

MEMÒRIA 2024

PATRONAT DE TURISME COSTA
BRAVA PIRINEU DE GIRONA

Girona Patronat de Turisme
Costa Brava Girona



ÍNDEX DE CONTINGUTS

1— INTRODUCCIÓ DEL PRESIDENT	4	5— ACCIONS PROMOCIONALS	20
1.1 Visitants i estades a la demarcació de Girona	7	5.1 Accions promocionals principals	21
2— ESTRUCTURA ORGANITZATIVA	8	5.2 Fires de turisme	24
2.1 Òrgans de govern	9	5.3 Accions a prescriptors	26
2.2 Consell d’administració	9	6— CLUBS DE MÀRQUETING I PRODUCTE	27
2.3 Comissió Assessora	10	6.1 Cultura i identitat	29
2.4 Organismes en els quals el Patronat té representació		6.2 Enogastronomia	32
Agència Catalana de Turisme (ACT)	10	6.3 Golf	35
2.5 Consell Assessor General	11	6.4 Natura i Turisme Actiu	38
2.6 Organigrama	12	6.5 Ruta del Vi DO Emporda	41
3— PRESSUPOST	13	6.6 Salut i benestar	44
3.1 Pressupost d’ingressos	14	6.7 Turisme Esportiu	47
3.2 Pressupost de despeses	15	6.8 Unique Premium	50
3.3 Ajuts, convenis de col·laboració i patrocinis	16	6.9 Convention Bureau	53
4— SOSTENIBILITAT	17	6.10 Costa Brava Cruise Ports	56
4.1 Sostenibilitat	18	6.11 Costa Brava Yatch Ports	59
4.2 Sostenibilitat	19	6.12 Turisme Familiar	61
		6.13 Turisme Inclusiu i Sènior	63

6.14	Marca Pirineus	65
7—	MÀRQUETING DIGITAL, PUBLICITAT I COMUNICACIÓ CORPORATIVA	68
7.1	Màrqueting DIGITAL	69
7.2	Campanyes de publicitat i comunicació	75
7.3	Comàrqueting	80
7.4	Comàrqueting per a productes	80
7.5	Comunicació corporativa i premsa	81
7.6	Premis G!	83
7.7	Atenció al visitant	84
7.8	Banc d’imatges	85
7.9	Sessions fotogràfiques	86
7.10	Cessions de tercers	86
8—	FORMACIÓ	87
8.1	Programa de formació professional Turisme 360°	88
9—	INTEL·LIGÈNCIA DE MERCAT	89
9.1	Intel·ligència de mercat	90





1-INTRODUCCIÓ DEL PRESIDENT



El 2024 es considera el «nou any de referència» del turisme a la demarcació de Girona, per l'assoliment i superació de les xifres pre pandèmiques i l'increment de la despesa dels visitants. La Costa Brava i el Pirineu de Girona han rebut 8,5 milions de visitants, que han generat 28,3 milions de pernoctacions, xifra que representa un increment del 2,3 % respecte al 2023. Les dades d'ocupació indiquen un increment de l'estada mitjana a la destinació, un fet molt positiu tant per a les empreses d'allotjament, que milloren els rendiments, com per a la destinació, que redueix la petjada de carboni. A més, cal destacar una major desestacionalització de les pernoctacions, amb increments durant les temporades baixa i mitjana. Així mateix, la despesa global del turisme internacional a Catalunya també ha augmentat prop del 12 %, una xifra que confirma la bona dinàmica del sector i dona com a resultat «una bona temporada».

Durant aquest exercici, el Patronat de Turisme Costa Brava Girona de la Diputació de Girona ha acomplert satisfactòriament el Pla d'accions i objectius de 2024. L'actuació es resumeix numèricament amb 326 accions dutes a terme a més d'una desena de mercats emissors de turisme per a les destinacions Costa Brava i Pirineu de Girona. Concretament, s'han organitzat 86 presentacions de destinació i producte dirigides a professionals; s'han organitzat i programat 27 trobades empresarials (workshop) adreçades a agents de viatges i canals d'intermediació; s'ha participat en 25 fires de turisme; s'han organitzat 130 viatges de familiarització, premsa i bloguers, que han portat a la destinació 740 prescriptors; s'han programat 28 sessions i tallers formatius dirigits a 620 professionals del sector; s'ha desplegat la campanya publicitària «Viu el doble» en l'àmbit català, estatal i internacional; s'ha millorat el posicionament i la reputació en l'àmbit del màrqueting digital, i s'ha actuat en l'àmbit de la sostenibilitat turística a través de campanyes i formacions enfocades a fomentar l'estalvi i la gestió energètica eficient en el sector turístic, entre d'altres.

Durant aquest exercici, l'entitat ha continuat apostant per un model turístic ambientalment responsable, socialment just i territorialment equilibrat, d'acord amb el Compromís Nacional per un Turisme Responsable, impulsat per la Direcció General de Turisme, i els ODS (Objectius de Desenvolupament Sostenible), impulsats per la Diputació de Girona. També ha treballat l'equilibri en la relació entre el resident permanent i el turista, i ha reforçat la comunicació per potenciar els impactes positius que aporta el turisme a la demarcació.

La Memòria d'activitat del Patronat de Turisme Costa Brava Girona de la Diputació de Girona que figura a continuació descriu de manera resumida aspectes relatius a l'estructura organitzativa de l'entitat, el màrqueting operatiu i digital, la difusió de la marca, la comunicació, la sostenibilitat, la competitivitat i la cultura de la dada.

MIQUEL NOGUER I PLANAS
President de la Diputació de Girona
i del Patronat de Turisme Costa Brava Girona

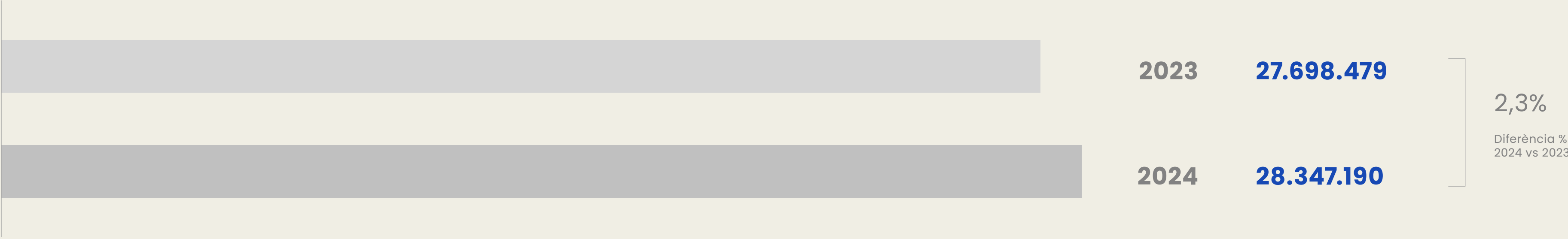
VISITANTS I ESTADES A LA DEMARCACIÓ DE GIRONA

Font: Eurecat, Centre Tecnològic de Catalunya, a partir de la plataforma TDS.

Arribades



Pernoctacions





2-ESTRUCTURA ORGANITZATIVA

ÒRGANS DE GOVERN

Junta General

l'òrgan suprem del Patronat, fundat pels accionistes el 28 de desembre de 1976.

CONSELL D'ADMINISTRACIÓ

(En data 31 de desembre de 2024, la composició era la següent)

Sector Públic

Diputació de Girona

Miquel Noguer i Planas, president
Jordi Masquef i Creus, vicepresident primer
Joan Plana i Sagué, vicepresident segon
Jordi Camps i Vicente
Adrià Lamelas i Martínez

Consells comarcals

Va ser escollit per majoria, com a representant de tots els consells comarcals de les comarques gironines, Santiago Reixach i Garriga, president del Consell Comarcal de la Garrotxa.

Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat

Joan Martí i Bonmatí

Facultat de Turisme de la Universitat de Girona

Lluís Coromina i Soler

Sector Privat

Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Girona

Enric Dotras i Ruscalleda, vicepresident tercer

Gremis i associacions

Federació d'Hostaleria
Antoni Escudero i Martínez

Associació de Càmpings de Girona
Miquel Gotanegra i Portell

Associació Turística d'Apartaments
Esther Torrent i Vila

Agències de viatges
Jordi Martí i Utset

Associació de Turisme Rural de Girona
Ane Movilla i Garcia

Persona idònia
Jaume Dulsat i Rodríguez

COMISSIÓ ASSESSORA

La Comissió Assessora del president està formada pels membres del Consell d’Administració que ell designa. En data 31 de desembre de 2024, la composició era la següent:

- Miquel Noguer i Planas, President
- Jordi Masquef i Creus, Vicepresident primer
- Joan Plana i Sagué, Vicepresident segon
- Enric Dotras i Rusalleda, Vicepresident tercer
- Norbert Bes i Ginesta, Director
- Carles Mota i López
- Joan Martí i Bonmatí
- Antoni Escudero i Martínez
- Miquel Gotanegra i Portell
- Lluís Torrent i Suñé
- Josep Maria Pla i Calsina
- Gemma Geis i Carreras
- Josep Comaposada i Seuba
- Jordi Martí i Utset
- Dolors Vidal i Casellas
- Xavier Trias i Arraut
- Jordi Mías i Morell
- Jaume Dulsat i Rodríguez

ORGANISMES EN ELS QUALS EL PATRONAT TÉ REPRESENTACIÓ

AGÈNCIA CATALANA DE TURISME (ACT)

Consell de Direcció

Norbert Bes i Ginesta, director

Consell General de Participació

Miquel Noguer i Planas, president

CONSELL ASSESSOR GENERAL

(En data 31 de desembre de 2024, la composició era la següent)

La Comissió Assessora del president està formada pels membres del Consell d’Administració que ell designa.
Miquel Noguer i Planas Diputació de Girona
Jordi Masquef i Creus Diputació de Girona
Joan Plana i Sagué Diputació de Girona
Jordi Camps i Vicente Diputació de Girona
Adrià Lamelas i Martínez Diputació de Girona
Carles Motas i López Diputació de Girona
Santiago Reixach i Garriga Representació dels consells comarcals gironins
Carles Ramonet i Costa Diputació de Girona. Àrea d’Esports
Helga Nuell i Turon Diputació de Girona. Àrea de Promoció i Desenvolupament Econòmic Local
Jordi Llach i Expósito Diputació de Girona. Fons Europeus
Francesc Armengol i Morales Consell Comarcal de la Cerdanya
Albert Sanz i González Consell Comarcal de la Selva

Xavier Guitart i Cano Consell Comarcal del Ripollès
Enric Marquès i Serra Consell Comarcal del Baix Empordà
Pere Casellas i Borrell Consell Comarcal de l’Alt Empordà
Robert Mundet i Anglada Consell Comarcal del Gironès
Gemma Canalias i Rafel Consell Comarcal de la Garrotxa
Francesc Castañer i Campolier Consell Comarcal del Pla de l’Estany
Joan Martí i Bonmatí Director dels Serveis Territorials d’Empresa i Treball
Lluís Coromina i Soler Universitat de Girona. Facultat de Turisme
Gemma Geis i Vilar Ajuntament de Girona
Fèlix Llorenç i Palou Ajuntament de Roses
Joan Felip i Furés Ajuntament de Blanes
Ana Abellán i Gómez Ajuntament de Tossa de Mar
Lluís Bosch i Rebarter Ajuntament de Colera
Josep Antoni Ramon Guasch Ajuntament de Serinyà
Ramon Moliner i Serra Estacions d’esquí del Pirineu de Girona

Artur Altabàs i Molina Turisme accessible de Girona, MIFAS
Joan Pijoan i Coromina Representant dels parcs naturals de Girona
Romina Ribera i Marigó Club de la Ruta del Vi i Enogastronomia
David Plana i Viladomat Club de Producte de Golf
Marc Casadellà i Amer Club de Natura i Turisme Actiu
Teresa Cervera i Figueras Club de Salut i Benestar
Marta Montalban i Gallego Club de Cultura i Identitat
Jordi Mias i Morell Club del CB Girona Convention Bureau
Federico Alvargonzález Club Unique Premium
Marc Gonkel Club d’Enogastronomia
Jordi Congost i Genís Club de Turisme Esportiu
Enric Dotras i Ruscalleda Cambra de Comerç de Girona
Joan Masó i Sala Cambra de Comerç de Girona
Antoni Escudero i Martínez Federació d’Hostaleria
Jesús Maria Pont i Colldecarrera Federació d’Hostaleria

Miquel Gotanegra i Portell Associació de Càmpings de Girona
Ane Movilla i Garcia Associació de Turisme Rural de Girona
Esther Torrent i Vila Associació Turística d’Apartaments
Xavier Garcia Senés Associació d’Hostaleria, Turisme i Restauració de Girona
Maite Aliu i Rotger Associació de Camps de Golf
Míriam Prat i González Associació de Centres Subaquàtics
Jordi Martí i Utset Associació Catalana d’Agències de Viatges
Josep Carreras i Bech Gremi de Promotors i Constructors
Josep Maria Cama i Massana Parcs Aquàtics de la Costa Brava
Raimon Roca i Puig Ports Esportius de la Costa Brava
Josep Ros i Pijoan Creuers Turístics de la Costa Brava
Enric Gimeno i Aragonés Transports i Mobilitat
Josep Maria Pla i Calsina Persona idònia
Lluís Torrent i Suñé Persona idònia

Àlex Trias i Arraut Persona idònia
Oriol Aguilà i Vilà Persona idònia
David Bellver i Vives Persona idònia
Josep Comaposada i Seuba Persona idònia
Dolors Vidal i Casellas Persona idònia
Genís Matabosch i Giménez Persona idònia
Xavier Pascual i Bellosta Persona idònia
Miquel Juncà i Riuró Persona idònia
Jaume Busquets i Arnau Persona idònia
Albert Gómez i Casas Persona idònia
Jaume Dulsat i Rodríguez Persona idònia
Ramon Corominas i Estany Persona idònia
Joaquim Majó i Fernández Persona idònia

ORGANIGRAMA

Consell d’administració

Consell Assessor General

Presidència

Comissió Assessora

Direcció

Secretari general

Administració

Recepció I Informació turística I Logística

Administració I Gestió del Personal I
Seu Electrònica i Transparència

Comptabilitat i Tresoreria I Contractació Pública

Convocatòries i Actes dels Òrgans de Govern
del Patronat

Pressupost I Control Financer i Econòmic

Gestió Fiscal i Laboral I Auditories Financeres
i de Control Intern

Aeroport de Girona

Informació turística

Comunicació corporativa i premsa

Relació i gestió de mitjans de comunicació

Control i anàlisi de reputació

Màrqueting, promoció i comunicació

Clubs de màrqueting i de producte

Natura i Turisme Actiu, Salut i Benestar, Cultura i Identitat, Ruta del
Vi DO Empordà, Golf, Costa Brava Girona Convention Bureau, Costa
Brava Cruise Ports, Costa Brava Yacht Ports, Sènior, Inclusiu, Familiar,
Unique Premium, Enogastronomia, Turisme Esportiu

Fires i operadors

Màrqueting *online*

Portal turístic, xarxes socials i campanyes digitals

Documentació i arxiu d’imatges

Publicitat i comàrqueting

Sostenibilitat

Formació



3-PRESSUPOST

PRESSUPOST D'INGRESSOS

Descripció	Drets nets (€)	%
Transferències corrents	5.825.338,75	93,41
Diputació de Girona	5.729.000,00	91,87
Direcció General de Turisme, pel cofinançament de les despeses de funcionament de l'Oficina de Turisme de l'Aeroport	76.338,75	1,22
Membres del Costa Brava Cruise Ports	14.000,00	0.22
Membres del Costa Brava Yacht Ports	6.000,00	0,10
Prestació de serveis i altres ingressos	410.766,02	6,59
Total d'ingressos	6.236.104,77	

PRESSUPOST DE DESPESES

Descripció	Despesa real (€)	%
Programa 0. Estructura i funcionament	2.040.759,52	35,00
Despeses de personal	1.747.359,77	27,63
Despeses d'administració	289.232,27	4,96
Inversió en immobilitzat	3.936,09	0,07
Despeses financeres	231,39	0,004
Programa 1. Màrqueting i promoció	3.278.936,82	56,24
Màrqueting de productes	869.283,78	14,91
Publicacions, documentació i arxiu d'imatges	139.349,08	2,39
Publicitat i creativitat en publicitat	1.076.709,53	18,47
Despeses en accions promocionals	948.540,92	16,27
Patrocinis i altres esponsoritzacions	245.053,51	4,20
Programa 2. Desenvolupament en línia	121.759,96	2,09

Descripció	Despesa real (€)	%
Programa 3. Jornades de formació	14.973,82	0,26
Programa 5. Posicionament i gestió de la marca	92.561,47	1,59
Programa 7. Comunicació i relacions públiques	56.879,92	0,98
Programa 9. Lideratge turístic	224.134,22	3,84
Despeses de lideratge turístic	55.621,31	0,95
Despeses de l'Oficina de Turisme de l'Aeroport	168.512,91	2,89
Total de despeses	5.830.005,73	

AJUTS, CONVENIS DE COL·LABORACIÓ I PATROCINIS

1 Conveni de col·laboració

185.756,00 € amb l'Agència Catalana de Turisme.

