

M

memòria
TORISME VAL D'ARAN
2 0 1 2



VAL D'ARAN
Era essència des Pirenèus



**ensenhador
índex
índice**

M

memòria
TORISME VAL D'ARAN
2 0 1 2



5



57



109

M

memòria
TORISME VAL D'ARAN
2 0 1 2



VAL D'ARAN
Era essència des Pirenèus



contengut

1	INTRODUCCION	9
2	ETH TORISME DERA VAL D'ARAN EN CHIFRES	13
	Ofèrta	13
	Demanda	14
3	ETH SERVICI D'INFORMACION E ACUELHUDA DETH VISITANT DERA VAL D'ARAN	17
	Servici d'informacion e acuelhuda deth visitant dera Val d'Aran	17
	Quantificacion deth servici e caracterizacion des visitants	18
4	ERA ACCION DE MARKETING TORISTIC DERA VAL D'ARAN	23
	Comunicacion	
	Comunicacion convencional (off-line)	24
	Comunicacion on-line	29
	Edicions e reedicions	38
	Promocion e ajuda entara comercializacion toristica	40
	Promocion a trauèrs de "hilats de colaboracion"	40
	Assistència a Hèires, jornadas professionaus, viatges de receptiu.	43
	Accions de promocion adreçades ath public finau	49
	Promocion e dinamizacion deth comèrç	50
	Relaciones damb eth sector, qualtat e formacion	52
5	RESUMEN. DETALHS D'INVERSION	55



introduccion

Eth torisme ena Val ei ua des milhors airines entà hèr a conéisher es recorsi naturaus e culturaus deth nòste país, tà mantenguer-les e conservar-les, e ua activitat fundamentau entath desenvolopament econòmic dera val, e per tant tath benèster des nòsti ciutadans e es que mos visiten.

Entà d'açò, durant er an 2012, auem desenvolopat dues airines basiques que definissen era accion toristica ena nòsta destinacion:

Eth Plan Estrategic de Torisme dera Val 2012-2014. Huelha de rota en matèria de gestion, administracion e un aute operatiu; 4 programes, de gestion, seguiment, servici en destin e marketing, e 24 (14) accions entà desenvolopar pendent eth periòde de vigència deth Plan.

PLAN DE ACCION DE TORISME ENA VAL D'ARAN 2012/13/14.

Macroprograma dera estructura	Macroprograma operatiu	
1. Programa de Gestion	3. Programa de servicis en destin	4. Programa de Marketing
● 1.1. Estructura e gestion	● 3.1. Creacion de producte	● 4.1. Incorporacion estratègies
2. Programa de Seguimient	● 3.2. Qualitate sostenibilitat	● 4.2. Imatge de marca
● 2.1. Seguimient e contròl	● 3.3. Recepcion e informacion	● 4.3. Posicionament
	● 3.4. Inteligència toristica	● 4.4. Promocion
	● 3.5. Collaboracion damb d'autes contrades e organismes	● 4.5. Desestacionalizacion
		● 4.6. Comercializacion
		● 4.7. Co-marketing

Eth pla de marketing dera destinacion. Huelha operativa en marketing que devolue es accions de promocion, comercialitzacion e posicionament. Devolue per entà eth segon semestre der an 2013, pla que se devolue damb eth sector pendent eth primer trimesader der an 2013.

Des deth Conselh Generau d'Aran no concebem era política toristica sense era participacione era coordinación, trebalham damb eth sector e entà eth sector, sonque era coordinación interadministrativa, publica- privada, e privada-privada, poden ajudamos a ester mes efficient e eficaci, e per lo tan a hèr mes damb menhs recorsi.



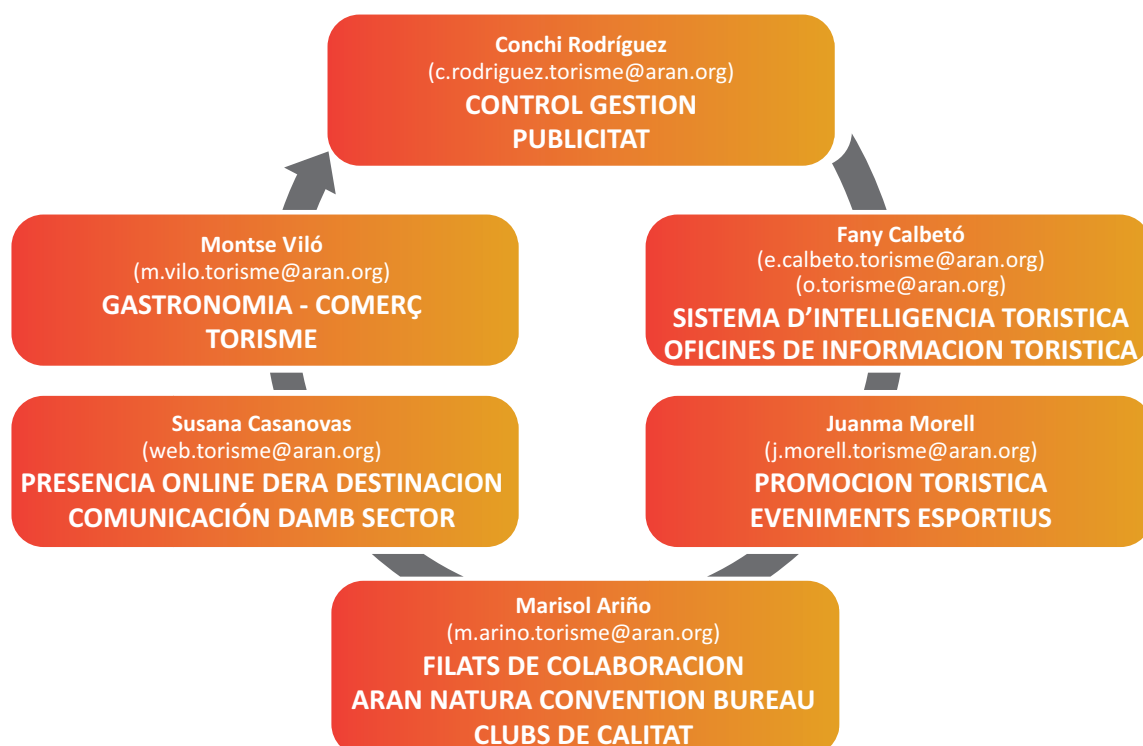
Aguesta orientacion a hèt que consideregam que es principaus clients de Torisme Val d'Aran (TVA) siguen es institucions e es empresaris dera Val, en definitiua es ciutadans vinculadi damb era activitat toristica, orintan era activitat de TVA as sues necessitats, e especialitzant era estructura de promocion e eth marketing toristic, dejà que er objectiu finau ei que vengue a disfrutar dera Val eth major numero de toristes, e aconseguir er augment deth gasto e era estancia meieja des madeishi, tot aquerò posicionant era destinacion coma un desti de calitat, eth milhor lòc entà descobrir era essencia des Pireneus.

