vilo.torisme@aran.org

**Juanma Morell**

j.morell.torisme@aran.org

**Anna López**

a.lopez.torisme@aran.org

**Developing Natural Activites:**

Francisco J. Castillo Acero

**Comunicación On-line:**

Javier Vall e Mireia Oliver

**Equipo de Información turística:**

**Fany Calbetó**

**Rosa Salado**

**Maria Aran Justo**

o.torisme@aran.org

**Maria Aran Nieto**

o.s.torisme@aran.org

**Maquetación y diseño:**

**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