42 Contractes de patrocini

245.053,51 € atorgats a agrupacions, clubs, associacions, fundacions i empreses privades.





4-SOSTENIBILITAT

SOSTENIBILITAT

La Secretaria Tècnica de Sostenibilitat defineix l’estratègia per posicionar la Costa Brava i el Pirineu de Girona com a destinació turística responsable.

Els tres àmbits d’actuació són els següents:

Intern

- Reunions bianuals de la Taula Territorial de Sostenibilitat Turística. Definició del Pla d’accions i objectius.
- Alineació de les accions amb el Compromís Nacional per un Turisme Responsable.
- Càlcul de la petjada de carboni del Patronat com a part del Pla de descarbonització de la Diputació de Girona.
- Implementació del Manual d’accions sostenibles com a prova pilot per a la millora del grau de sostenibilitat de les actuacions pròpies del Patronat.
- Elaboració del document de presentació comercial que detalla la tasca duta a terme des de l’entitat en termes de sostenibilitat, així com els bons exemples i les bones pràctiques existents a la destinació.
- Desplegament de la Global Tourism Plastic Initiative, programa de les Nacions Unides per al Medi Ambient i l’Organització Mundial del Turisme, en col·laboració amb la Fundació Ellen MacArthur.
- Formació interna centrada en certificacions existents al mercat, sistemes de càlcul i compensació de la petjada de carboni, etc.



SOSTENIBILITAT

Sector

- Creació d’un apartat específic d’informacions i documents vinculats a la sostenibilitat dirigits als professionals del sector a través de la web de Trade.
- Organització de workshops: «Gestió eficient i estalvi d’aigua en el turisme», amb 100 participants, i «Turisme sostenible a la Costa Brava i el Pirineu de Girona: La descarbonització en acció», amb 80 participants.
- Formació «Eines per acompanyar-nos de la natura en la nostra activitat turística», amb 25 participants.
- Distribució d’informacions sobre ajudes i subvencions vinculades a la sostenibilitat: ajudes de la Direcció General de Turisme sobre l’ús eficient de l’aigua i l’energia, subvencions europees.
- Visites i assessorament a quatre empreses privades i entitats públiques del territori.

Destinació

- Proposta per ser destinació pilot d’una Fase IV a la Federació Europarc, en el marc de la implementació de la Carta Europea de Turisme Sostenible (CETS).
- Creació del relat de destinació vinculat a la sostenibilitat.
- Disseny de material promocional i de sensibilització: «Water’youdoing», «Llista de propòsits, somnis i desitjos per fer en família».
- Elaboració d’un pla de gestió de situacions de crisi en el marc d’un projecte liderat per la Comissió Europea.
- Recull d’activitats de voluntariat i RSC a la destinació.
- Suport en accions de promoció de la sostenibilitat:
 - Col·laboració i organització de viatges de familiarització: Ecoturisme a la Garrotxa i NjoyCatalonia.
 - Col·laboració en el viatge de benchmark organitzat per CEDER-Axarquía.

Water you doing?

L'aigua és un recurs preciós, per això és molt important fer-ne un ús responsable. Estàs preparat?

El agua es un recurso preciado, por ello es muy importante hacer un uso responsable. ¿Estás listo?

Water is a precious resource, therefor it is very important to make a responsible use. Are you ready?

L'eau est une ressource précieuse, il est donc très important d'en faire un usage responsable. Es-tu prêt?

TEETH VERSUS TAP



Tanca l'aixeta quan et raspallis les dents, afeitis o desmaquillis.
Cierra el grifo cuando te estés cepillando los dientes, afeitándote o desmaquillándote.
Turn off the tap while you're brushing your teeth, shaving, or removing your makeup.
Fermez le robinet lorsque vous vous brossez les dents, vous rasez ou vous démaquillez.

QUICKTY-CLEAN



Dutxa't en 4 minuts o menys.
Dúchate en 4 minutos o menos.
Take a shower of 4 minutes or less.
Prenez une douche de 4 minutes ou moins.

BE WATER-WISE



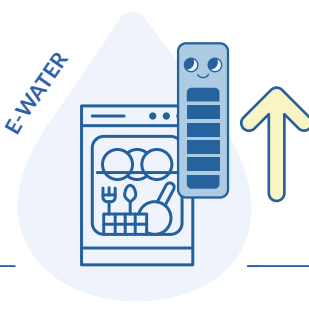
Quan tinguis un botó de doble flux al vàter, opta pel curt.
Cuando tengas un botón de doble flujo en el inodoro, opta por el corto.
If the toilet has a dual flush, choose the half flush.
Lorsque vous avez une double chasse d'eau dans les toilettes, optez pour la version courte.

DO NOT WASTE WATER



No utilitzis el vàter com a paperera.
No utilices el baño como contenedor de basura.
Do not use the toilet as a waste bin.
N'utilisez pas les toilettes comme poubelle.

E-WATER



Utilitza la rentadora i el rentavaixelles amb la càrrega completa i amb programes d'estalvi.
Utiliza la lavadora y el lavavajillas con la carga completa y con programas de ahorro.
Use the washing machine and dishwasher with a full load and select eco programs.
Utilisez le lave-linge et le lave-vaisselle à pleine charge et avec des programmes eco.



Diputació de Girona



Costa Brava
Pirineu de Girona



5-ACCIONS PROMOCIONALS

ACCIONS PROMOCIONALS PRINCIPALS



Fira Navartur.



Acció Londres.

«Setmana de la Costa i el Pirineu de Girona» a Madrid

- 4 esdeveniments promocionals i comercials multiproducte
- 4 sessions de dinamització i àpats gastronòmics
- 100 professionals d'agències de viatge, organitzadors d'esdeveniments i premsa turística i enogastronòmica
- 25 entitats i empreses gironines.

Presentacions «Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona»

- 3 ciutats: Londres (Regne Unit), Hilvarenbeek (Països Baixos) i Lió (França)
- 110 agents i prescriptors de viatges
- 55 periodistes i creadors de continguts
- 40 empreses i entitats gironines

Roadshow «Afterwork Costa Brava & Girona Pyrenees» als Estats Units

- 3 ciutats: San Diego, Los Angeles i San Francisco
- 125 agents especialitzats i programadors d'esdeveniments
- 13 entitats i empreses gironines



Promoció de la Ruta del Vi DO Empordà a Montreal, Canadà

- Acció conjunta de l'Agència Catalana de Turisme, el Patronat de Turisme de la Costa Daurada i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona
- 2 presentacions amb tast de vins i networking
- 25 agents de viatges i 16 prescriptors de mitjans de comunicació



Promoció MICE «In Voyage Girona-Costa Brava»

- 2 workshops
- 150 professionals organitzadors d'esdeveniments d'empresa i viatges d'incentiu europeus i nord-americans
- 20 empreses i entitats gironines
- Conferència «La nostra recepta immillorable com a destinació enogastronòmica»
- 2 viatges de familiarització



FIRES DE TURISME

Nom	Lloc	Tipus	Participació
Vakantiebeurs	Utrecht, Països Baixos	Genèrica Mixta	Catalunya
CMT	Stuttgart, Alemanya	Genèrica Públic final	Catalunya
Fitur	Madrid, Espanya	Genèrica Mixta	Catalunya
Holiday World	Dublín, Irlanda	Genèrica Mixta	Catalunya
Navartur	Pamplona, Espanya	Genèrica Mixta	Estand propi
F.RE.E Munic	Múnic, Alemanya	Genèrica Públic final	Estand propi
FINE	Valladolid, Espanya	Ruta del Vi DO Empordà Professional	Catalunya
Salon de la Plongée	París, França	Natura i Turisme Actiu Professional	
Copenhagen Bike Show	Copenhaguen, Dinamarca	Turisme Esportiu Mixta	Catalunya
ITB	Berlín, Alemanya	Genèrica Professional	Catalunya
B travel	Barcelona, Espanya	Genèrica Mixta	Catalunya
Mercat del Ram	Vic, Espanya	Genèrica Públic final	Estand propi
Salon Les Nautiques de Port Camargue	Le Grau du Roi, França	Natura i Turisme Actiu Mixta	
Seatrade Cruise Global	Miami, Estats Units	Cruise Ports Professional	Catalunya
GolfMesse	Zúric, Suïssa	Golf Costa Brava Públic final	Turespanya
Expovacaciones	Bilbao, Espanya	Genèrica Ruta del Vi DO Empordà Públic final	Estand propi
Rouleur Live	Londres, Regne Unit	Turisme Esportiu Mixta	Estand propi
IAGTO European Convention	Màlaga, Espanya	Golf Costa Brava Professional	Estand propi
IMEX	Frankfurt, Alemanya	Convention Bureau Professional	Catalunya



Nom	Lloc	Tipus	Participació
Termatalia	Ourense, Espanya	Salut i Benestar Professional	Estand propi
Seatrade Cruise Med	Màlaga, Espanya	Cruise Ports Professional	
World Football Summit	Sevilla, Espanya	Turisme Esportiu Professional	Estand propi
Swiss Boat Show	Ginebra, Suïssa	Natura i Turisme Actiu Públic final	
WTM	Londres, Regne Unit	Genèrica Professional	Catalunya
IBTM World	Barcelona, Espanya	Convention Bureau Professional	Catalunya
Salon Autonomic	Tolosa de Llenguado, França	Turisme Inclusiu i Sènior Públic final	Estand propi
IGTM	Lisboa, Portugal	Golf Costa Brava Professional	Catalunya



ACCIONS A PRESCRIPTORS

Viatges de premsa

- 50 Viatges
- 89 Periodistes

Viatges de familiarització

- 49 Viatges
- 533 Agents de viatges

Viatges amb creadors de contingut

- 27 Blog trips
- 60 Prescriptors i creadors de contingut digital





6-CLUBS DE MÀRQUETING I PRODUCTE



El Patronat de Turisme Costa Brava Girona té nou clubs de màrqueting de cooperació i la col·laboració entre els seus membres públics i privats sota una marca comuna, amb l'objectiu, d'una banda, d'incrementar la qualitat i la competitivitat del producte i la destinació turística, i, de l'altra, de millorar-ne la comercialització. Així mateix, el Patronat de Turisme fomenta la creació de sinergies entre els diferents clubs, incentiva la transformació digital i impulsa l'estratègia de sostenibilitat per posicionar la Costa Brava i el Pirineu de Girona com a destinació turística responsable producte, amb més de vuit-centes cinquanta entitats i empreses associades, i treballa altres productes com el turisme familiar, el turisme sènior i inclusiu, i el turisme de creuers i iots.

CULTURA I IDENTITAT





Benestar Cultural

Sòl i Benestar Costa Brava Pirineu de Girona

Cultura i Identitat Costa Brava Pirineu de Girona

➤ Entrades a 25€ costabrava.koobin.com

04.05 9h	Ioga al Castell Gala Dalí Claudia Arias — Púbol	19.05 9.30h	Ioga a les Termes Romanes Happyyoga — Caldes de Malavella
05.05 9h	Stretch Barre als Jardins de Santa Clotilde ClaB — Lloret de Mar	25.05 10h	Stretch Barre al Jaciment d'Empúries ClaB — L'Escala
11.05 11h	Ioga en família al Museu del Joguet Cristina Brondo — Figueres	25.05 18h	Ioga al Museu Etnogràfic Ioganur — Ripoll
11.05 18h	Taller de cuina saludable al Museu de la Mediterrània EspaiCuinarSa — Torroella de Montgri	01.06 9.30h	Ioga al Museu d'Història dels Jueus Happyyoga — Girona
12.05 11h	Mindful & sensory eating al Castell d'Hostalric Edgar Tarrés i EspaiCuinarSa — Hostalric	02.06 11h	Concert d'harmònics al Museu d'Història de Girona Edgar Tarrés — Girona
18.05	Dia Internacional dels Museus Re-descobreix els museus del territori		



Empúries. J. Calera. Arxius Imatges PICG.



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

1a edició de “Benestar cultural”.

10 activitats de benestar en equipaments culturals.
50 participants.

3a edició de «Beu-te el museu».

12 activitats en museus i cellers de la Ruta del Vi DO Empordà.
292 participants, 96 % d’ocupació.

«Experiències Costa Brava i Pirineu de Girona»
al portal web oficial.

Costa Brava Girona Festivals al portal web oficial.

La tarda de Catalunya ràdio amb Elisenda Carod, programa de ràdio de Catalunya Ràdio en directe. CBG!festivals, Barcelona.

1.721.092 impactes,
500 participants al *village*.

ACCIONS PER A CANALS D’INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

ACCIONS PROMOCIONALS

Acció promocional exposició immersiva “Dalí & l’oferta cultural”, a Dortmund, mercat alemany.

37 prescriptors i periodistes.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge de familiarització i *workshop* amb agències escolars, mercat català. *6 participants*.

Viatge de familiarització i *workshop* invers Train Show, mercat francès. *5 participants*.

Viatge de familiarització amb *Run by singers Choral holidays*, mercat britànic. *1 participant*.

Viatge de familiarització amb *Association de Séjours Linguistiques*, mercat francès. *2 participants*.



ACCIONS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

Campanya publicitària «Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona».

Campanyes publicitàries al mercat català, estatal i francès:

CBG!festivals, “Els museus surten al carrer” i «Beu-te el museu».

Publicacions al blog Be Inspired del portal web oficial.

Col·laboració amb el *Diari Ara*, sèrie “Escenaris de novel·la”, mercat català. 1 participant.

VIATGES DE PREMSA

Viatge de premsa amb *Catalunya Ràdio*, *Diari Ara* i *Descobrir*, mercat català. 3 participants.

Viatge de premsa amb la *Revista Viajar*, mercat estatal. 2 participants.

Viatge de premsa amb *La Tribune*, mercat francès. 1 participant.

Viatge de premsa amb *France dimanche*, mercat francès. 1 participant.

Viatge de premsa amb *Le Nouvel Obs*, mercat francès. 1 participant.

Viatge de premsa amb *Direction Spagne*, mercat francès. 1 participant.

Viatge de premsa amb *Glean magazine*, mercat del Benelux. 1 participant.

Viatge de premsa amb *The Paper*, mercat britànic. 1 participant.

Viatge de premsa amb *The Independent*, mercat britànic. 1 participant.

Viatge de premsa *Revista Lugares*, mercat Amèrica del Sud. 2 participants

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

Viatge de creadores de continguts *CBG!festivals* amb @celiaespanya, @laia.argelaguet i @nadineromero, mercat català. 3 participants.

Viatge de creadors de continguts amb *Low Season Traveller*, mercat britànic. 2 participants.

Viatge de creadors de continguts amb *Globetrotting*, mercat britànic. 2 participants.

Viatge de creadors de continguts amb *Freibeuter Reisen*, mercat alemany. 1 participant.

ALTRES

Distribució de newsletters a agents de viatge i periodistes mitjançant les agències de comunicació externes dels mercats estatal, francès, britànic i del Benelux.

Distribució de newsletter a públic final amb “*Mamma Proof*” Barcelona’, mercat català.