Eth Macroprograma de estructura deth Pla Estrategic sa desvolupat de forma prioritari, a estat necessari adaptar era estructura ara estrategia, e as naues honts de financiacion dera activitat toristica ena Val, en especiau ara taxa toristica.

Coma resultat d'un long proces desvolupat ath long der an 2012, en junh s'aprovec eth cambi de denominacion e modificacion de estatus der organisme autonom " Torisme Val d'Aran", qu'aprovec de forma definitiua en seteme de 2012. Eth nau "Foment Torisme Val d'Aran", en auança FTVA, ei un organisme autònom de caràcter economic, en eth son representadi toti es actors vinculadi damb eth torisme ena Val, e es sòns objectius son:

Promoir eth torisme dera Val d'Aran en totes es sues manifestacions, contribuir ara defensa des valors socioculturaus dera val, dar sopòrt ath desvolupament dera val en tot aquerò que se poga milhorar era oferta toristica, e quinsevolh auta activitat que estigue relacionada damb eth torisme.

Tanben pendent er an 2012 s'a adequat era estructura de FTVA, un equip professionau e damb experiència disposicion des socis de FTVA e es interesadi en formar part de aguesta eirina de marketing toristic. Eth seguent esquema mòstre era estructura e eth equip, que esta ara sua disposicion.





Er an 2012, pr'amor dera queiguda deth consum, generau en tot er estat, era Val a estat era destinacion escolhuda per mes de 240.000 viatgers lotjats es establiments òtelers, un 7,5% mes que en era n 2011, qu'an generat mes de 670.000 pernòctacions, 10.5% mes que en er an anterior, coma vedem en eth seguent resum nosta Val seguís essent ua destinación competitiva, de calitat e damb ua demanda diversificada.

Voleria barrar aguesta introducción arregraint as 222 socis de FTVA*, damb era sua implicacion e aportacions economiques en forma de quotes hent posible era activitat de promocion dera Val, e convidant ara resta deth sector a participar en " Foment Torisme Val d'Aran, ei ua entitat de toti e entà toti es aranesi, entre toti podem aconseguir que et torisme sigue un des nosti principaus motors econòmics, un sector que met en valor lo milhor de nosati madeishi e deth noste país, e que ajude a conservar es recorsi naturaus e colturaus en es que se sostente entà que se poga disfrutar es nostes futures generacions.

**Es sòcis de FTVA en era n 2012 representen eth 59% deth totau de lotjaments dera Val, eth 19% des restaurants, eth 6% des bars, eth 44% des empreses de torisme actiu e eth 14% des comerci.*

Anna Diaz Morelló.
Conselhèra de Torisme, Comèrç e Consum



eth torisme dera Val d'Aran en chiffres

Aguest an 2012 s'ha metut en marxa un procediment e implantat ua metodologia entà analitzar i monitoritzar es diuerses honts d'informacion sus era activitat torística, tan a nivèu d'aucupacion òtelera en es diuersi establiments, provenença deth viatger, pernòctacions e estada mieja, tanben s'incorporen entà er analisi es dades sus es visitants as oficines de torisme, on se realitzen enquèstes que mos permetissen coneisher milhor eth visitant actuau e es sues motivacions entà triar era Val.

Aguesta funcion d'informacion e estadística s'ha agropat en FTVA dejós er area que nomene "**Sistèma d'intelligéncia e Informacion Torística dera Val d'Aran**", area responsable tan dera estadística coma dera prestacion de servicis d'informacions as viatgers qu'arriben ena Val.

ofèrta

Era Val d'Aran a ua ofèrta toristica ampla, competitiua e diursificada. Era ofèrta dera Val er an 2012 se compose de 149 establiments de lotjament toristic, 173 bars e restaurants, 28 equipaments culturaus, esportius e de léser, 40 empreses de torisme actiu e 326 comerci.

Era ofèrta de lotjament òteler dera Val d'Aran represente eth 24,5% des establiments de Lleida e eth 33,8% deth totau de places (Hont INE).

Respecte as ans anteriors, pendent er an 2012 a decreissut er ofèrta d'establiments de lotjament e restauracion, dada que implique ua davalada deth -0.6% deth numero de places de lotjament e ua davalada deth -0.45% en establiments de restauracion.



demanda

Eth coneishement dera demanda se realitze mejançant tres hons d'informacion, ua secundaria (externa), e dues primaries (internes).

Institut Nacionau d'estadística (INE). (Hont secundària externa). Proporciona es dades: numero de viatgers, pernoctacions e estada mieja en es establiments òtelers dera Val. Permet era comparativa damb autes zones deth Pirineu e de Catalonha.

Sistèma Pròpi (SPTVA). (Hont primària). Des de e més de detz ans, er equip de FTVA, realitze una enquèsta semanau entre ua mòstra ampla d'establiments de lotjament oteler dera Val, e pera Val. Aquesta enquèsta permet coneisher en temps real era aucupacion òtelera enes tres zones dera Val per categories. Pendent er an 2012 san realizat més de 6.000 trucades de telèfon entà era recuelhuda de dades.

Gestor Estadístic Oficines de Torisme (GEOT). (Hont primària) Aguest an sa metut en marxa el gestor estadístic, comun en totes es oficines de torisme de Catalonha, aguest programa ei instalat enes oficines de torisme e permet conèisher eth perfil des visitants dera Vall. **Aguest an san realizat més 45.000 enquéstes. INE. Viatgers, pernoctacions, estada mieja e origen.**

Pendent er an 2012 era Val a rebut 241.764 viatgers lotjats en establiments otelers, que an generat 671.534 pernoctacions. Es taules següents mòstren es resultats des tres últims ans per zones dera val.

Damb er objectiu de comparar respecte as ans anteriors, se sonque se consideren es zones de Naut Aran e Vielha-Mijaran, (entà eth Baish Aran l'INE no a es dades especificas, e es dades son ua estimacion basada ena aucupacion des places otelers existents ena zona recopilada per Torisme Val d'Aran e era estada mitjana des viatgers extrapolada de l'INE), se pot còncloir que:

Er an 2012 sa incrementat un 6,07% eth numero de viatgers e un 9,7% el numero de pernoctacions respecte ar an 2011, e sa incrementat un 15,42% el numero de viatgers e un 8,95% el numero de pernoctacions respecte ar an 2010.

Er an 2012 era Val a rebut 13.141 viatgers lotjats en establiments otelers més que er an 2011, e 30.656 més que er an 2010, e ia agut 56.673pernoctacions més que er an 2011 i 52.220 més que er an 2010.

NAUT ARAN			VIELHA e MIJARAN			BAISH ARAN		
	AN	TOTAU		AN	TOTAU		AN	TOTAU
VIATGERS	2010	70.983	VIATGERS	2010	127.706	VIATGERS	2012	12.419
	2011	69.094		2011	147.110		PERNOCTACIONS	2012
	2012	82.718		2012	146.627			
PERNOCTACIONS	2010	239.877	PERNOCTACIONS	2010	343.422			
	2011	230.996		2011	347.850			
	2012	262.195		2012	373.324			

Quan as principaus mercats emissors peth origen, eth turisme nacionau rebut ena Val sa incrementat en 461 viatgers e eth estranger s'ha incrementat en 9.637 persones, hèt que consolide es resultats de diversificacion dera demanda e increment era demanda estrangera iniciada er an 2010 amb diuerses accions de promocion en es principaus mercats estrangers.