Creació de podcasts amb “Contingut Extra”, mercat català.

Organització de sorteig d’entrades *CBG!festivals* amb Easypromos, mercat català.

FORMACIÓ

Benchmark sobre gestió de l’oferta de turisme cultural a Granada. 10 participants.

MATERIAL

Ampliació de l’arxiu fotogràfic de l’oferta cultural.

Reedició i reimpressió Mapa desplegable *CBG!festivals* 2024.

Marxandatge de *CBG!festivals*.

PATROCINIS I SUPORT

Patrocinis de festivals de la marca *CBG!festivals*.



ENO GASTRONOMIA



151 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

Fòrum Gastronòmic de Girona amb Girona Excel·lent.

Fòrum Gastronòmic de Barcelona amb Girona Excel·lent.

Presentació i tast dirigit amb productes de Girona Excel·lent al sector gironí. 95 assistents del sector de la hostaleria i el turisme enogastronòmic.

«Experiències Costa Brava i Pirineu de Girona» al portal web oficial.

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

ACCIÓ PROMOCIONAL

Col·laboració en acció «In Voyage Girona - Costa Brava» amb conferència sobre destinació enogastronòmica al Celler de Can Roca-Mas Marroch, mercat europeu i nord-americà. 150 participant.

Presentació de novetats a agències receptives de mercats llunyans de Barcelona amb els clubs de Unique Prèmium i Salut i Benestar. 12 participants.

Presentació destinació al Seatrade Cruise Med Málaga a 60 companyies del sector de creuers internacionals.

Roadshow «Afterwork Costa Brava & Girona Pyrenees» als Estats Units amb un tast enogastronòmic.

San Diego, Los Angeles i San Francisco.
125 agents especialitzats i programadors d'esdeveniments i 13 empreses gironines.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge de familiarització amb agències de Miami, mercat nord-americà. 14 participants.

2 viatges de familiarització de l'acció «Connections Luxury Europe», multimercat. 14 participants.

Viatge de familiarització amb agències receptives de Barcelona, mercat estatal. 6 participants.

AGENDES COMERCIALS

Agenda amb el Club Unique Premium a Múnic, mercat alemany. 8 agències.



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

Campanya «Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona».

Presentació a mitjans de comunicació a Madrid, mercat britànic. *15 participants.*

Presentació de novetats a mitjans de comunicació a Madrid amb els clubs Unique Prèmium i Salut i Benestar, mercat estatal, *10 participants.*

Comàrqueting al portal Inspire my Holiday, mercat britànic.

Campanyes publicitàries de desestacionalització a diversos mitjans com Condé Nast Traveler, Forbes Travel, Prestige Travel, mercat estatal, britànic, francès i suís.

VIATGES DE PREMSA

Viatge de premsa amb *Le Figaró*, mercat francès. *2 participants.*

Viatge de premsa amb *National Geographic Food*, mercat britànic. *2 participants.*

Viatge de premsa amb *The Sunday Post*, mercat britànic. *1 participant.*

Viatge de premsa amb *The Sunday Times*, mercat britànic. *1 participant.*

Viatge de premsa amb la revista *Libelle*, mercat del Benelux. *1 participant.*

Viatge de premsa amb *Manchester Confidential*, mercat britànic. *1 participant.*

Viatge de premsa amb *Gentleman*, mercat estatal. *2 participants.*

Viatge de premsa amb *National Geographic Travel*, mercat estatal. *1 participant.*

Viatge de premsa amb la revista *Viajar*, mercat estatal. *1 participant.*

Viatge de premsa amb la revista *Forbes Travel*, mercat estatal. *1 participant.*

Viatge de premsa amb *El Mundo Viajes*, mercat estatal. *1 participant.*

Viatge de premsa amb *Woman*, mercat estatal. *1 participant.*

Viatge de premsa amb *Telva*, mercat estatal. *1 participant.*

Viatge de premsa amb *El País Viajero*, mercat estatal. *1 participant.*

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

Viatge creadors de contingut amb Arnau París, guanyador de *Masterchef 9* i presentador del programa Cuines de TV3.

Viatges i col·laboracions amb creadors de contingut com Girona FC, Rocambolesc, Esperit Roca, Eat in Barcelona i Gala Moix.

ALTRES

Distribució de *newsletters* a agents de viatge i periodistes mitjançant les agències de comunicació externes dels mercats estatal, francès, britànic i del Benelux.

FORMACIÓ

Benchmark d'oleoturisme. *18 participants.*

Benchmark de Turisme Pesquer a la Costa Brava. *24 participants.*

GOLF



Golf
Costa Brava
Pirineu de Girona

31 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

Fira **GolfMesse**, Zúric (Suïssa).

Village del **KLM Open**, Amsterdam (Països Baixos).

«Experiències Costa Brava i Pirineu de Girona» al portal web oficial.

ACCIONS PER A CANALS D’INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

FIRES

Fira **IAGTO European Convention**, Màlaga.

33 reunions.

Fira **IGTM**, Lisboa.

45 reunions.

ACCIONS PROMOCIONALS

Presentació i *workshop*, **Torneig Travelnews**, amb Turespaña a Zúric, mercat suís. *38 participants*.

Presentació i *workshop* a **Copenhaguen**, mercat danès. *12 participants*.

Comàrquetings amb Leading Courses (mercat Benelux) i **Golf Tailors** (mercat Països Nòrdics).

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge i jornada de networking amb Turespaña al Regne Unit, mercat britànic. *6 participants*.

Viatge de familiarització amb Marvellous Golf, multimercat. *5 participants*.



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

Campanya «Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona».

Campanya específica de posicionament de marca als mercats estatal, britànic, neerlandès i francès.

publicació en revista i en digital a *Golf Circus*, *Fairways* i *Golf Magazine*, i campanyes digitals a X (abans Twitter).

Publicacions al blog Be Inspired del portal web oficial.

Continguts a la web **Training Camps**.

Programa **“Ruta 21: Destino Costa Brava”** per a la plataforma La Liga+ i publicació a **YouTube**.
Vídeo promocional **«Golf in Costa Brava»**.

Publicació 4 *newsletters* amb **Travelnews**, mercat suís.

VIATGES DE PREMSA

Viatge de premsa amb **EGTMA**, multimercat.
6 participants.

PATROCINIS I SUPORT

Patrocini del torneig Coupe des Présidents.
88 participants.

Torneig **Golfystador Week Catalogne** a la Costa Brava, mercat francès. *340 participants.*

FORMACIÓ

«Golf i l’oferta turística de la Costa Brava».
15 participants.

MATERIAL

Material i marxandatge promocional de Club: boles de golf, tees, bosses i gorres.

NATURA I TURISME ACTIU



 **Natura i Turisme Actiu**
Costa Brava
Pirineu de Girona

184 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

FIRES

- Fira Salon de la Plongée, París.
- Fira Salon Les Nautiques, Port Camargue.
- Saló Swiss Boat Show, Gènova.

ALTRES

- Dia Europeu dels Parcs Naturals, 24 de maig. Programació de 6 activitats a 6 parcs naturals. 82 participants.
- «Experiències Costa Brava i Pirineu de Girona» al portal web oficial.

ACCIONS PER A CANALS D’INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

ACCIONS PROMOCIONALS

- Acció promocional «Presentació i workshop Pirineu de Girona» a Madrid amb 30 agències i 6 empreses gironines.
- Presentació a l’ACAVE Travel Market a València i Palma de Mallorca amb una participació de 50 agències per ciutat.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

- Viatge i workshop amb agències especialitzades en turisme escolar, mercat espanyol. 5 participants.
- Viatge agència Eductour, mercat francès.
- Viatge amb l’operador de senderisme Tora Reiser, mercat neerlandès.
- Viatge Camping and Activities, mercat Benelux. 3 participants.
- Viatge Bike and Trek Days de senderisme i cicloturisme, mercat neozelandès. 1 participant.
- Viatge N’Joy Catalonia, mercat català. 2 participants.
- Viatge actiu Live Twice, mercat Benelux. 6 participants.
- Viatge neu, mercat espanyol. 2 participants.
- Viatge de benestar i senderisme, mercat nord-americà. 1 participant.

ALTRES

- Agenda comercial en línia als mercats francès (13 participants), Benelux (5 participants) i Regne Unit (3 participants).



ACCIONS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

Campanya publicitària «Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona».

Campanya específica en mitjans com: Time Out, Meteopirineus, Desnivel, Oxigeno, Plongez, Le Figaro, Trek Magazine.

Campanya anual en mitjans digitals: «Ennatura’t».

Campanya de ràdio i campanyes publicitàries específiques de neu per a les estacions d’esquí.

Campanya i contingut audiovisual amb influenciadors especialitzats en naturai turisme actiu: Oliver Vegas, Carlos Farrera i Jaume Mallart.

Publicacions al blog Be Inspired del portal web oficial.

VIATGES DE PREMSA

Viatge per Active Traveler, mercat Benelux. 2 participants.

Viatge sobre ports esportius, mercat francès. 2 participants.

Viatge Natura Jade Ventoniemi, mercat neerlandès. 2 participants.

Viatge submarinisme Silent World, mercat alemany. 2 participants.

Viatge EcoGarrotxa, mercat neerlandès. 4 participants.

- Viatge Camí de Ronda, mercat alemany. 1 participant.
- Viatge Globetrekkeuse, mercat francès. 2 participants.
- Viatge Fietsactief, mercat Benelux. 2 participants.
- Viatge Komoot, mercat italià. 1 participant.
- Viatge Le Monde, mercat francès. 1 participant.
- Viatge Condé Nast Traveller, mercat estatal. 1 participant.

ALTRES

Presentació temporada d’hivern 2024/2025 al Pirineu de Girona a la Cerdanya, 50 assistents.

Ampliació de contingut de rutes a la plataforma Wikiloc.

Distribució de newsletters a agents de viatge i periodistes mitjançant les agències de comunicació externes dels mercats estatal, francès, britànic i del Benelux.

FORMACIÓ

- «Línia d’ajuts a la reducció de la petjada hídrica per a allotjaments turístics». 52 participants.
- «Gestió eficient i estalvi d’aigua en el turisme». 100 participants.
- «Eines per acompanyar-nos de la natura en la nostra activitat turística». 25 participants.
- «Storytelling i màrqueting emocional (I) i (II)». 50 participants.
- «IA per centres d’immersió». 15 participants.
- Col·laboració amb l’assemblea anual EUROVELÓ Espanya a Girona.

MATERIAL

- Marxandatge específic natura i turisme actiu.
- Ampliació de l’arxiu fotogràfic de l’oferta d’activitats de turisme actiu i natura.
- Estudi sobre cicloturisme «Anàlisi de les vacances esportives de cicloturisme a la província de Girona», Institut de Recerca en Turisme de la Universitat de Girona.

RUTA DEL VI DO EMPORDA



 Ruta del Vi DO Empordà
Costa Brava
Pirineu de Girona

97 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

Fira **FREE**, Munich.

Fira **Expovacaciones**, Bilbao.

11a edició del festival **Vívid**. 55 activitats.
2.342 participants. 89 % d’ocupació.

3a edició de «**Beu-te el museu**». 12 activitats
en museus i cellers de la Ruta del Vi DO Empordà.
292 participants. 96 % d’ocupació.

«Experiències Costa Brava i Pirineu de Girona»
al portal web oficial.

ACCIONS PER A CANALS D’INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

ACCIÓ PROMOCIONAL

*Workshop a la fira **FINE**, Valladolid. 21 reunions.*

*Workshop **Catalunya ve de gust**, Barcelona. 12 reunions.*

Presentació i tast de vins a agents de viatges, Montreal, mercat canadenc. *25 participants.*

Presentació i tast de vins a mitjans de comunicació, Montreal, mercat canadenc. *16 participants.*

Presentació i tast de vins a mitjans de comunicació, Madrid. *17 participants.*

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge i workshop invers Train Show, mercat francès. 5 participants.

Viatge amb Wijnrondreizen, mercat neerlandès. 1 participant.

Viatge de la fira FINE, multimercat. 5 participants.

Viatge amb Have a Wine Day, multimercat. 1 participant.

Viatge amb DN Travel, mercat belga. 2 participants.

AGENDES COMERCIALS

Agenda comercial en línia, mercat neerlandès. *5 reunions.*



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

- Campanya al festival **Vívid**, mercat català.
- Campanya **«Veremes»**, mercat català.
- Campanya **«Beu-te el museu»**, mercat català.
- Campanya **SNCF**, mercat francès.

VIATGES DE PREMSA

- Viatge de premsa, mercat canadenc.
5 participants.

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

- Viatge de creadors de continguts amb @amblewine, mercat francès. *2 participants.*
- Viatge de creadors de continguts amb @wine.gini, mercat internacional. *1 participant.*
- Viatge de creadors de continguts grupal, mercat internacional. *5 participants.*

ALTRES

- Elaboració i distribució de 6 newsletters B2C, mercat català. *2.110 subscriptors. 53 % de ràtio d'obertura.*
- Elaboració 7 articles al blog de costabrava.org. *4.133 sessions obertes.*

FORMACIÓ

- «Crea contingut atractiu, informatiu i dinàmic per destacar a TikTok en el sector enoturístic», Vilajuïga. 10 participants.*
- «Fem un tast de vins en francès», Peralada. 16 participants.*
- Organització 6 «Enotrobades», Alt i Baix Empordà. *103 participants.*
- Benchmark Strada del Vino di Sicilia, Itàlia. 21 participants.*

MATERIAL

- Adquisició de nou material fotogràfic i audiovisual del celler Clos d'Agon i Mas Llunes.
- Creació de dossier de premsa específic.
- Marxandatge: copes de vidre logotipades, bosses de vi de roba, bases de suro per a l'ampolla de vi i clauers amb taps de suro.

SALUT I BENESTAR



Salut i benestar
Costa Brava
Pirineu de Girona

28 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

Benestar Cultural. Programació de 10 activitats de benestar en equipaments culturals. *50 assistents.*

Dia Europeu dels Parcs Naturals, 24 de maig. Programació de 6 activitats a 6 parcs naturals. *82 participants.*

«Experiències Costa Brava i Pirineu de Girona» al portal web oficial.

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

Fira amb *workshop* **Termatalia,** Ourense. 15 entrevistes amb agents de viatges.

Webinar **«Wellbeing in Costa Brava & Girona Pyrenees,** mercat nord-americà. 40 agents de Jetset Travel.

Col·laboració amb l'acció **«Connections Luxury Europe»** a la Costa Brava, multimercat. 98 professionals internacionals membres de l'associació.

Presentació de novetats a agències receptives de mercats llunyans de Barcelona, amb els clubs d'Enogastronomia i Unique Prèmium. *12 participants.*

Presentació i *workshop* a agències receptives de mercats llunyans a Madrid, amb els clubs d'Enogastronomia i Unique Prèmium. 20 agències i 16 empreses gironines.

Publicacions al blog Be Inspired.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge de Woman Retreats, mercat nord-americà. *2 participants.*

Viatge de amb agències receptives de Barcelona, mercat estatal. *6 participants.*

Viatge de amb agències Virtuoso, mercat nord-americà. *5 participants.*

Viatge Laslo Púzcko i Melanie Smith, internacional. *2 participants.*

Viatge retirs de benestar. Mercat estatal i francès. *2 participants.*

2 viatges de l'acció «Connections Luxury Europe», multimercat. *14 participants.*



ACCIONS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

Campanya «**Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona**».

Campanya específica.

Time Out, On Catalunya, Yoga Spirit, Forbes i CuerpoMente. Xarxes socials: Instagram, Facebook i Twitter.

Comàrqueting amb Inspire my Holiday, mercat britànic.

Presentació de novetats a mitjans a Madrid, amb els clubs d'Enogastronomia i Unique Prèmium, mercat estatal. *10 participants.*

VIATGES DE PREMSA

Viatge **Spa de Beauté i Dandy Magazine,** mercat francès. *2 participants.*

Viatge grupal (**Forbes, Woman, El mundo Viajes, CN Traveler, Class Paper, Freelance Belleza**), mercat estatal. *6 participants.*

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

Viatge de creadors de continguts amb **@martaabril.**

Viatge de la creadora de continguts **@andreatorres.**

ALTRES

Distribució de *newsletters* a agents de viatge i periodistes mitjançant les agències de comunicació externes dels mercats estatal, francès, britànic i del Benelux.