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

SUMA ZONES	PROCEDÈNCIA	2010	2011	2012	2012 VS 2011	2012 vs 2010
VIATGERS	NACIONAUS	163.798	176.146	176.607	461	12.809
	EXTRANGERS	34.891	40.058	49.695	9.637	14.804
PERNOCTACIONS	NACIONAUS	479.377	474.011	517.414	43.403	38.037
	EXTRANGERS	90.342	102.083	118.105	16.022	27.763
ESTADA MITJANA	NACIONAUS	2,93	2,69	2,93	0,24	0,00
	EXTRANGERS	2,59	2,55	2,38	-0,17	-0,21

NAUT ARAN

NAUT ARAN	PROCEDÈNCIA	2010	2011	2012
VIATGERS	NACIONAUS	58.150	52.481	60.461
	EXTRANGERS	12.833	16.613	22.256
PERNOCTACIONS	NACIONAUS	199.406	175.493	198.952
	EXTRANGERS	40.471	52.751	63.243

VIELHA e MIJARAN

VIELHA e MIJARAN	PROCEDÈNCIA	2010	2011	2012
VIATGERS	NACIONAUS	105.648	123.665	116.146
	EXTRANGERS	22.058	23.445	27.439
PERNOCTACIONS	NACIONAUS	279.971	298.518	318.462
	EXTRANGERS	49.871	49.332	54.862

Eth torisme d'origen estranger a representat er an 2012 eth 22% dera demanda dera Val, er an 2011 representec eth 19% e er an 2010 eth 18%. Aquesta dada refôrce es accions de promocion realizades des de FTVA entà captar torisme estranger.

SUMA ZONES	PROCEDÈNCIA	2010	2011	2012
VIATGERS	NACIONAUS	82%	81%	78%
	EXTRANGERS	18%	19%	22%
PERNOCTACIONS	NACIONAUS	84%	82%	81%
	EXTRANGERS	16%	18%	19%

Sistèma Pròpi (SPTVA). Aucupacion per semanas.

Era Val d'Aran barre er an 2012 damb un leugèra davalada ena aucupacion respecte as ans anteriors, segontes es dades extretes des trucades realizades semanaument desde Torisme Val d'Aran as lotjaments, un -0.76% ena miejana anuau respecte ath 2011 e -2.25% ath 2010.

Se aguesta dada se desglosse entre es tres zònes dera Val d'Aran era zona de Miei Aran pendent er an 2012 a agut un creishement respecte as ans anteriors, essent deth +2.16% respecte ar an 2011 e + 0,38 ar an 2010. Enes seguentes taules se mòstren es resultats d'aucupació per mesj, es dades son proporcionades directament pes establiments.

NAUT ARAN

	2010	2011	2012
GÈR	61,80%	53,92%	55,95%
HER	59,93%	63,45%	65,38%
MAR	53,94%	52,45%	49,82%
ABR	14,36%	18,81%	19,25%
MAI	8,17%	7,18%	4,96%
JUN	13,40%	14,62%	9,73%
JUR	31,66%	29,67%	28,22%
AGO	54,39%	55,67%	53,16%
SET	20,08%	26,98%	28,21%
OCT	24,53%	19,82%	8,40%
NOV	16,35%	7,36%	5,81%
DES	51,56%	32,65%	39,13%
MIEJA	34,18%	31,88%	30,67%

MIEI ARAN

	2010	2011	2012
GÈR	52,12%	55,83%	61,69%
HER	50,33%	48,37%	59,78%
MAR	46,62%	43,77%	51,06%
ABR	26,49%	20,71%	27,94%
MAI	18,66%	15,63%	18,76%
JUN	27,29%	26,15%	24,54%
JUR	41,67%	36,89%	39,75%
AGO	63,56%	71,57%	60,17%
SET	35,83%	34,36%	41,44%
OCT	30,78%	30,40%	27,74%
NOV	24,73%	21,79%	27,74%
DES	40,15%	31,39%	33,34%
MIEJA	38,19%	36,41%	38,57%

BAISH ARAN

	2010	2011	2012
GÈR	32,55%	30,91%	16,49%
HER	15,86%	25,63%	11,90%
MAR	10,80%	30,29%	12,39%
ABR	27,67%	19,20%	12,88%
MAI	25,62%	28,91%	13,40%
JUN	35,39%	30,44%	26,78%
JUR	33,27%	36,40%	26,26%
AGO	62,89%	64,15%	42,89%
SET	34,65%	36,80%	29,70%
OCT	24,78%	31,54%	22,97%
NOV	28,05%	31,53%	9,33%
DES	22,47%	16,81%	20,85%
MIEJA	29,50%	31,88%	18,75%



eth servici d'informacion e acuelhuda deth visitant dera Val d'Aran

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

Eth "Sistéma d'intelligencia e Informacion Toristica dera Val d'Aran" s'encargue tanben dera gestion des oficines de torisme e dera prestacions de servicis **d'informacions e acuelhuda ath visitant.**

Desdes oficines de torisme se presten es següents servicis:

- Informacion toristica des municipis e dera Val d'aran, Informacion toristica relativa ath transport, lotjaments, enterpreses e activitats toristiques, comèrc, sevics, monuments, recorsi naturaus, rotes toristiques, espectacles e eveniments culturaus e de quinsevolhe activitat relativa ath torisme e ar òci.
- Distribucion materiau toristic: mapa, tríptics, huelhetons, foyers, ...
- Atención de consultes telefòniques de toristes potenciaus interessadi en visitar era Val, e enviament d'informacion per corrèu postau e electrònic.
- Venta d'entrades de diuèrsi actes e activitats que se realizen ena Val d'Aran.
- Ajuda ena preparacion deth materiau de hèira e merchadaising d'activitats de promocion.
- Confeccion agenda setmanau d'activitats ena Val d'Aran.
- Collaboracion ena confeccion e rectificacion des huelhetons e mapes.
- Revision e preparacion ena gestion de la Q de Qualitat.
- Recuelhuda de donades des visitants en programa de gestion dera Generalitat.



Era oficina d'informacion torística a renovat era certificacion damb era Q de Qualitat toristica, emesa peth Institut de Qualitat Toristica'informació Espanhol (ICTE), per aquerò sa passat per ua estricta auditoria que analitze es diuersi aspectes coma era calitat ena prestacion de servicis, era seguretat e era professionalitat deth servici.

Es oficines dubertes tot er an son:

Oficina de Torisme de Vielha (o.torisme@aran.org) damb orari de 9:00 a 20:00 h.cada dia, excepte sason baisha de deluns a dissabte de 10:00 a 13:30 h e de 16:30 a 20:00 h. dimenges barrada, igual que es dies 1 e 6 de gèr, 17 de junh, 8 de seteme, 8 d'octubre, 24 e 25 de deseme.

Oficina de Torisme de Salardú (o.s.torisme@aran.org) damb orari ena sason iuèrn 09:00 a 12:00 h e de 16:00 a 19:00 h de deluns a dissabtes, dimenges barrada, sason d'ostiu de 09:30 a 12:30 h e de 16:00 a 19.30 h de deluns a dimenges e sason baisha de 09:00 a 15:00 h de deluns a dissabte, dimenges barrada, igual que es dies 1 e 6 de gener, 3 de mai, 17 de junh, 7 octubre, 24 e 25 de deseme.

Es oficines dubertes en ostiu son:

Oficina de Torisme d'Arties (o.a.torisme@aran.org) damb orari de 10:00 a 14:00 h e 17:00 a 20:00 h de dimarts a dimenge.

Oficina de Torisme de Bossòst (torisme@bossost.es) damb orari de deluns a dissabte de 10:00 a 13:30 h i 16:00 a 19:00 h. Aguesta oficina no esta gestionada per FTVA, sunque se liure materiau informatiu e de promocion toristica.

Oficina de Torisme de Les, damb horari de 11:00 a 14:00 h e de 15:00 a 19:00 de deluns a dissabte. Aguesta oficina no esta gestionada per FTVA, sunque se liure materiau informatiu e de promocion toristica.

Quantificacion deth servici e caracteritzacion des visitants

Es oficines de torisme de Vielha e Salardú an atengut pendent er an 2012 a mes de 52.000 toristes, eth 86% d'eri ena oficina de Vielha. Durant er an 2012 s'an contestat 5.325 trucades telefòniques sollicitant informacion dera Val, s'an enviat 345 cartes e 778 correus electrònics damb informacion toristica dera Val.

Principaus característiques deth visitant des oficines de torisme:

- Eth 98,26% des toristes visite era Val per motius de vacances.
- El 56,82% des toristes an edats compreses entre es 36 e es 65 anys.
- El 58,20% pernocte ena oférta de lotjament òteler.
- Era major part dera informacion sollicitada ei sus era oferta toristica, un 54,37% des visitants.
- Eth materiau que mes s'a liurat enes oficines de torisme ei eth mapa toristic e eth mapa de senderisme.

- Eth 84% des visitants des oficines de torisme son d'origen nacionau e eth 16% d'origen estranger

Es toristes que més visiten es oficines de torisme son de catalonha, representen eth 51% (eth 78% procedent de Barcelona, eth 9% de Tarragona e eth 6% de Lleida e Girona), seguidi pes dera Comunitat de Madrid e era Comunitat Valenciana, que representen eth 11% en es dos casi.

En eth cas des estrangers, es que mes mos visiten son francesi, representen eth 57% des visitants, seguidi pes procedents d'Israel que representen eth 9%, e pes britànics que representen eth 7%.

A continuacion se detallan es resultats.

OIT VIELHA

	toristes 2010	toristes 2011	toristes 2012
GÈR	4,50%	3,50%	4,50%
HER	4,60%	3,00%	4,40%
MAR	5,70%	4,30%	5,10%
ABR	6,70%	7,50%	9,40%
MAI	4,30%	3,60%	4,60%
JUN	7,40%	8,00%	5,90%
JUR	14,70%	15,10%	15,70%
AGO	26,20%	28,60%	29,00%
SET	9,70%	9,90%	8,50%
OCT	8,20%	8,20%	4,80%
NOV	2,70%	2,70%	3,50%
DES	5,30%	5,60%	5,20%
TOTAU	50.820	58.758	45.108

OIT SALARDÚ

	toristes 2010	toristes 2011	toristes 2012
GÈR	2,00%	1,40%	2,80%
HER	2,70%	1,30%	2,40%
MAR	3,90%	1,30%	2,7%
ABR	2,20%	3,90%	4,30%
MAI	0,50%	0,60%	0,10%
JUN	0,10%	7,40%	5,10%
JUR	24,11%	26,90%	22,90%
AGO	53,30%	41,70%	47,30%
SET	6,20%	7,90%	6,70%
OCT	0,80%	3,10%	1,40%
NOV	0,10%	0,00%	0,2%
DES	4,30%	4,40%	3,70%
TOTAU	6.358	8.755	7.332

Er us d'internet coma hont d'informacion toristica per part des visitants provoqe era davalada de visites enes oficines d'informacion toristica.

Perfil des visitants enes oficines d'informacion toristica.

Motiu dera visita

MOTIVACION	PERSONES	PERCENTATGES
Vacances	44.321	98.26 %
Negocis	427	0,95 %
Oci	243	0,54 %
Dades non informats	117	0,25 %
Totau	45.108	100%

Edat

INTERVALS	PERSONES	PERCENTATGES
16 a 25 ans	473	1,07 %
26 a 35 ans	9.607	21,12 %
< 35 ans	5.477	12,19 %
36 a 65 ans	25.589	56,82 %
> 65 ans	3.962	8,8 %
Totau	45.108	100%

Tipe de pernотacions

	PERSONES	PERCENTATGES
Òtels	26.243	58.20%
Campings	1.961	4.37%
Torisme rurau	4.217	9.37%
Apartaments toristics	4.710	10.51%
2ª Residencia	2.982	6.61%
Familiars	1.845	4.09%
Albèrges	1.371	3.04%
Auti	1.779	3.81%
Totau	45.108	100%

Informacion sollicitada

	PERSONES	PERCENTATGES
Informacion dera ofèrta toristica	24.525	54.37 %
Transpòrts	1.538	3,41 %
Seguretat ciutadana	54	0,12 %
Lotjaments	2.419	5,36 %
Restauracion	4.163	9,23%
Òci	3.658	8,11 %
Esdeveniments	6.731	14,92 %
Comèrç	1.822	4,04 %
Auti	198	0,44 %
Totau	45.108	100%

Materiau liurat ena oficina de Torisme.

HULHETONS	TOTAU
Mapa de senderisme	16.994
Libre Senderisme	381
BTT-Ciclotorisme	1.703
Mapa Toristic	37.282
Pesca	3.529
Torisme d'aventura	192
Mòstra gastronòmica	1.740
Aiguamòg-Valarties	3.529
Raquetes	2.790
Restaurants	6.021
Lotjaments	2.672
Taxis	260
Patrimòni	5.162
Artiga de Lin	720
Busi	4.752
Totau	84.200

Milhores entà er an 2013.

S'esta trebalhant ena edicion de navi mapes e huelhetons, en concret un nau mapa de Vielha, un nau díptic damb era oferta de comerci dera Val, e ena reedicion e actualitzacion de huelhetons e mapes dejà existents.