FORMACIÓ

«Estratègies per atraure i maximitzar retirs a la Costa Brava-Pirineu de Girona» amb Coco-Alba Wellness. *15 participants.*

«Hosting Package per atraure retirs de benestar» amb Coco-Alba Wellness. *21 participants.*

Col·laboració conferència sobre turisme de benestar a càrrec de Laslo Púzcko i Melanie Smith, UdG.

MATERIAL

Adquisició de nou material fotogràfic d'experiències de benestar.

Fulletó específic de retirs.

Nou mapa desplegable oferta benestar.

Marxandatge: estoreta i bossa de ioga, necesser i bloc suro estiraments.

TURISME ESPORTIU





ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

FIRES

- Fira **Copenhagen Bike Show**, Dinamarca.
- World Rowing Masters Regatta**, Brandenburg.
- Fira **Rouleur Live**, Londres.

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

PRESENTACIONS

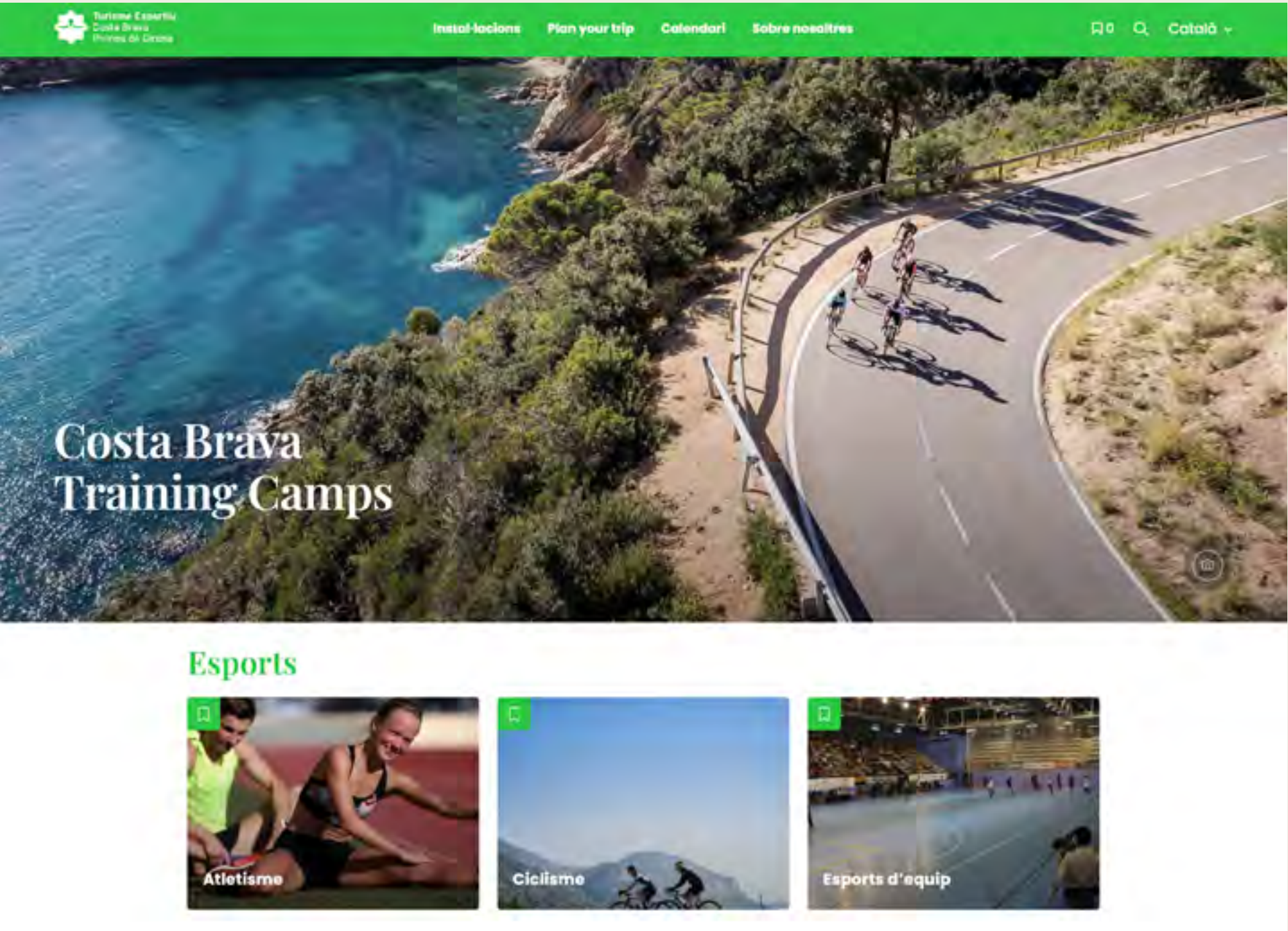
- Presentació equip Ciclisme Beat Cycling i workshops**, Benelux. 20 assistents.
- Afterwork «MICE & Sports» a Copenhagen**, mercat nòrdic. 26 agències especialitzades en l'organització d'esdeveniments i estades esportives.
- Presentació i networking Ciclisme**, Lungen, mercat danès. 30 participants.
- Presentació i workshop de l'oferta de triatló a la Federació Francesa d'Occitània**, Canet en Roussillon, mercat francès. 40 participants.
- Participació a «Workshop Sports & Events»**, Calvià. 35 entrevistes.
- Congrés World Football Summit**, Sevilla. 25 reunions.

WORKSHOPS

- Workshop Teams Europe**, Londres. 15 reunions.
- Webinar Multisports**, mercat Benelux. 20 participants.

VIATGE DE FAMILIARITZACIÓ

- Viatge amb la Federació Holandesa de Ciclisme. 2 participants.



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

Campanya «Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona».

Campanyes específiques.

- De triatló a XXSS, mercat Benelux.
- De ciclisme a XXSS, mercat nord-americà.
- De ciclisme i triatló a XXSS, mercat francès.
- De nàutica a XXSS, mercat nòrdic.
- De ciclisme amb Velomore, mercat danès.
- De ciclisme amb Epic Road Rides, mercat britànic.
- De ciclisme amb Rouleur, mercat britànic.

Difusió de *newsletters* amb el Girona FC i la Federació Francesa de Triatló d'Occitània.

Presentació a la premsa estatal en el MIC Football. *18 participants.*

VIATGES DE PREMSA

Viatge de premsa amb Cykel Webben. Mercat nòrdic. *2 participants.*

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

Viatge amb Erika van Tielen, mercat del Benelux. *2 participants.*

ALTRES

Activacions en línia amb el Girona FC.

Activació perfil Linkedin @CostaBravaTrainingcamps.

Renovació portal digital <https://trainingcamps.costabrava.org/>

Sessions: 9.680
Pàgines vistes: 24.270

FORMACIÓ

«Introducció a les plataformes digitals esportives». *21 participants.*

MATERIAL

Produccions audiovisuals de testimonials:

- Ciclisme amb equip Alinghi de la Copa Amèrica.
- Atletisme amb la Federació Francesa Handicapé.
- Ciclisme amb George Hincapié.
- Futbol amb el Girona FC.
- Futbol d'elit a la Costa Brava i el Pirineu de Girona.
- Calendari esdeveniments nàutics.

UNIQUE PREMIUM



Premium
Costa Brava
Pirineu de Girona

33 membres



ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

«Experiències Costa Brava i Pirineu de Girona» al portal web oficial.

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

ACCIONS PROMOCIONALS

Presentació de novetats a agències receptives de mercats llunyans de Barcelona, amb els clubs d'Enogastronomia i Salut i Benestar. *12 participants.*

Acció «Connections Luxury Europe» a la Costa Brava, multimercat.

98 professionals internacionals membres de l'associació.

Roadshow «Afterwork Costa Brava & Girona Pyrenees» als Estats Units (San Diego, Los Angeles i San Francisco).

125 agents especialitzats i programadors d'esdeveniments i 13 empreses gironines.

Missió comercial als Estats Units amb l'Agència Catalana de Turisme (Nova Jersey, Connecticut i Larchmont). *47 participants.*

Missió comercial a Mèxic amb l'Agència Catalana de Turisme (Ciutat de Mèxic, Guadalajara i Monterrey). *112 participants.*

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Viatge amb agències de Miami, mercat nord-americà. *14 participants.*

Viatge amb Smartflyer, mercat nord-americà. *4 participants.*

Viatge amb agències receptives de Barcelona, mercat estatal. *6 participants.*

Viatge amb membres per visitar ElBulli1846, mercat català. *13 participants.*

Viatge In Voyage, multimercat. 10 participants.

Viatge amb TempoVIP, mercat nord-americà. *8 participants.*

Viatge amb Departure Lounge, mercat nord-americà. *2 participants.*

2 viatges de l'acció «Connections Luxury Europe», multimercat. *14 participants.*

Viatge amb Fisher & Stout, mercat belga. *1 participant.*

Viatge amb agències Virtuoso, mercat nord-americà. *5 participants.*

Viatge amb Luminaries, mercat nord-americà. *2 participants.*

Viatge amb agents d'Emirats Àrabs, mercat d'Emirats. *8 participants.*

Viatge amb EZ Travel, mercat mexicà. *1 participant.*

Viatge amb Coastline, mercat nord-americà. *1 participant.*

Viatge amb agències Virtuoso, mercat nord-americà. *3 participants.*

WORKSHOPS

Presentació i workshop amb agències receptives de mercats llunyans a Madrid, amb els clubs d'Enogastronomia i Salut i Benestar.

20 agències de viatges i 16 empreses gironines.

Workshop amb Luxury Spain, Berlin.

10 agències de viatges.

ALTRES

Webinar Juliá Tours México, mercat mexicà.

58 participants de l'equip de vendes.

Agenda comercial amb el Club d'Enogastronomia, Múnic, mercat alemany.

8 agències.



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

CAMPANYES PUBLICITÀRIES

Campanya «Viu el doble a la Costa Brava i el Pirineu de Girona».

Campanyes específica de producte.

Forbes Espanya, Le Figaro França, Condé Nast Espanya i Regne Unit.

Presentació de novetats a mitjans a Madrid, amb els clubs d’Enogastronomia i Salut i Benestar, mercat estatal. 10 participants

VIATGES DE PREMSA

Viatge de premsa amb Spa de Beauté i Dandy Magazine, mercat francès. 2 participants.

Viatge de premsa amb Viajar, mercat estatal. 2 participants.

Viatge de premsa amb BA High Life, SheerLuxe Gold, The Sunday Post i AAmazing, mercat britànic. 4 participants.

Viatge de premsa amb Het Nieuwsblad, mercat belga. 1 participant.

Viatges de premsa amb Vicky Vilches (freelance), mercat estatal. 1 participant

Viatge de premsa grupal, mercat estatal. 6 participants.

Viatge de premsa amb Viajar, mercat estatal. 3 participants.

Viatge de premsa amb Libelle, mercat belga. 1 participant.

Viatge de premsa grupal #CostaBravademoda, mercat estatal. 5 participants.

VIATGES DE CREADORS DE CONTINGUT

Viatge amb @nanahagel.

Viatge amb @manurios.

Viatge amb @martaabril.

Viatge grupal, mercat internacional. 5 participants.

ALTRES

Distribució de newsletters pròpies del club a agents de viatge i periodistes, mercat estatal i internacional.

Distribució de newsletters a agents de viatge i periodistes mitjançant les agències de comunicació externes dels mercats estatal, francès, britànic i del Benelux.

MATERIAL

Portal digital Premium en 4 idiomes dirigit a professionals de les agències de viatges especialitzades, empreses organitzadores d’esdeveniments, mitjans de comunicació i prescriptors.

Sessions: 10.146.

Pàgines vistes: 51.980.

PATROCINI I COL-LABORACIÓ

Patrocini de la Guia UT Essencial Empordà.

Membre de Luxury Spain.

Membre de Catalunya Premium.

CONVENTION BUREAU





ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

FIRES SECTORIALS

- Fira **IMEX Frankfurt**, Frankfurt.
- Fira **IBTM World**, Barcelona.

ACCIONS PER A PROFESSIONALS I PRESCRIPTORS

Presentació i *networking* a París, mercat francès.

20 agents especialitzats i programadors d’esdeveniments, i 10 empreses gironines.

Afterwork MICE «Setmana de la Costa i el Pirineu de Girona» a Madrid.

40 agents organitzadors d’esdeveniments i 17 empreses gironines.

Afterwork «MICE & Sports» a Copenhaguen, mercat nòrdic.

26 agències especialitzades en l’organització d’esdeveniments i estades esportives.

WORKSHOPS

3 workshops de tercers a destinació:

- Workshop «InVoyage Girona-Costa Brava», mercat europeu i nord-americà. 150 participants.*
- Workshop «Meet Catalunya», mercat europeu. 130 participants.*
- Workshop «GMF Associatiu Girona». 120 participants.*

Participació en **5 workshops** de tercers.

Pure Meetings & Events Paris, MIS Eventoplus, Events Club Associations Forum, The Meeting Space Summer i Travel Match Norway.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ

Organització de *8 famtrips* per a 94 organitzadors d’esdeveniments europeus.

Viatge amb agències del mercat noruec. *94 participants.*

2 viatges posteriors a «InVoyage Girona-Costa Brava», mercat europeu i nord-americà. *23 participants*

2 viatges posteriors a «Meet Catalunya», mercat europeu. *17 participants.*

Viatge amb Peralada Resort a event planners d’AMEX Meetings & Events, mercat estatal. *25 participants.*

Viatge amb Salles Hotels pel mercat francès. *8 participants.*

Viatge amb l’iniciativa OGL Meetings pel mercat estatal. *12 participants.*



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

Publicació al web oficial costabravaGironacb.com de 32 articles.

Distribució de 14 butlletins informatius professionals.

4 idiomes. Difusió a més de 5.700 contactes.

Campanya de publicitat específica als mercats estatal, francès i britànic.

Grupo Eventoplus i Punto MICE, i campanya digital a X (abans Twitter) i LinkedIn

Membre de l'associació **IMA Spain**.

Subscripció anual plataforma Promocongress per a la captació de congressos estatals.

Generació de 717 contactes d'organitzadors d'esdeveniments de 17 mercats, dels quals 220 han visitat el territori.

FORMACIÓ

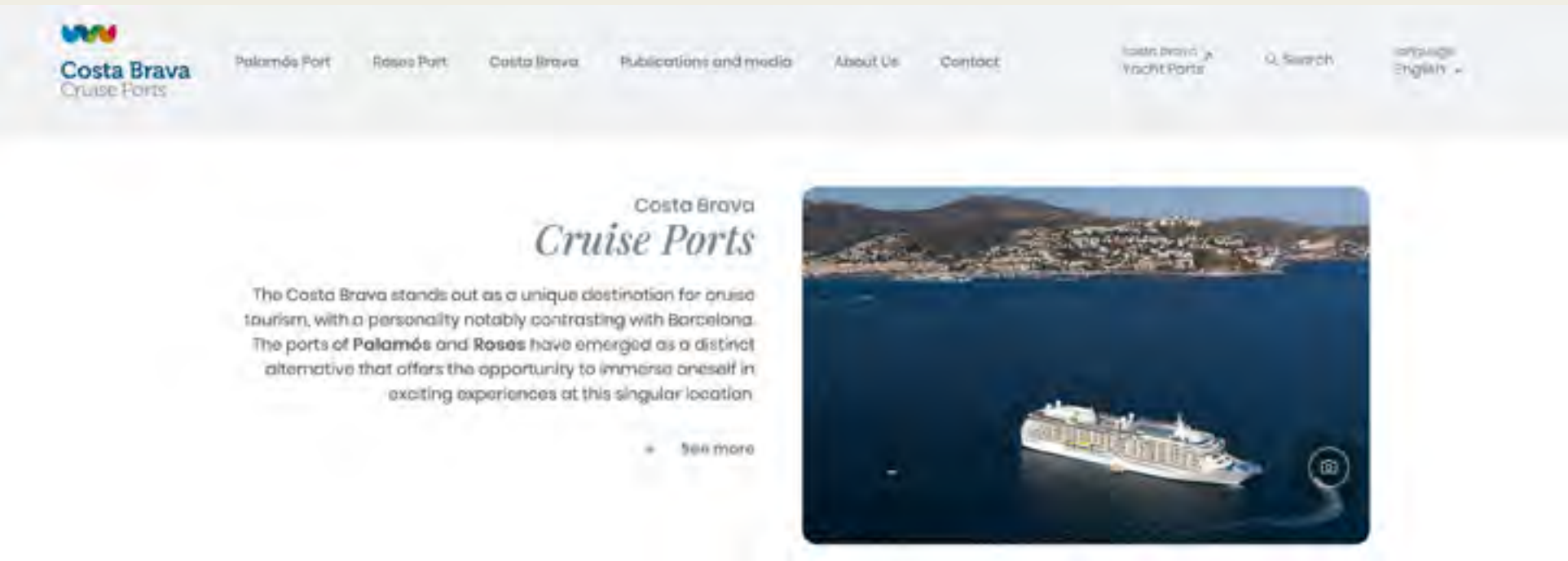
«Eines de sostenibilitat per a reunions i esdeveniments». 35 participants.