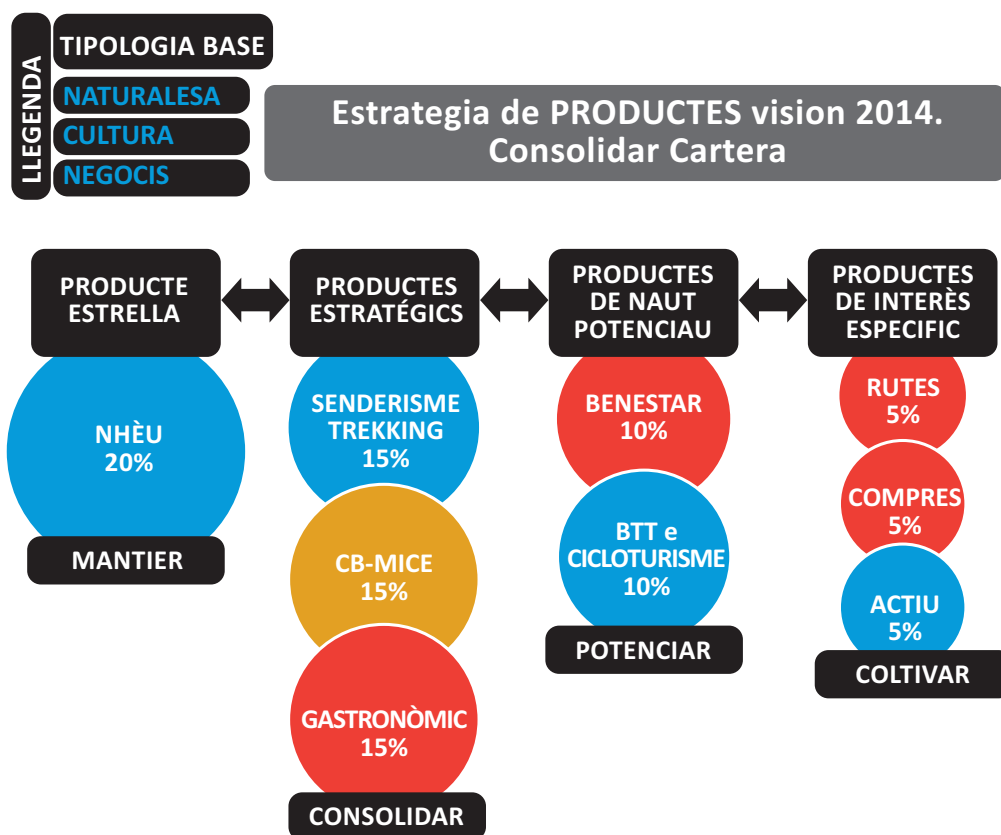
En ambit dera estadistica desdeth 7 de deseme eth Sistèma Pròpi (SPTVA) elabore eth informe d'ocupacion òtelera es dimenges

4

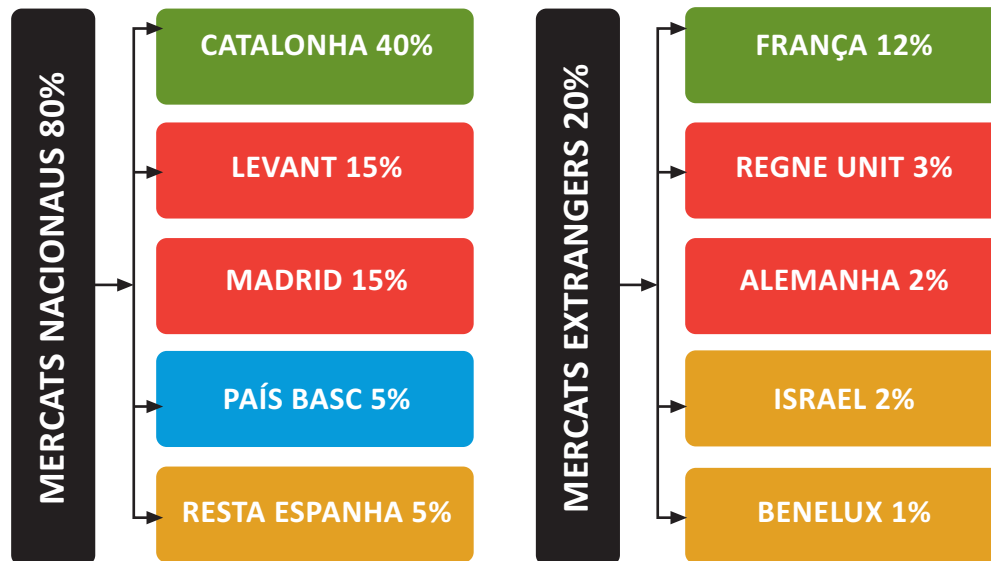
era accion de marketing toristic dera Val d'Aran

Tal e coma s'a mencionat ena introduccion FTVA ei formada per un equip professionau damb eth principau objectiu que ei captar mercat toristic entà es empreses dera Val d'Aran. Enes següents pagines se mòstren es principaus accions desvolopades enes desparièrs apartats de marketing: comunicacion, promocion e comercializacion.

Era accion de marketing se centre sus era base dera cartèra de productes dera Val e es mercats e segments de mercat objectiu definits en Plan 2014.



Estrategia de MERCAT vision 2014. (Internacionalizaci3n ajustada)



Comunicacion

Comunicacion convencionaue (off-line)

Era inversi3n publicitària en mieis convencionaus pendent er an 2012 s'a redusit a favor dera presència *on-line* dera destinaci3n. Es critèris de recèrca e selecci3n de mieis an estat es soslinhadi en plan de marketing, era capacitat pressupostària a delimitat era inversi3n en mieis en mercats de proximitat, era presència s'a distribuït per cartèra de productes, en especial senderismo, btt, patrimoni e gastronomia. Es mieis utilizadi an estat ràdio, 70% dera inversi3n e premsa 30% restant.

Campanha de promoci3n en Barcelona "Aerobús"

Producte: Nhèu

Mercat: Catalonha

Des deth 17 de deseme e enquia fins de gèr era Val d'Aran hè promoci3n en Barcelona a trauès de tres autobusi dera ciutat que hèn eth recorregut des dera Plaça Espanha ara terminal der aeroport. Era campanha s'inicie abantes des vacances de Nadal e preten refortilhar era imatge toristica deth territ3ri en ues dates claus entath mercat catalan.



Premsa escrita genèrica e especializada

Pendent er an 2012 era Val d'Aran a estat present em:

- Mieis : 9
- Insercions pobicitàries: 12
- Reportatges: 86 paginas en totau
- Exemplars: 564.000.
- Lectors 1.297.200.

Revista Baqueira Beret:

Producte: Actiu, Cultura, Gastronomia.
Mercat: Nacionau

Ostiu: pagina pobicitat + reportatge 4 pagines sus torisme actiu, cultura e gastronomia.

Iuèrn: pagina pobicitat + reportatge 4 pagines Aniversari Querimònia.



Pànxing Pirineus:

Producte: BTT, nhèu
Mercat: Catalan, Andorran

Ostiu: pagina pobicitat + reportatge 4 paginas sus BTT.

Iuèrn: pagina pobicitat + reportatge 2 pagines sus esquí de montanha e Heli esquí.



Descobrir Catalunya:

Producte: Genèric, Gastronomia
Mercat: Catalan

- 4 pàgines publicitat es mesi d'agost, seteme, noveme e deseme.
- Agost: especiau Val d'Aran 50 pàgines.
- Seteme: Pagina informativa "Mòstra Gatronomica deth Lit"



Grandes Espacios:

Producte: Senderisme
Mercat: Nacionau

- Seteme: pagina publicitat.
- Junhsèga: reportatge 10 pàgines "El Gran Bucle"
- Especiau tardor reportatge 2 pàgines "El hayedo de Carlac"



Viu Era Val:

Producte: Cultura e senderisme
Mercat: Locau e de proximitat

- Pagina publicitat + reportatge 2 pàgines



Restaurants e Bars dera Val d'Aran:

Producte: Genèric
Mercat: Locau e de proximitat

- Pagina publicitat



Aran Nau :

Producte: Genèric
Mercat: Locau e de proximitat

- Desparièrs eveniments en 8 exemplars



Mas Viajes:

Producte: Nhèu
Mercat: Nacionau

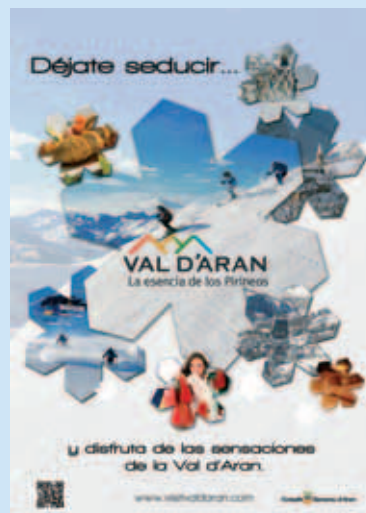
- Noveme: Portada + reportatge 5 pàgines iuèrn ena Val d'Aran



Aladierno “Iberia Regional – Air Nostrum”:

Producte: Nhèu
Mercat: Europeu

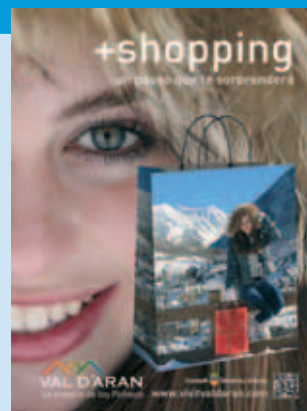
- Pagina pòblicitat mes de deseme. Distribucion dera revista en toti es vòls dera companhia.



Guia GUM :

Producte: Genèric
Mercat: Locau e de proximitat

- Pagina pòblicitat



Eth plan de mieis en ràdio pendent er an 2012 an estat:

- **Catalunya Informació:**

Producte: Nhèu

Mercat: Catalan

10 cunhes diaries tamb un totau de 160 cunhes. Sason iuèrn.

- **COPE Catalunya “La neu”:**

Producte: Nhèu

Mercat: Catalan

40 cunhes. Pendent dus mesi en sason iuèrn.

- **Punto Radio Catalunya “Ski Neu”:**

Producte: Nhèu

Mercat: Catalan

30 cunhes. Sason iuèrn.

- **Gum FM:**

Producte: Genèric

Mercat: Locau e de proximitat

Cunhes diuèrses accions. Pendent tot er an.

Comunicacion on-line

Era aposta entrarà milhora dera presencia on line dera destinacion online a generat un pla de mieis que se desenvolupen en er an 2012 bèn de forma directa o damb tercers lidars en presencia online.

Era estrategia de presencia on line dera destinacion se base en es següents pilars:

- Qui em e que venem:
 - Web oficiau de torisme Val d'Aran. www.visitvaldaran.com
 - Web de productes www.bikingvaldaran.com; www.senderismovaldaran.com; www.bienestarvalderan.com
- Que hem e que passe ena Val d'Aran:
 - Blog de turisme Val d'Aran. www.visitvaldaran.com/blog.
 - *Newsletter* interna dirigida as associats damb un resum des principaus accions desenvolupades per FTVA, eveniments e noticies. A ua periodicitat mensuai/bimensuai pòt dase de alta es usuaris interesadi que se registren online mijançant dera home dera web www.visitvaldaran.com/blog/category/newsleter/
- Coma mos comunicam damb es clients e projectam era imatge dera destinacion
 - Totes es plataformas vinculades as principaus filats sociaus.
 - Youtube: canal pròpi de videos dera Val.
 - Flickr: presencia d'imatges dera Val d'Aran.
 - Twitter: informacion de interes e relevant, informacion sus e dates d'interes.
 - Facebook: publicacion de posts semanaus damb informacion sus events e noticies atau coma publicación d'imatges, enlaci e videos.
 - BBDD pròpia



Dades dera presència online dera destinacion

Eth departament de FTVA responsable dera presència online dera destinacions se encargue de gestionar era presència en web, es esturments de comunicacion damb eth sector e dinamitzar es canals pròpis en filats sociaus; eth responsable de aquest departament s'ocupe principauments dera dinamitzacion e creacion de contengut entà era difossion en mieis convencionaus e filats sociaus.

Eth departament tanbén trebalhe coma gabinet de premsa dejà que era actualitzacion de contenguts demane d'un manteniment diari, era seccion Era Clau deth ton Temps liure e era agenda d'activitats solicite ua revision força grana. Mòstra dera importancia d'aquesta funcion ei era redaccion de 140 nòtes de premsa referentes ara gestion d'activitats e eveniments de Torisme Val d'Aran, eth seguiment e difusion en mieis digitaus e era redaccion, maquetacion e coordinacion dera Newsletter Val d'Aran.

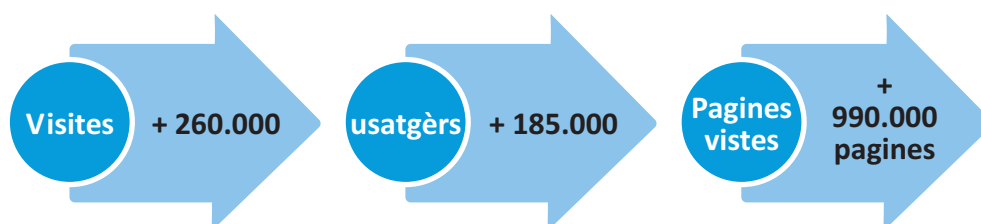
Ara seguida presentam quauques dades que relejan era activitat

www.visitvalderan.com

- Era web dispause actuaument de litems d'aprop de dues mil entrades. En darrèr an se an creat 202 entrades e s'a realizat era revision de 155. Era web dispause de pròp de 300 categories e se trebalhe cada dia ena adaptacion des contenguts entara traduccion de diferents idiòmes: català, castelhà, aranés, francés e anglés.
- Era web de Torisme Val d'Aran a aumentat en mèis de 185.000 usatgèrs damb pròp de un milion de pàgines vistes. Es dades acumulades pendent eth periòde 2010-2012 són:



Sonque en er an 2012:



- S'a aumentat en numero de usatgèrs e s'a vist un leugèr augment deth porcentatge de retruc, damb lo que s'està treballant en híger ua home més dinàmica. Es menutes de permanencia aumenten a 3 menutes. S'a aumentat es naues visites e s'està treballant entà fidelizar as antics visitants.
- Respecte as visitants cau d'èder qu'aumente eth trànsit que procedís d'Espanha en un 82,61%, se mantén eth public de França en un 9,61%, ara seguida d'Alemanha damb 1,60%, Regne Unit, damb 0,36%.