PETICIONS DE NEGOCI

Gestió de 185 peticions de negoci.

COSTA BRAVA CRUISE PORTS





ENTITATS

Ports de la Generalitat de Catalunya, Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Girona, Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Palamós, Ajuntament de Roses, Ajuntament de Palamós, Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

Fira **Seatrade Cruise Global** a Miami, Estats Units.
12 entrevistes.

64a **Assemblea General MedCruise** a Tarragona.
10 entrevistes.

Fira **Congrés Seatrade Cruise Med** a Màlaga.
8 entrevistes.

Congrés Internacional **Cruise Summit** (ICS) juntament amb esponsorització a Madrid.

Participació al **MedCruise Professional Development Course** in Sustainability, a Itàlia.

Viatge de familiarització Shorex amb receptives de creuers, mercat estatal. *12 participants.*

Viatge de familiarització NCLH Group al Port de Palamós, mercat nord-americà. *3 participants.*

«Jornades sobre l'impacte econòmic-social i economia blava en creuers i grans eslores». *10 ponents i 80 participants.*

ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

Actes d'inauguració i de cloenda de la temporada de creuers al Port de Palamós.

Actes d'inauguració i de cloenda de la temporada de creuers al Port de Roses.

Campanya de publicitat en mitjans especialitzats en creuers.

Campanya de publicitat específica.

Seatrade Cruise Global, Dossier de Cruceros, Cruises News, El Canal, Seatrade Cruise Med, Hamburg.

MATERIAL

Portal digital Costa Brava Cruise Ports en 3 idiomes.

Sessions: 2.950.
Pàgines vistes: 24.300.

Catàleg Costa Brava Cruise Ports.

COL·LABORACIÓ

Membre de CLIA.

Membre de MedCruise.



Temporada de creuers 2024:

Temporada de creuers 2024: 8 mesos, d'abril a novembre.
Impacte econòmic estimat de 5,1 milions d'euros, un 2 % més que al 2023.
(Font: CLIA).

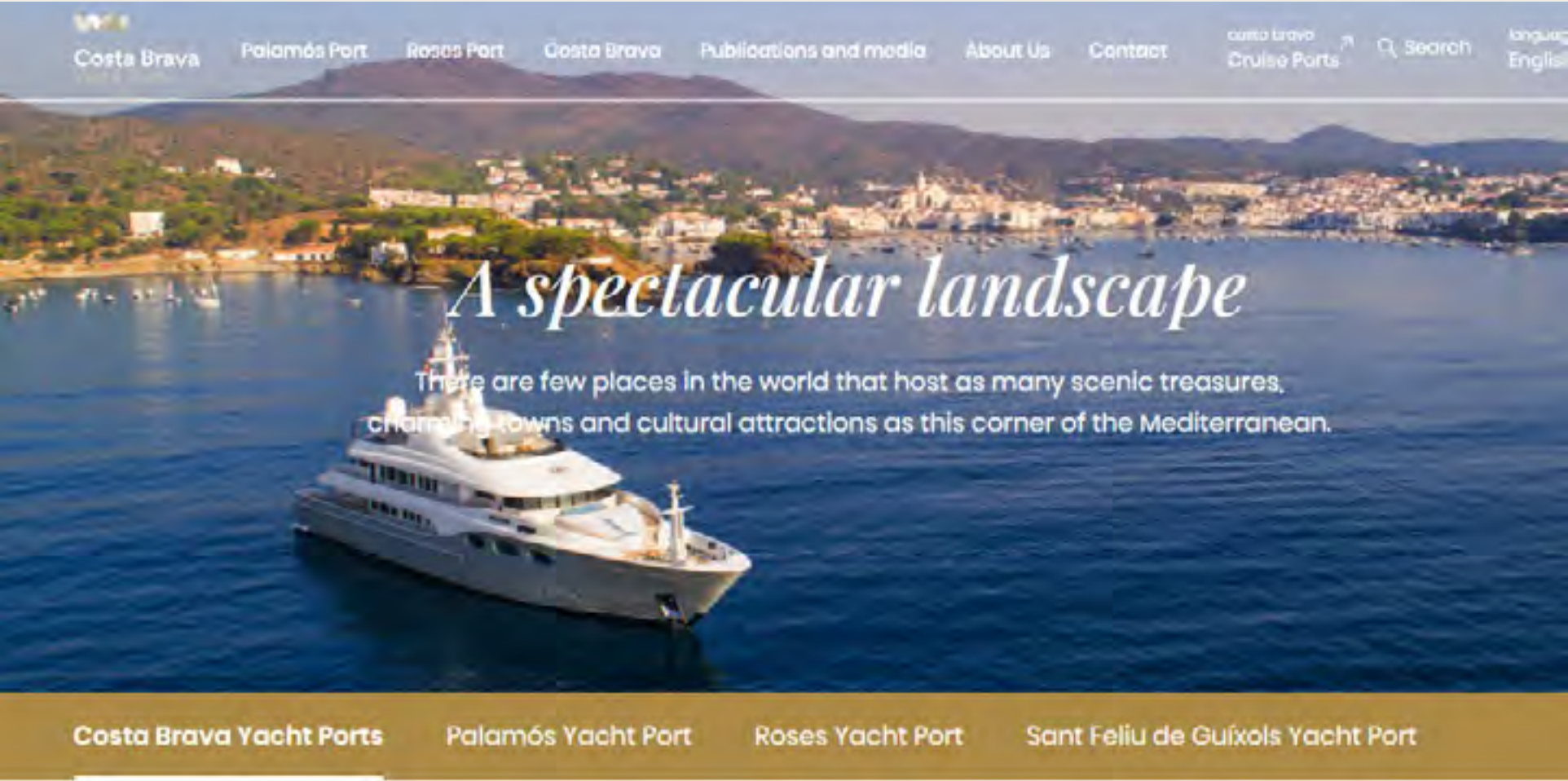
PORT PALAMÓS	50 ESCALES	1 més que al 2023
	51.500 PASSATGERS	500 menys que al 2023
PORT ROSES	8 ESCALES	4 més que al 2023
	1.500 PASSATGERS	1.200 més que al 2023

COSTA BRAVA YATCH PORTS



Costa Brava
Yacht Ports

5 entitats



Wonderful, remarkable, fantastic,
amazing, exciting... It is impossible to

ENTITATS

Ports de la Generalitat de Catalunya,
Ajuntament de Palamós, Ajuntament de
Roses, Ajuntament de Sant Feliu de Guíxols,
Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

ACCIONS PER A CANALS D’INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

Jornades sobre l’impacte econòmic-social i
economia blava en creuers i grans eslores». 10
ponents i 80 participants.

MATERIAL

Portal digital Costa Brava Yacht Ports
en 3 idiomes.

ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

Campanya de publicitat en mitjans especialitzats
en megaiots.

TURISME FAMILIAR



TERRITORI MENUT

RIPOLLÈS
Oficis antics al Ripollès

Text i fotografia Cridina Terra Pla Il·lustració Lluís Farré

CON ARREIAR-SE
Amb tren: La línia R2 de Rodalies (Rodalies.gencat.cat), unitat Barcelona amb Ripoll. Té diversos trajectes diaris entre les 6 del matí i les 9 del vespre. Fins a Sant Joan de les Abadesses, cal agafar un dels dos buses diaris (Rodalies bus.com).
Amb cotxe: Des de Barcelona, agafem la C-17 fins a Ripoll, on enllacem amb l'N-260 fins a Sant Joan. 4



AQUEST 'TERRITORI MENUT', marem a prop de casa. En només 40 minuts, ens plantem a Ripoll, la nostra primera parada d'aquesta escapada pel Ripollès, on tenim la missió de descobrir els oficis antics d'aquestes contrades.

La Força Palau és el nostre primer descobriment. Es tracta d'una visita autoguiada en un espai museïstic autònom, al marçem a prop de casa. En només 40 minuts, ens plantem a Ripoll, la nostra primera parada d'aquesta escapada pel Ripollès, on tenim la missió de descobrir els oficis antics d'aquestes contrades.

La Força Palau és el nostre primer descobriment. Es tracta d'una visita autoguiada en un



132 | Descobrir | VIURE I VEURE

EN QUINTEL
El Reixac. Antiga casa de pagès, que ha recuperat tots els seus edificis en diferents estils: modernisme, ruralisme i modernisme. Amb un bon bosc.
Mas Reixac. Sant Joan de les Abadesses. C17 720 373. reixac.com. Preu: des de 155€ / casa per a 4 persones.

EN MÉSQUA
Mas Les Feixes. Carn a la brasa del Ripollès, conegut per un argent. Cita d'Olis, km 9,5, Sant Joan de les Abadesses. C17 655 430. maslesfeixes.com. Preu: 60€ per a 4 persones.

BRASERIA El Molí. Cuina catalana i carn a la brasa al centre de Ripoll. Cita: Sant Lluís, 4, Ripoll. C17 703 206. Preu: 60€ per a 4 persones.

El Molí Petit. Restaurant de cuina tradicional moderna en una antiga església situada en un entorn espectacular. Cita: C/ta G1-521, Sant Joan de les Abadesses. C17 208 278. Preu: 30€ el menú de cap de setmana, 55€ el menú infantil. 4

La Ruta del Ferro i del Carbó, el Molí Petit de Sant Joan de les Abadesses i els prats de pastura de Mollo són els escenaris d'aquest cap de setmana al Ripollès a la recerca d'oficis antics.

versos apartaments i amb un entorn increïble. La nostra casa és l'antiga cort de porcs, que també va ser galliner, i a en Roc i a la Tanit és la molina gràcia dormir on també ho van fer aquests animals. Acabem el dia sopant carn del Ripollès, cuinada per un argentí a Mas Les Feixes.

L'endemà ens espera una aventura sobre dues rodes: Resseguint, en bicicleta, l'antic traçat del ferrocarril que s'utilitzava per transportar el ferro i el carbó des de les muntanyes fins a Ripoll. En Xavi, el nostre guia, ens fa fixar en les restes que queden d'aquella època, com algun marcador de quilòmetre de la via i un túnel que travessa a les fogues mentre els nens, des de darrere del carro de la bici d'en Carles, criden com si passéssim per un túnel del ferro.

Després de l'excursió i de dinar, visitem el Museu Ennegrafic de Ripoll, una cita ineludible en el nostre cap de setmana a la recerca dels oficis antics. Des

de la brasa del Ripollès, conegut per un argentí. Cita d'Olis, km 9,5, Sant Joan de les Abadesses. C17 655 430. maslesfeixes.com. Preu: 60€ per a 4 persones.

El Molí Petit. Restaurant de cuina tradicional moderna en una antiga església situada en un entorn espectacular. Cita: C/ta G1-521, Sant Joan de les Abadesses. C17 208 278. Preu: 30€ el menú de cap de setmana, 55€ el menú infantil. 4



Amb bicicleta per l'antic Pont del Ferrocarril

RIPOLLÈS

Al web www.ripollès.cat i a l'Instagram www.instagram.com/ripollès trobareu les variacions ampliades de la ruta.

RIPOLLÈS

DIVENDRES
Ripollès Turisme
Ripollès Turisme
C17 720 373
Preu: des de 155€ / casa per a 4 persones.

DISSABTE
Ruta del Ferro i del Carbó. Via verda entre Ripoll i Sant Joan de les Abadesses. C17 720 373. ripollès.cat

Guia Roc Blanc. Guia de natura al Ripollès. C17 759 194. guia-rocblanc.blogspot.com

Museu Ennegrafic de Ripoll. C17 703 206. Preu: 4€, els adults; 3€, els infants de 3 a 12 anys. ennegrafic.org

Molí Petit. Taller de fer pa. C17 703 144. Preu: 9€, els adults; 5€, els infants de 3 a 12 anys. molipetit.org

Molí Petit. Restaurant de cuina tradicional moderna en una antiga església situada en un entorn espectacular. Cita: C/ta G1-521, Sant Joan de les Abadesses. C17 208 278. Preu: 30€ el menú de cap de setmana, 55€ el menú infantil. 4

Preu total per a 4 persones: 636€ (132 € el menú fix i la nit de dissabte).

Cridina Terra Pla

Periodista i responsable digital del Descobrir.



Lluís Farré

Il·lustrador i escriptor de L'ACT, Dissenyador de jocs i artesania en fusta i ceràmica.

En Pau i la Maria ens expliquen que no podem moure gra al molí. "Carle, cap que ho intentem, s'omple de ratolins que es mengen les restes", diu en Pau amb un sospir. En Roc, tot captiu, dena: "I si poséssim un cotó amb gra al forat? Així hi caurien i no en podríem sortir!". Tot ens mirem sorpresa per la seva imaginació, mentre ell ja pensa com posar-ho en marxa. 4

En Pau i la Maria ens expliquen que no podem moure gra al molí. "Carle, cap que ho intentem, s'omple de ratolins que es mengen les restes", diu en Pau amb un sospir. En Roc, tot captiu, dena: "I si poséssim un cotó amb gra al forat? Així hi caurien i no en podríem sortir!". Tot ens mirem sorpresa per la seva imaginació, mentre ell ja pensa com posar-ho en marxa. 4

En Pau i la Maria ens expliquen que no podem moure gra al molí. "Carle, cap que ho intentem, s'omple de ratolins que es mengen les restes", diu en Pau amb un sospir. En Roc, tot captiu, dena: "I si poséssim un cotó amb gra al forat? Així hi caurien i no en podríem sortir!". Tot ens mirem sorpresa per la seva imaginació, mentre ell ja pensa com posar-ho en marxa. 4

En Pau i la Maria ens expliquen que no podem moure gra al molí. "Carle, cap que ho intentem, s'omple de ratolins que es mengen les restes", diu en Pau amb un sospir. En Roc, tot captiu, dena: "I si poséssim un cotó amb gra al forat? Així hi caurien i no en podríem sortir!". Tot ens mirem sorpresa per la seva imaginació, mentre ell ja pensa com posar-ho en marxa. 4

En Pau i la Maria ens expliquen que no podem moure gra al molí. "Carle, cap que ho intentem, s'omple de ratolins que es mengen les restes", diu en Pau amb un sospir. En Roc, tot captiu, dena: "I si poséssim un cotó amb gra al forat? Així hi caurien i no en podríem sortir!". Tot ens mirem sorpresa per la seva imaginació, mentre ell ja pensa com posar-ho en marxa. 4

En Pau i la Maria ens expliquen que no podem moure gra al molí. "Carle, cap que ho intentem, s'omple de ratolins que es mengen les restes", diu en Pau amb un sospir. En Roc, tot captiu, dena: "I si poséssim un cotó amb gra al forat? Així hi caurien i no en podríem sortir!". Tot ens mirem sorpresa per la seva imaginació, mentre ell ja pensa com posar-ho en marxa. 4

Preu total per a 4 persones: 636€ (132 € el menú fix i la nit de dissabte).

Descobrir | 133

ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

«Experiències Costa Brava i Pirineu de Girona» al portal web oficial.