- D'altre treballs relacionats amb la web en l'any 2012 inclouïen la optimització del software, la creació de diverses plantilles en Dreamweaver i la posterior adaptació al software, la creació de noves llistes de distribució, la creació d'una nova plantilla de newsletter a través del programa Indesign i la adaptació al programa entant el seu enviament, la creació de nou material audiovisual, la actualització de la galeria multimèdia, la adaptació de les imatges a tota la web.
- La evolució de les dades estadístiques de la web s'analitza a través de Google Analytics, a on se procedeix a la recopilació, mesura, avaluació i explicació racional de les dades obtingudes d'Internet, amb l'objectiu d'entendre i optimitzar el ús de la pàgina web de Val d'Aran.

www.visitvaldaran.com/blog

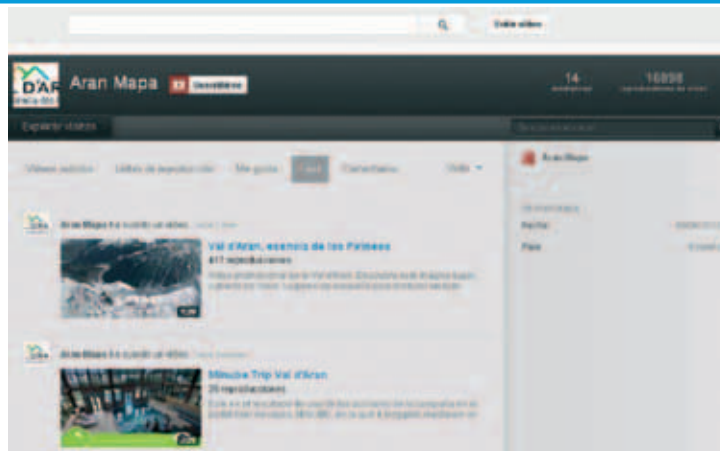
- Actualment el blog de Val d'Aran té 200 entrades i 104 comentaris. És mitjana d'un post per setmana.

www.visitvaldaran.com/blog/category/newsletter/

- Primera newsletter en maig de 2012. Se tracta d'un butlletí mensual informatiu digitalitzat a on se recullen les accions més rellevants de l'entitat. El seu objectiu és mantenir informat als socis i col·laboradors sobre la gestió de Turisme Val d'Aran.
- Se disposa de dues eines per difondre les notícies de premsa que se generen en el gabinet de comunicació de Turisme Val d'Aran:
 - Flash news: se concep com a una eina dinàmica a on el seu objectiu és comunicar de forma àgil les notícies més actuals.
 - Newsletter: era la seva periodicitat (mensual-bimensual) la convertí en un estímul informatiu més ampli, a on se resumeixen les actuacions més destacades del mes.
- Entant a augmentar el percentatge de lectura de la newsletter (amb un índex del 12% al 15%), se decidí utilitzar el format Flash News. El resultat fou positiu al del·lè de que en funció de la temàtica de l'assumpte de l'índex de lectura són en qualsevol cas superiors al 20%.

<http://www.youtube.com/user/ValdeAran?feature=watch>

- El canal de Val d'Aran en YouTube conté 6 vídeos que s'han reproduït 16.882 vegades. En l'any 2011 se comptà amb un vídeo i 557 reproduccions.



<http://www.flickr.com/photos/torismearan/>

- Eth canau compde damb 200 fotografies. Ena actualitat non a fòrça activitat ja que s'està resolvent quauqui problèmas damb es Claus d'accés.

https://twitter.com/Val_dAran

- S'a creishut un 141% respècte ath 2011 encara atau existís fòrça potencial de creishement. S'està treballant en un plan d'accion concret tà aumentar seguidors per miei dera generacion de informacion relevant.



<https://www.facebook.com/valldaran>

- En er an 2012 trapam un augment de seguidors deth 199% respecte ath 2010 e deth 18% respecte ath 2011, més de 6.000 seguidors ena pàgina oficiau Val d'Aran
- Pendent er an 2012 s'a pasat des 400.000 interaccions d'usatgèrs a més d'un milion e miei de persones .
- Perfil des seguidors:
 - Principalement de Catalunya, i a un augment de 1.168 en 2011 a 3.800 en 2012. S'an perdut seguidors de Madrid de 2.027 en 2011 a 783 en er an 2012.

- Referent ara lengua se mantén eth castelhà coma lengua en prumèra posicion. Aguest an auem comunicat en català, ena actualitat se hígen es dues lengues entà que non sigue ua barrèra d'entrada entàs que non parlen català.
- S'a definit un plan d'accion tà aumentar public des principaus mercats objectiu, especialmente dera Comunitat de Madrid e dinamizar era participacion des fans per miei de enquestes sus era val, concursi e promocions.

Campanhes de promocion

Pendent er an 2012 s'an desvolupat diferents campanhes de promocion torística online. Es campanhes s'an realizat damb objectius de incentivar demana en époques de baisha aucupacion e aumentar era tasa de coneishement dera Val en quauqui mercats senhaladi coma estratègics en eth plan, especiaument enes ciutats de Barcelona, Madrid e Valencia en eth País Basc, a més d'accions generaus en mercat nacionau.

Campanha de promocion conjunta damb Atrápalo

FTVA seleccionèc a Atrápalo entà realizar ua pròva pilòt de campanha conjunta entà un periòde de baisha aucupacion ena Val, deth 15 d'octubre ath 20 de deseme. Er objectiu non siguèc sonque hèr ua campanha publicitària ligada damb eth posicionament dera val, se non ligada as empresaris dera val entà generar un nau productes entara tardor nomenat "Fotohunting Val d'Arán", e venèr lo a traucers d'ua agencia dera Val sòcia de FTVA utilitzant era plataforma d'Atrápalo.

LA ESENCIA DE LOS PIRINEOS

NAUT VIAJES

973 64 00 87
reservas@nautviajes.com

DESCUBRE LA ESENCIA DEL PIRINEO

Este otoño escápate al Pirineo y ven a conocer uno de los rincones más espectaculares, el Valle de Aran. Os ofrecemos distintas opciones de alojamiento con una excursión guiada por la montaña para conocer uno de los paisajes naturales mejor conservados de Europa. Descubrirás los colores que os ofrece el otoño desde el verde, pasando por el amarillo y acabando con tonos rojizos y marrones. Además aprenderás a diferenciar los distintos tipos de bosques que podemos encontrar y las especies que los habitan.

El precio incluye:

- Derecho a participar en el concurso de fotografía "Esencia de los Pirineos" (Ver bases del concurso)
- 1 noche de alojamiento en régimen AD según la opción elegida
- 1 excursión guiada en el Valle de Aran para realizar tomas fotográficas (excursión de medio día por la mañana)
- Seguro radial Arag.