ACCIONS PER A CANALS D'INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

Presentació amb *workshop* al parc animal Beekse Bergen, mercat Països Baixos. 6 empresaris i 60 participants.

Presentació amb *workshop* al call center de Jet2Holidays a Leeds, mercat britànic. 150 agents de ventes.

Viatge de premsa amb Conde Nast Traveller, mercat estatal. 3 participants.

2 viatges de premsa amb Descobrir, secció Menuts, mercat català. 4 participants.

Blogtrip amb Der Familien Reiseblog, mercat alemany. 4 participants.

Participació al grup de treball de «tendències» del Kid's Cluster.

ACCIONS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ

Bàner i campanya de màrqueting per correu electrònic al portal d'activitats educatives de Catalunya Activitum.

Bàner amb activitats a la Costa Brava i Pirineu de Girona al portal *Escapada amb nens*.

Al mar i Lara i Kali: programes infantils del canal SX3 amb l'ACT.

Commemoració «15 de maig, dia de les famílies» amb difusió de contingut a xarxes socials sobre «activitats per fer en família».

COL·LABORACIÓ

Membre de Kid's Cluster.

Esdeveniment Kid's Innovation Fest.

Die mittelalterlichen Dörfer der Costa Brava



Raidtour an der Costa Brava mit Kindern - durch die mittelalterlichen Dörfer



Das Vulkanmuseum ist ein interaktives Museum über Vulkane, das in einem echten Vulkankrater liegt. Hier kann man alles über Vulkane erfahren. Nicht nur über die Vulkane in der Garrotxa, sondern es wird allgemein gezeigt wie Vulkane funktionieren. Denn – und das

TURISME INCLUSIU I SÈNIOR



Turisme Inclusiu
Costa Brava
Pirineu de Girona





ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

Fira **Salon Autonomic**, Tolosa de Llenguadoc (França).

ACCIONS PER A CANALS D’INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

Blogtrip amb Wheeled World, mercat francès.
2 participants.

<https://wheeledworld.org/2024/12/02/catalogne/>

ACCIONS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ

Publicacions al **blog «Be Inspired»**, al portal web oficial. 2 articles:

«Cultura inclusiva a la Costa Brava i al Pirineu de Girona».

«Costa Brava, l’experiència sènior sense límits».

Creació de contingut per al segment sènior al mitjà digital **Uppers** (grup Mediaset), mercat estatal.

Creació de contingut per al segment sènior a la revista *Cap Catalogne*, mercat francès.

COL-LABORACIÓ

Membre d’Esport Adaptat de la Diputació de Girona.

Comissions d’equipaments i de sensibilització i difusió.

Membres de la Xarxa de Turisme per a Tothom XTPT de l’Agència Catalana de Turisme.

MATERIAL

Infografia Platges Accessibles 2024.

Producció de material audiovisual sobre sèniors actius (temàtica enogastronòmica, benestar i cultura).

MARCA PIRINEUS



7 entitats



ENTITATS

7 entitats

Agència Catalana de Turisme, Conselh Generau d’Aran, Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida, Institut per al Desenvolupament i la Promoció de l’Alt Pirineu i Aran (IDAPA), Diputació de Barcelona, Ferrocarrils de la Generalitat i Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

ACCIONS PER AL PÚBLIC FINAL

- Fitur, Madrid.
- London Snow Show, Londres.
- Bergsportdag, Nieuwegein (Països Baixos).
- National Outdoor Expo, Birmingham.

ACCIONS PER A CANALS D’INTERMEDIACIÓ I PRESCRIPTORS

- Presentació i *workshop* Pirineus a Amsterdam, mercat del Benelux. 20 agències i 8 receptives catalanes.
- Jornada InterPirineus. Formació, networking i workshop. 64 participants.
- Participació al congrés Marketplace Perfect Travel Iberoamèrica, a Lloret de Mar.
- Participació al Workshop Listex. Producte Neu. Londres.

VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ, PREMSA I CREADORS DE CONTINGUT

- Viatge de familiarització amb l’operador turístic Renatour, mercat alemany. 1 participant.
- Viatge de premsa amb la publicació *Wide Oyster*, mercats britànic, nord-americà i del Benelux. 9 participants.
- Viatge de premsa amb *Style Piccoli i Touring*, mercat italià. 2 participants.
- Viatge de creadors de continguts enfocats en el senderisme amb *Clara fotomania*, mercat francès. 1 participant.
- Viatge de creadors de continguts enfocats en familiar amb *Athena Mellor*, mercat britànic. 1 participant.
- Viatge de creadors de continguts enfocats en viatges en parella amb *Marion Coubes & Gauthier*, mercat francès. 1 participant.
- Viatge de creadors de continguts enfocats en aventures a l’aire lliure amb *Stefanie Haid*, mercat alemany. 1 participant.



ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT

Campanya de publicitat nacional i internacional:

Mercat estatal:

- Campanyes digitals amb Logitravel i Revista Viajar.
- Monogràfics a les revistes Solo Nieve i Grandes Espacios.
- Programàtica a webs ATRESMEDIA, MEDIASET, NevaSport i InfoNieve.

Mercat francès:

- Campanyes digitals a TripAdvisor.
- Màrqueting d’influenciadors.
- Programàtica (*display* qualitatiu i/o vídeo) a KPLUS i Showheroes.

Mercat britànic:

- Campanyes digitals a Active Traveler i National Geographic.
- Màrqueting d’influenciadors.
- Programàtica (*display* qualitatiu i/o vídeo) a KPLUS i Showheroes.

Mercat del Benelux:

- Campanya digital a De Morgen.
- Programàtica (*display* qualitatiu i/o vídeo) a KPLUS i Showheroes.

Mercat alemany:

- Campanyes digitals a Süddeutsche Zeitung i TravelZoo.
- Màrqueting d’influenciadors.
- Programàtica (*display* qualitatiu i/o vídeo) a KPLUS i Showheroes.

Màrqueting digital en canals propis d’Instagram, Facebook, YouTube i Tik Tok (de nova obertura).

Campanyes *paid media* a les xarxes socials als mercats francès, britànic, alemany i del Benelux.

Difusió dels **Festivals de Senderisme** dels Pirineus.

MATERIAL

Manual de Vendes. 4 idiomes.

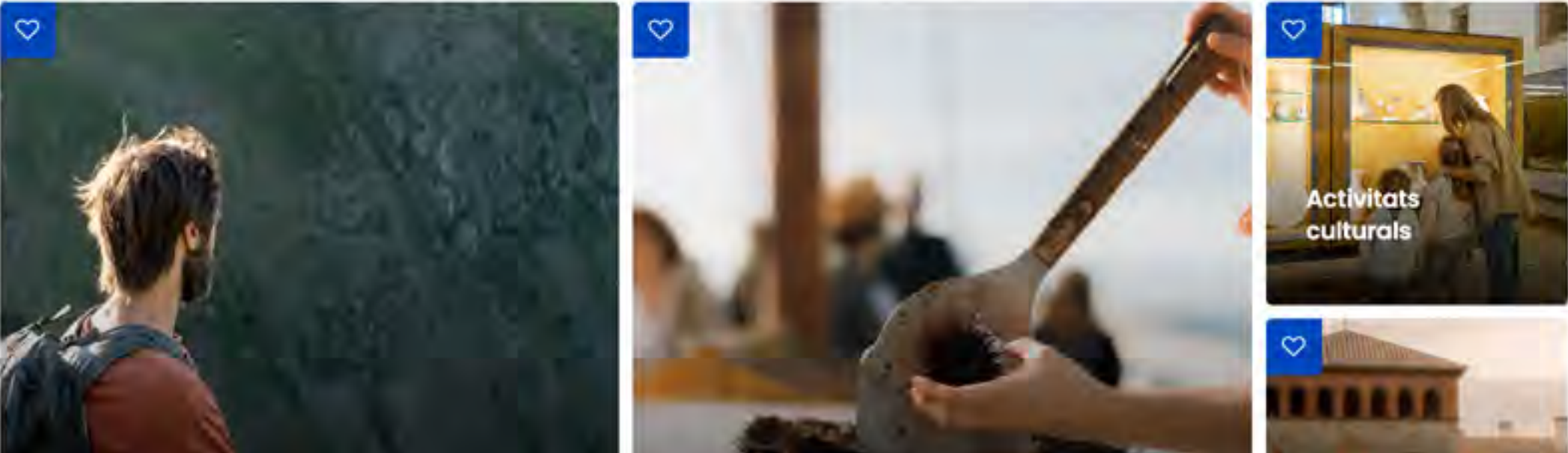


7-MÀRQUETING DIGITAL, PUBLICITAT I COMUNICACIÓ CORPORATIVA

MÀRQUETING DIGITAL



Experiències



Portal oficial
costabrava.org | pirineuGirona.org

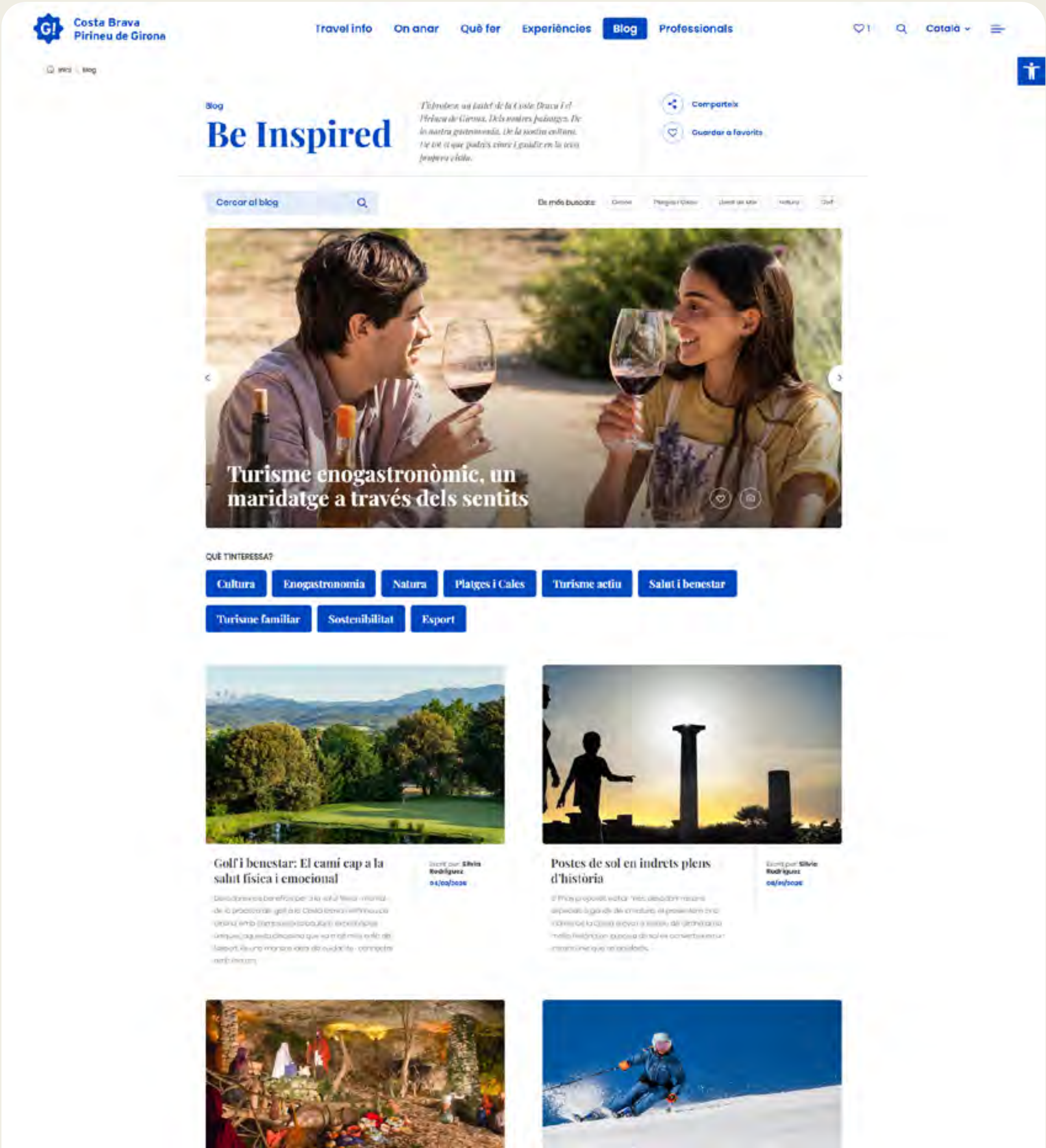
«Experiències». Oferta dels associats dels clubs de màrqueting de producte:

- Nombre d'experiències: 360.
- Visites al cercador d'experiències: 3.126.
- Clics a reserva (via web, telèfon o correu): 18.495.
- Top 3 de categories més populars: «Experiències enoturístiques», «Escapades de cap de setmana» i «Experiències gastronòmiques».

«Blog Be Inspired».

- 173.308 visites.
 - Articles nous i actualitzacions: 68.
 - Top articles: camins de ronda, localitzacions de pel·lícula, cales de pedra, plans en família i activitats a l'aire lliure.
- E-books: <http://ebooks.costabrava.org/>
- Descàrregues de llibres digitals: 1.232.

1.026.790 (+57,7 %)	Sessions
1.454.924 (+37 %)	Pàgines vistes
65 %	Interacció d'usuaris
	Top 5 de mercats principals Estatat, França, Països Baixos, Regne Unit i Alemanya.



Portal Trade

trade.costabrava.org

4.423

Sessions

8.436

Pàgines vistes

Pàgines més visitades:

Publicacions, Pla d'accions 2024, Qui som?, Estudis i Sostenibilitat.

Portal Premsa

premsa.costabrava.org

6.883

Sessions

34.813

Pàgines vistes

Pàgines més visitades:

Dades turístiques 2023, Estrelles Michelin 2024, Banc d'Imatges, Publicacions.

Portal Training Camps

trainingcamps.costabrava.org

9.680

Sessions

24.270

Pàgines vistes

Pàgines més visitades:

Cycling, Royal Verd Training Centre, Piscina Olímpica GEIEG, Camp Futbol Torremirona Relais, CE Blanes Pista Verde.

Portal Costa Brava Convention Bureau

costabravaGironacb.com

28.175

Sessions

70.780

Pàgines vistes

Pàgines més visitades:

Espais singulars, Allotjaments, Associats.

Portal Premium

premium.costabrava.org

10.146

Sessions

51.980

Pàgines vistes

Pàgines més visitades:

Tramuntana, Villa Pyrenees, Nosaltes, Gola del Ter.

Portal Cruise Ports & Yacht Ports

costabracruiseports.com

2.950

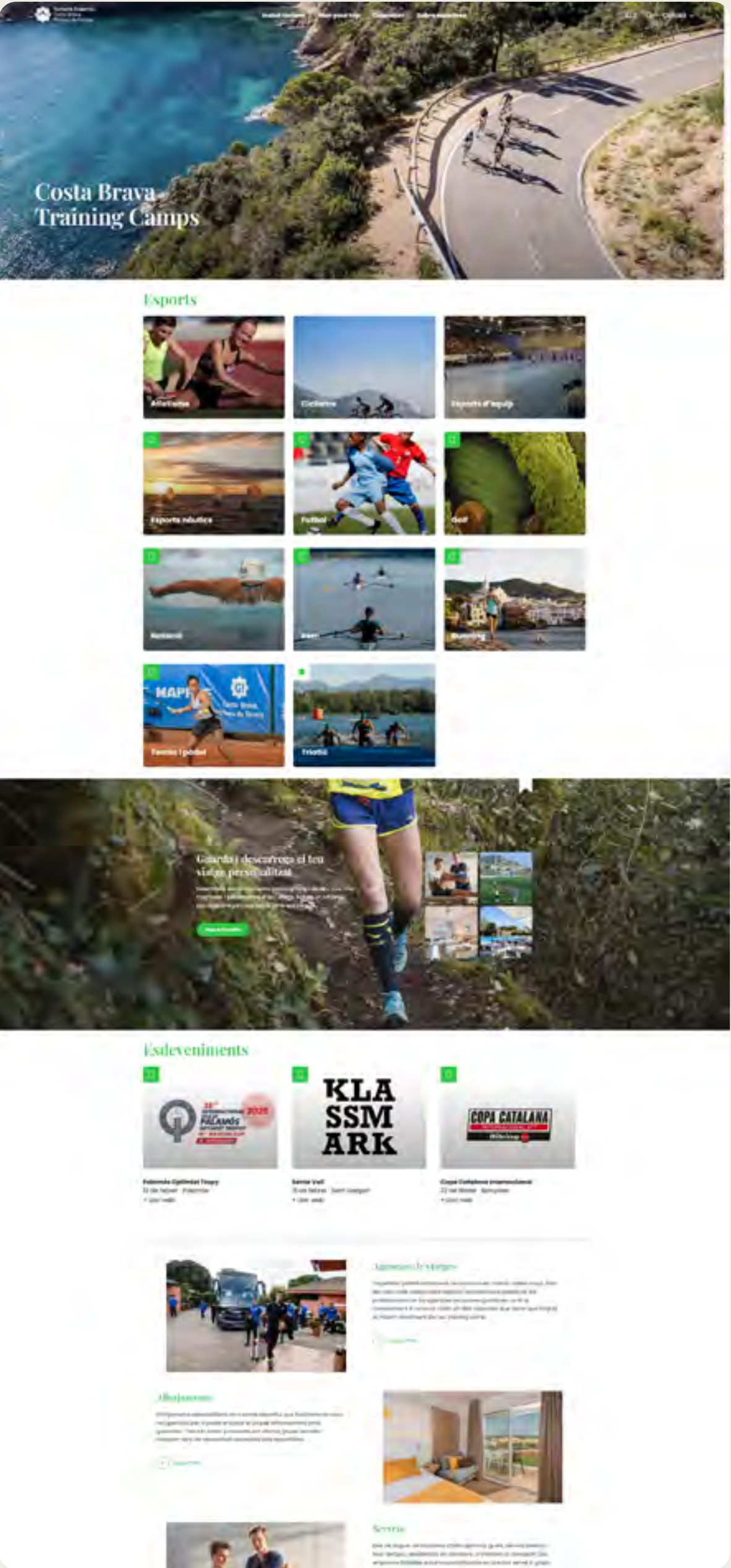
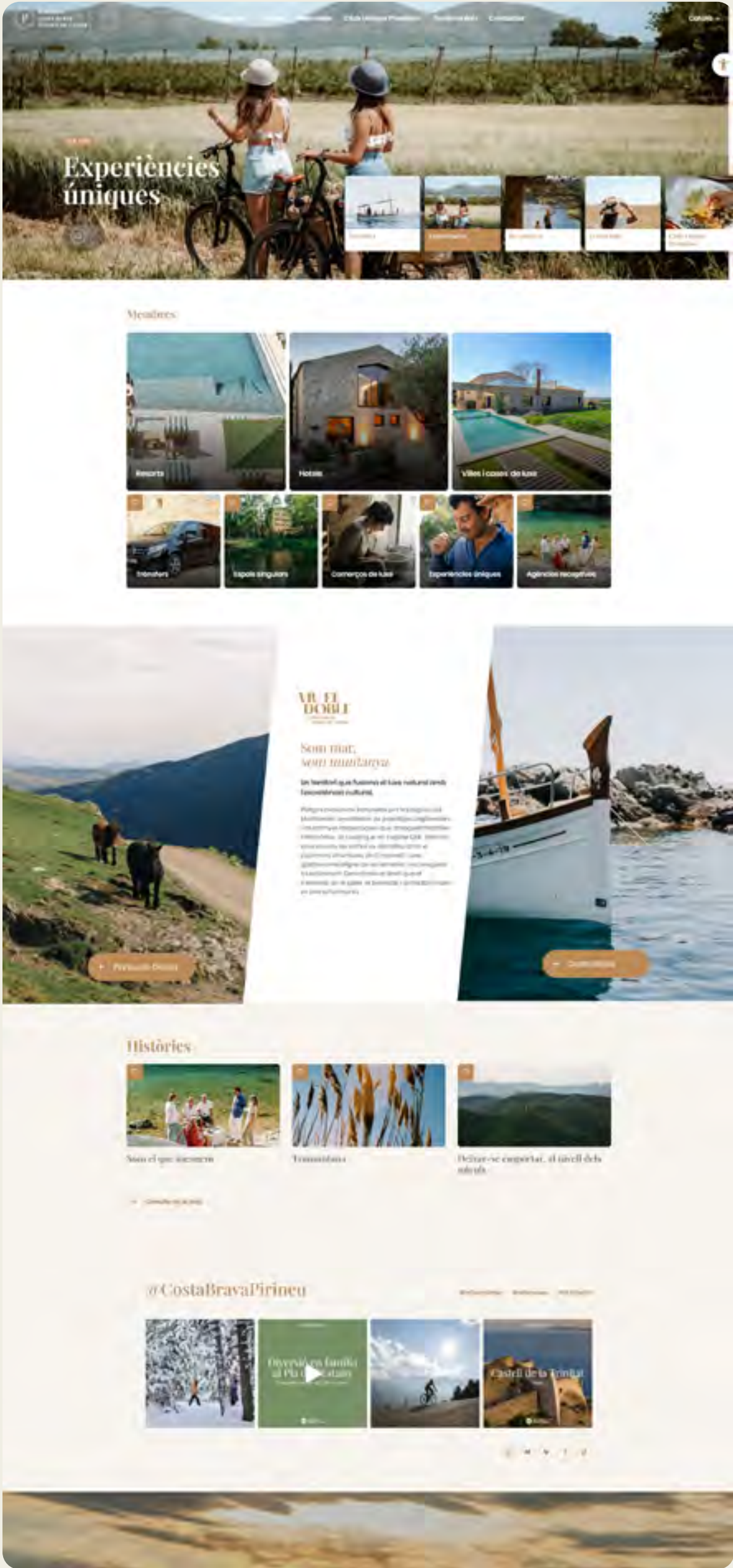
Sessions

24.300

Pàgines vistes

Pàgines més visitades:

Port de Roses, Cruise Ports, Port Facts, Palamós Port.



Xarxes socials

Perfils actuals i nombre de seguidors (variació en percentatge respecte al 2023):



INSTAGRAM

@COSTABRAVAPIRINEU

80.71 SEGUIDORS

+ 8,1%

INSTAGRAM

@FOODCOSTABRAVA

15.467 SEGUIDORS

+ 31,1%



TIKTOK

@COSTABRAVAPIRINEU

2.664 SEGUIDORS

+ 270 %



FACEBOOK

@COSTABRAVAPIRINEUGIRONA

81.005 SEGUIDORS



X

@COSTABRAVA

38.108 SEGUIDORS



YOUTUBE

@COSTABRAVAPIRINEU

2.850 SEGUIDORS

+ 2,5 %



LINKEDIN

COSTA BRAVA GIRONA TOURIST BOARD

3.618 SEGUIDORS

+ 22,5 %

LINKEDIN

COSTA BRAVA CONVENTION BUREAU

2.430 SEGUIDORS

+ 17,6 %

LINKEDIN

COSTA BRAVA TRAINING CAMPS

369 SEGUIDORS

NOU PERFIL



E-mail marketing

B2C	13.300	Base de dades
	49	Nombre total d’enviaments
	36,5 %	Ràtio d’obertures
	8 %	Ràtio de clics
	4.500	Leads del mercat català
	2.450	Leads del mercat espanyol
	6.350	Leads del mercat internacional
Campanyes amb més interacció: «Vívid», «Benestar cultural», «Turisme familiar», «Cales i platges», «Tardor a la Costa Brava i al Pirineu de Girona» i «Beu-te el museu».		

B2B		Costa Brava Girona Convention Bureau
5.930		Base de dades
32		Nombre total d’enviaments
28,7 %		Ràtio d’obertures
13 %		Ràtio de clics
Premium		
771		Base de dades
2		Nombre total d’enviaments
49,6 %		Ràtio d’obertures
25,2 %		Ràtio de clics

Training Camps

970	Base de dades
3	Nombre total d’enviaments
27,9 %	Ràtio d’obertures
5,2 %	Ràtio de clics



Videopòdcast

Desenvolupament del projecte de videopòdcast «Viu el doble» de la Costa Brava i el Pirineu de Girona creat per a les plataformes Spotify i Youtube.

Temporada 1, converses de 15 minuts amb experts locals:

- Ep. 1. *Los secretos de la Garrotxa con Beth Cobo.*
- Ep. 2. *Los secretos de l'Alt Empordà con Pau Calero.*
- Ep. 3. *Los secretos de Girona con Rosa Duran.*

310 Reproduccions al Youtube



CAMPANYES DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ

Continuïtat de la campanya
«Viu el doble a la Costa Brava i el
Pirineu de Girona» (4a temporada)



Campanya «Viu el doble», Londres.

Campanya de proximitat, Catalunya i Espanya

Període: de gener a desembre de 2024.

Estratègia de mitjans de caràcter mixt i amb diversitat de formats. Mitjans generalistes i especialitzats *offline* i *online* i suports exteriors d'àmbit estatal.

Campanya principal de les marques Costa Brava i Pirineu de Girona d'estiu al mercat estatal i de productes al mercat català per a la resta de l'any.

Mitjans

Ràdio Flaixbac, RAC1, RAC105, Catalunya Ràdio, TV3, Disney+, TV 360; circuits d'exterior a mercats gastronòmics de Madrid i Bilbao, a Moncloa i a la Moraleja pantalles de gran format, a València presència al transport públic i a Pamplona amb circuit d'exterior convencional; *El Nacional*, *Escápate Cerca*, *Prensa Ibérica*, *Lugares de Nieve*, *Time Out*, *Forbes Travel*, *Forbes Woman*, *Apart*, *On Catalunya*, *Què fem?*, *Yoga Spirit*, *Cuorpomente*, *MeteoPirineus*, *Desnivel*, *Oxígeno*, *Descobrir*, *Menuts Girona*, *Activitum*, *Criar.cat*, *Eventoplus*, *Punto MICE*, *Golf Circus*, *Top Experience*, *Costa Brava Magazine*, *Setmanari de l'Alt Empordà*, *El 9Nou*.

OTAs

Logitravel

Digital

SEM i native ads.

Xarxes socials

Facebook, X, LinkedIn, TikTok i YouTube.

Publicacions i impactes

139.831.019	Impactes
10.611.288	Visualitzacions
305.170	Clics
2.614.453	Interaccions



Campanya a França

Període: de gener a desembre de 2024.

Estratègia de mitjans de caràcter mixt i amb diversitat de formats.
Mitjans generalistes i especialitzats *offline* i *online*.

Mitjans

Publicitat exterior a centres comercials, transport, botigues del sud de França i cinemes; *Le Figaró*, *SNCF*, *Wetransfer*, *Cap Catalogne*, *Petit Futé*, *La Météo de France 3* i *TF1* (TV digital), *Exit Mag*, *Golf magazine*, *Fairways*, *Plongez*, *Trek Magazine*.

OTAs

Logitravel i Lastminute.

Digital

SEM i native ads.

Xarxes socials

Facebook, Instagram, X, Linkedin i campanya amb influenciadors.

Publicacions i impactes

101.282.903 Impactes

2.753.170 Visualitzacions

136.519 Clics

1.190.946 Interaccions



Campanya en mercats internacionals

Període: de febrer a novembre de 2024.

Estratègia de mitjans de caràcter mixt i amb diversitat de formats.

Mitjans generalistes i especialitzats *offline* i *online* i suports exteriors als mercats britànic i del Benelux.

OTAs

Lastminute i Expedia.

Digital

Programàtica, SEM i *native ads*.

Xarxes socials

Facebook, X i LinkedIn.

Campanya al mercat britànic

Magatzems Harrods i publicitat en taxis a la ciutat de Londres; TV360 amb principals plataformes com *BBC, SKY, Netflix, entre d'altres. Time Magazine i Sunday Times, Condé Nast Traveler, Active Traveller, Prestige Travel, Epic Road, Roleur.*

Campanya al mercat alemany

Campanya amb emissors de ràdio amb *SWR1 Baden Württemberg*, *Merian*, *ADAC* i *Holiday Check*.

Campanya al mercat del Benelux:

TV360 amb l'espot a plataformes com Netflix, Rakuten, Pluto, Plez, TCL, LG Channels, Samsung; Circuit d'autobusos a Brussel·les i mobiliari urbà a Amsterdam, programàtica específica de golf i Velomore.

Publicacions i impactes

126.446.186 Impactes

2.814.985 Visualitzacions

335.985 Clics

1.668.743 Interaccions



Campanya de neu

Període: del 23 de gener al 23 de febrer de 2024.

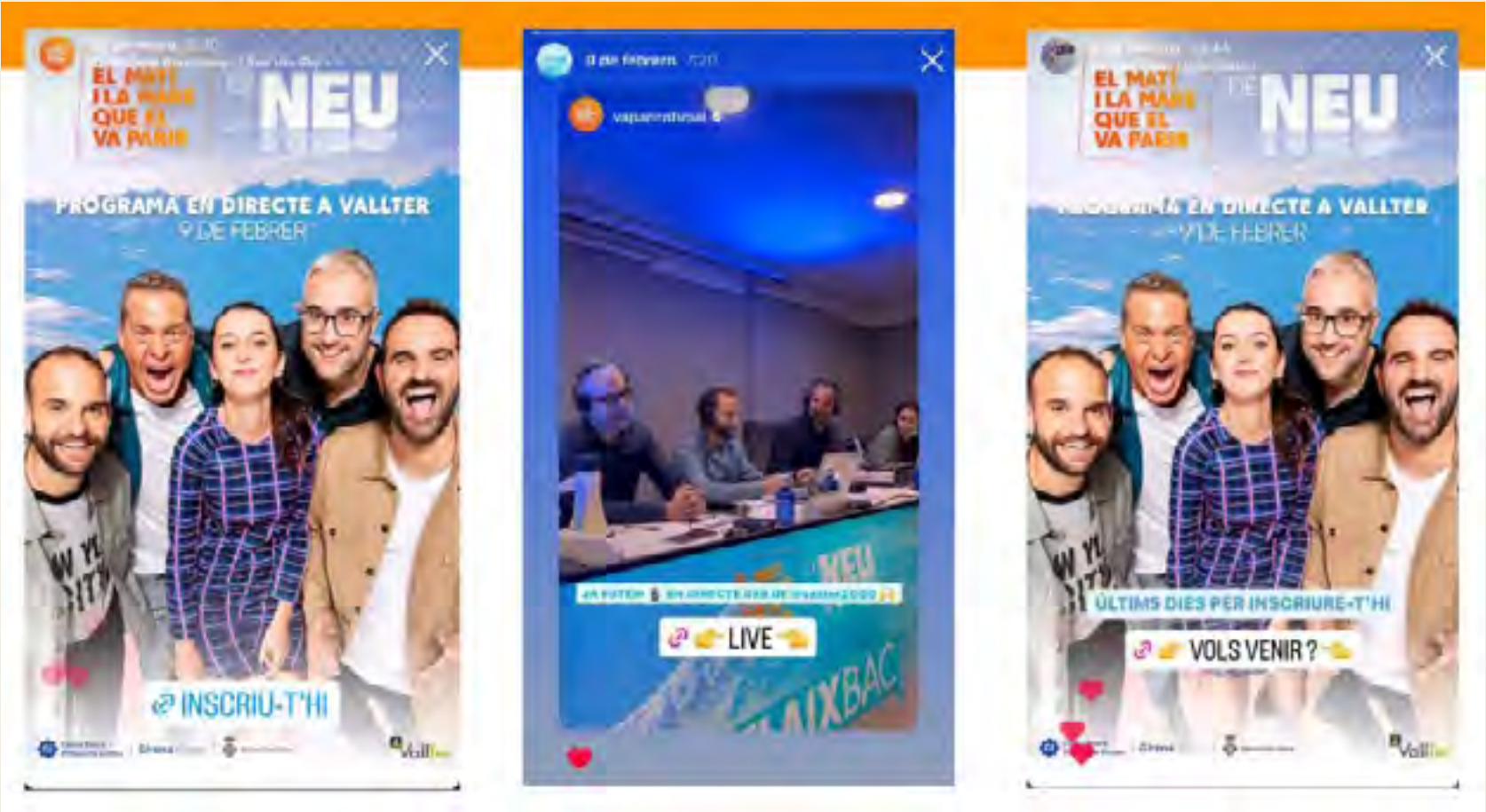
Campanya en emissores radiofòniques amb programes en directe des de les diferents estacions: *El matí i la mare que el va parir de Flaixbac*, i *Matina Codina!*, de RAC105.

Campanya específica per a mercats de proximitat.

Publicacions i impactes

13.966.241

Impactes



COMÀRQUETING

Campanyes de posicionament de marca i de conversió amb: Jet2holidays i TUI del mercat britànic, Travix del mercat del Benelux, Reisen Aktuell del mercat alemany, Nekera del mercat polonès i Avoris del mercat estatal.

COMÀRQUETING PER A PRODUCTES

Campanya club de golf: Leading Courses al Benelux i Golf Tailors als Països Nòrdics.

Campanya clubs d'enogastronomia i el Club de Salut i Benestar: Inspire My Holiday al Regne Unit

Campanya club esportiu: Travel Trek als EUA.

Publicacions i impactes

9.748.853	Impactes
8.076	Clics
8.118	Interaccions

Publicacions i impactes

116.677	Impactes
---------	----------

Publicacions i impactes

935.827	Impactes
4.734	Clics

Publicacions i impactes

818.469	Impactes
8.399	Clics



COMUNICACIÓ CORPORATIVA I PREMSA



Premis G!24 Teatre Municipal, Girona.



Turisme rural Gi, 30 anys, parlament

7	Rodes de premsa i presentacions a mitjans
27	Notes i comunicats de premsa
20	Gestió d'entrevistes a portaveus
31	Participació en actes i esdeveniments de representativitat

Butlletí professional de notícies (trilingüe):

11	Butlletí digital professional (trilingüe)
69	Notícies
3.350	Subscriptors



PREMIS G!

19a edició. Teatre Principal d'Olot

Premi G! Josep Pujol i Aulí, en reconeixement a la tasca professional, per a Miquel Quera i Vidal, propietari de l'establiment Mas el Joncar i soci fundador de Turisme Rural de Girona.

Premi G! Francesc Xiquet i Sabater, en reconeixement del projecte empresarial, per al Grup Morera, empresa familiar de la Garrotxa amb trajectòria en els sectors agroalimentari, esportiu i turístic.

Premi G! Especial Jordi Comas i Matamala per a l'Hotel Aiguablava, de Begur.

Premi G! Especial Juli Soler i Lobo per a Joan Morillo i Laura Tejero, copropietaris i caps de sala del restaurant Divinum, de Girona, i impulsors de l'Associació de Professionals de Sala de Girona.

Premi G! de Comunicació Turística de les Comarques Gironines Climent Guitart per a Alessia Cogliati, pels reportatges «Paradisi fuori città» i «Catalogna hai mai sciato sui Pirenei?» publicats a la revista italiana *Dove Viaggi*.

Premi G! de Comunicació Turística de les Comarques Gironines al contingut més original

i innovador sobre l'oferta turística de la Costa Brava i/o Pirineu de Girona per a Galo Martín i Cristina Candel, per l'article «Una visita a Ernesto Collado, el capturador de esencias de l'Empordà», publicat a la secció d'estil de vida del diari espanyol *El País*.

Premi G! de Comunicació Turística de les Comarques Gironines a la millor experiència turística de la Costa Brava i/o el Pirineu de Girona per a David Peskens i Roman Helinskil, per la publicació del reportatge titulat «Un Empordà impressionant en un color verd fresc», publicat a la revista especialitzada neerlandesa *FietsActief*.

Premi G! de Comunicació Turística de les Comarques Gironines a la millor proposta i/o experiència en turisme sostenible a la Costa Brava i/o Pirineu de Girona per a Nicole Biarnés Kiefer, per la publicació de diversos posts al blog de viatges alemany *Freibeuter Reisen*.

Premi Yvette Barbaza de Recerca i Investigació per a Neus Crous-Costa, Susana Rodilla, Carolina Conti i Sílvia Grau pel projecte d'investigació «Habitar el camí, creant cartografies experiencials».



ATENCIÓ AL VISITANT

Oficina de turisme de l'Aeroport Girona–Costa Brava

L'Oficina de Turisme de l'Aeroport Girona–Costa Brava continua sent gestionada conjuntament per la Generalitat de Catalunya i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona. L'oficina se situa a la terminal d'arribades i disposa de dos mostradors per atendre els usuaris tant a la zona d'aire com a la zona de terra.

El 2024, l'Aeroport Girona–Costa Brava ha rebut 1.987.017 passatgers i l'oficina ha atès 13.398 peticions d'informació. Aquesta temporada, l'oficina s'ha mantingut operativa durant els mesos d'hivern i ha adaptat els horaris al dispositiu aeri (dilluns, divendres i dissabte).

A partir del nou gestor estadístic per al control i el seguiment de visitants de l'Oficina de Turisme, els usuaris procedien principalment del Regne Unit, Alemanya, Bèlgica i els Països Baixos. Cal destacar que els polonesos creixen en nombre i viatgen a la Costa Brava bàsicament per motius relacionats amb les vacances i l'oci.

En l'àmbit de la gestió de l'Oficina de Turisme destaquen la renovació de la certificació de la Q de qualitat turística per al compliment dels requisits de la norma UNE 14785, i les tasques comercials desenvolupades en relació amb la reserva de serveis turístics i la venda de publicacions.



BANC D'IMATGES

Plataforma digital de descarregues gratuïtes : fotos.costabrava.org

- 452

Imatges disponibles en dues mides i resolucions.
- 198

Usuaris nous (de 1.175 usuaris).
- 4.027

Descàrregues

Arxiu Imatges PTCBG

- 1.919

Fotografies incorporades (d'un total de 37.715).
- 177

Peticions ateses.
- 3.358

imatges cedides.
- Adquisició de fotografies de professionals: Òscar Rodbag, Pere Durán, Jordi Renart, David Wilday, Òscar Vall, Manel Puig, Jordi Cassú, Jordi Puig i Harold Abellán.



SESSIONS FOTOGRÀFIQUES

Sessions fotogràfiques de temàtiques específiques:

- Cultura: Sara Guerrero, Feelmoo–Josep Ma. González i Tony David.
- Ruta del Vi DO Empordà: Joan Diví i Rolando Gil Pelegrín,
- Turisme esportiu: Athletic Outdoor Company.
- Sèniors: Diego Espada.
- Creuers: David Riera.

SESSIONS DE TERCERS

- Casa Natal Salvador Dalí.
- Ajuntament de Figueres.
- Cales i platges: Turisme Palamós i Ajuntament Sant Pere Pescador.
- Pirineus: Agència Catalana de Turisme i Quentin Buscaylet.
- Turisme Actiu: Carles Farrera, Jaume Mallart, Ovunno– Oliver Vegas, Double A Media
- David Garcia Pérez – Aviones de Papel.



8-FORMACIÓ

PROGRAMA DE FORMACIÓ PROFESSIONAL

25 sessions, presencials i virtuals,
amb 790 participants



FORMACIONS

- Evolució de l’oferta inclusiva i la seva promoció. *25 assistents.*
- Línia d’ajuts en la reducció de la petjada hídrica per a allotjaments turístics. *52 assistents.*
- Gestió eficient i estalvi d’aigua en el turisme. *100 assistents.*
- Domina l’inbound marketing: estratègies per transformar el teu màrqueting digital. *12 assistents.*
- Crea contingut atractiu, informatiu i dinàmic per destacar a TikTok en el sector enoturístic. *10 assistents.*
- Programes d’ocupació i pràctiques dels centres de formació turística. *100 assistents.*
- Estratègies de transformació digital. *15 assistents.*
- Fem un tast de vins en francès. *16 assistents.*
- Eines de sostenibilitat per a reunions i esdeveniments. *35 assistents.*
- Màrqueting i ús de canals digitals. *21 assistents.*
- Experiència de client i nous models de relació. *14 assistents.*
- Estratègies per atraure i maximitzar retirs a la Costa Brava–Pirineu de Girona. *15 assistents.*
- Eines per acompanyar-nos de la natura en la nostra activitat turística. *25 assistents.*
- Comunicació persuasiva: 5 claus per fer les presentacions efectives i memorables. I edició. *14 assistents.*
- Models i estratègies d’innovació. *15 assistents.*
- La nova frontera: intel·ligència artificial. *30 assistents.*
- Golf i l’oferta turística de la Costa Brava. *15 assistents.*
- Introducció a la publicitat digital i compra de mitjans digitals. *20 assistents.*
- Turisme sostenible a la Costa Brava Pirineu de Girona: la descarbonització en acció. *80 assistents.*
- Hosting Package per atraure retirs de benestar. *21 assistents.*
- Comunicació persuasiva: 5 claus per fer les presentacions efectives i memorables. II edició. *14 assistents.*
- US Traveler insights & trends. *20 assistents.*
- Introducció a les plataformes digitals esportives. *21 assistents.*
- Storytelling i màrqueting emocional I. *50 assistents.*
- Storytelling i màrqueting emocional II. *50 assistents.*



9-INTEL·LIGÈNCIA DE MERCAT

INTEL·LIGÈNCIA DE MERCAT

Tourism Data System (TDS). Observatori de Turisme d'Eurecat

Girona.tourism-data-system.cat

Eina tecnològica per mesurar la conjuntura turística de Catalunya.

Analitza l'activitat de les empreses d'allotjament turístic per arribades i pernoctacions, per tipologies d'allotjament i per mercats d'origen, i permet fer comparacions amb els globals de la destinació i amb altres marques turístiques del territori català.

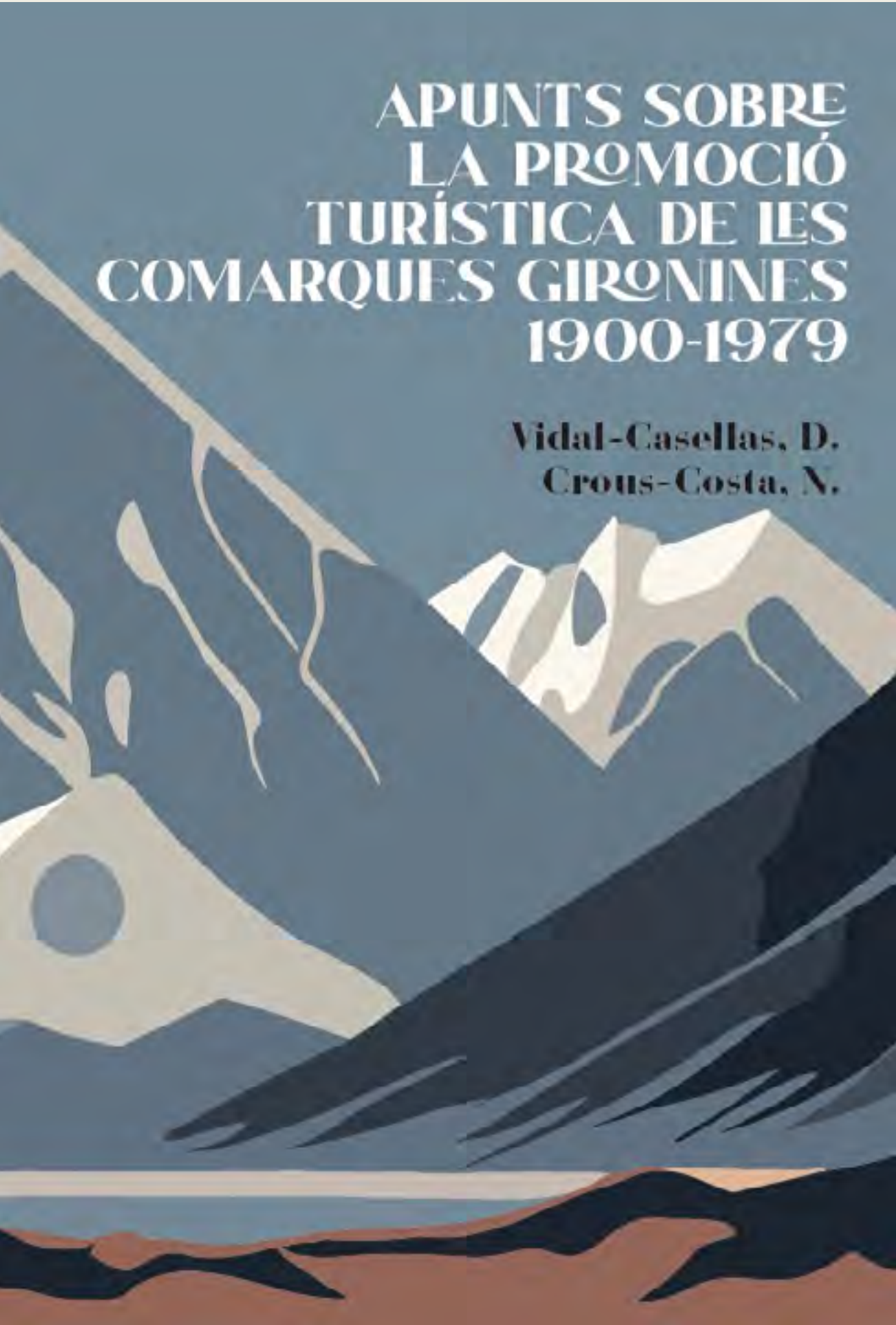
La plataforma TDS fa consultes i comparacions a mida. El sistema elabora informes quinzenals i a demanda (p. ex., ocupació per Setmana Santa o ocupació per temporada d'estiu). La informació facilita a l'entitat la planificació i presa de decisions estratègiques i comunicatives.

Accés exclusiu per a empreses turístiques col·laboradores, representants legals d'associacions i gremis empresarials, i institucions gestores de destinacions turístiques.

Estudi: «Apunts sobre la promoció turística de les comarques gironines 1900-1979». Autores: Dra. Dolors Vidal-Casellas i Neus Crous-Costa.

L'estudi suposa un treball ingent de prospecció dels orígens del turisme i la promoció turística de les comarques gironines durant el segle XX, que ha tingut un paper clau en l'evolució de l'economia i societat a la demarcació de Girona. Aquest viatge per la promoció turística de la comarques de Girona durant el segle XX és una descoberta de la història que es pot destriar amb la lectura i l'anàlisi del treball elaborat per la Universitat de Girona i la Càtedra de Gastronomia, Cultura i Turisme.

[Estudi publicat](#)



Informe anual: «Estadístiques Ruta del Vi DO Empordà 2023»

Analitza l’activitat enoturística de la Costa Brava i, més concretament, dels associats a la Ruta del Vi DO Empordà de l’exercici 2023. L’informe mostra l’evolució de l’activitat i la procedència i perfil dels visitants, i també tracta dades relacionades amb la despesa.

[Informe publicat](#)

Anàlisi de les Vacances Esportives de Cicloturisme a Costa Brava Pirineu de Girona

El cicloturisme s'ha convertit en una de les modalitats turístiques amb més creixement en els darrers anys. Aquest estudi es proposa aprofundir en el coneixement d'aquest fenomen, amb l'objectiu d'identificar i caracteritzar els patrons de consum, les característiques demogràfiques i les motivacions dels cicloturistes que trien la província de Girona com a destinació. Durant el darrer trimestre de 2024 s'ha dut a terme la recopilació de dades i l'inici de la redacció de l'estudi, que veurà la llum durant el mes de març de 2025.

Publicació (primer trimestre 2025).



Fotògrafs: Òscar Rodbag, Alvaro Sanz, Anna Pla-Narbona, Sara Guerrero, Joan Diví, Steve Carr, Rafa Pérez, Jordi Renart, Javi Cabrera, Diego Espada, David Aparicio, Oriol Molas, Alvaro Sanz, J.D.Andrews, Òscar Vall, InVoyage.

Fotos cedies per: Gran Fondo, Arxiu Imatges PTCBG, Celler de Can Roca i Masella.

Disseny gràfic: Safareig.

MEMÒRIA 2024