No incluye:

Los precios no incluyen la tasa turística que se ha establecido en Catalunya y que el cliente deberá abonar directamente al establecimiento hotelero.

*Precios en base a ocupación doble. Las excursiones están sujetas a las condiciones meteorológicas.

Atrápalo ei ua agencia de viatges e de promocion *on line* d'activitats d'oci. Era agencia compde damb més de 1,1 M d'ustagèrs registradi, més de 1M d'ustagèrs que reben newsletter, més de 28M d'impressions ath mes e més de 4M d'ustagèrs unics; aguestes dades avalen ara agencia coma líder ena categoria d'ofèrtes entath temps liure. An èster ua agencia online permet realizar ua campanha fòrça repartida.

Ara seguida se mòstre un resum des accions desenvolupades e es resultats.

- Creacion de diuèrsi banners estàtics e dinàmics de promocion publicadi ena seccion de recerques e ena home deth portau. Resultat: IMP contractades: son es impressions que s'acordèren ena propòsta dera campanha. IMP servides: impressions totaus servides. Eth CTR ei eth porcentatge des clicks/impressions.



VAL D'ARAN

SUPÒRT	CATEGORIA	DATA	IMPS CONTRACTADES	IMPS SERVIDES	CLIKS	CTR	MIEJA CTR
ROBA 300X250	HOME, ACTIVITATS, ESCAPADI, OTÈLS	23.10 AL 23.12	190.500	190.698	411	0,22%	0,15%-0,20%
SKY 120X600	ESCAPADI, OTÈLS	23.10 AL 23.12	260.000	260.660	337	0,13%	0,10%-0,15%
MEGA 728X90	ROTACION	23.10 AL 23.12	500.000	501.327	195	0,04%	0,02%-0,06%

- Enviament especiau de newsletter ath 50% dera BBDD, mercats Catalunha, Madrid e País Basc. Resultat: Més de 835.000 enviaments servidi, 160.000 duberts, e 24.442 clicks, usatgèrs veigueren era promocion.

REPORT NEWSLETTER

SUPÒRT	CATEGORIA	DATA	EVENTIMENTS SERVIDI	EVENTIMENTS DAURIDI	TOTAU CLIKS	CTR
NEWSLETTER	EXCLUSIU	23.10.12	835.897	167.825	24.442	14,56%



- Creacion d'ua microsite especial sus era destinacion Val d'Aran damb informacion deth destin e productes d'oci dera Val. Resultat: Més de 20.000 visites e ua durada mieja de més de 3 minetes.



- Concors en Fotohunting Val d'Aran en hilats socials, vía facebook concretament a 245.000 usatgèrs. Resultat: Eth concurs obtenguèc 34 participacions., se conseguiren 72 interaccions (likes + shares + comments) e 111.703 impressions totaus. Eth link ath concurs obtenguèc 1.583 clicks.

Plan de promocion dera Val d'Aran en hilat social de viatges Minube

Campanha en hilat social de viatges Minube dirigida ath mercat nacional e internacional damb er objectiu d'arribar a més d'un milion d'ustagèrs entà promocionar era Val d'Aran entre eth collectiu viatgèr damb accions restacades en es mercats francés e alemán.

Minube ei un hilat social de viatges espanhòl damb presencia internacional en França, Alemanha, Itàlia e Portugal. Aguest portau ei líder en Espanha en eth sector de web social de viatges damb ua mieja de 25 milions de visites ara ne més de 100 milions de pàgines vistes . Se trobe entre es dètz milhòrs lòcs de viatges en Espanha e rèp cada mes un milion d'usatgèrs qu'obtièn informacion sus diferents destinacions toristiques.

S'an desenvolpat es següentes accions:

- Blogtrip en quau diferents bloggers especializadi en torisme visteren pendent ua setmana era Val d'Aran entà gaudir d'experiències en espòrts d'aventura e podèr realizar articles as sòns seguidors de Blogger.

Resultats: Vídeo promocionau a registrat un totau de 581 reproduccions.



- Elaboracion d'ua guía de viatges adaptades entà mòvils (iphone, android, WPt/Nokia) e Tablet (ipad) destinada ath mercat francés e alemán damb visibilitat as portaus Minube.de e en portau francés Monnuage.fr.



Resultat: s'a metut en itunes pendent eth mes de gèr, pendent es tres prumèrs dies e sense comunicar auèc 70 descarregues en iOS: 19 en Espanha, 10 en França e era rèsta en d'auti païssi.

Se pòt descarregar en:

<https://itunes.apple.com/us/app/valle-de-aran-guia-de-viaje/id593866142?l=es&ls=1&mt=8>, se

comuniquèc en gèr a trauèrs deth Blog de minube

<http://blog.minube.com/la-guia-del-valle-de-aran-disponible-para-iphone-y-android/>

Facebook

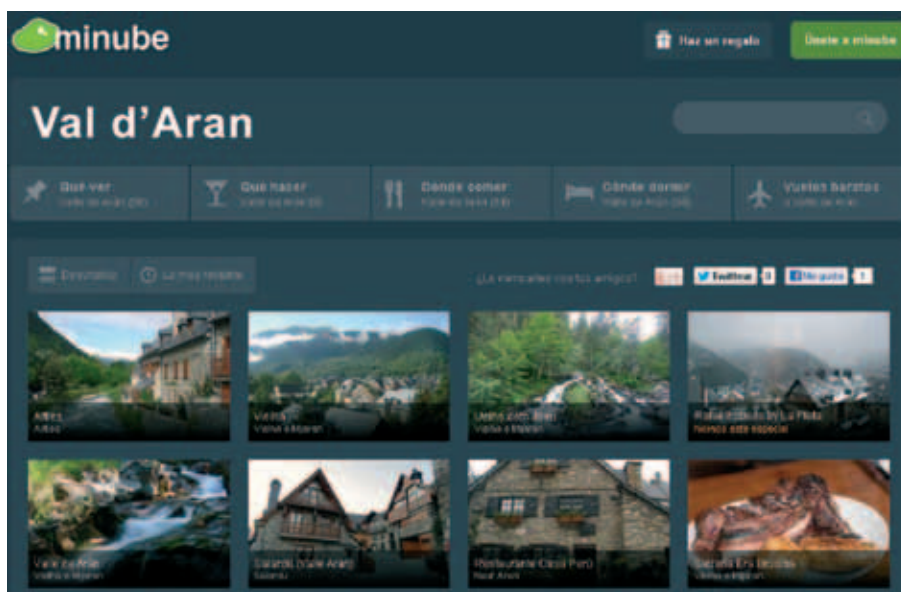
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10151260646018226&set=a.100910883225.94780.23082963225&type=1&theater>

Twitter:

<https://twitter.com/minube/status/295865850441904128>

Actuaument s'està treballant entà qu'era aplicacion reflexe era auferda de toti es sòcis de FTVA.

- Banner destacat. Val d'Aran coma destinacion destacada dera setmana damb informacion torística, de contacte e un enllaç ath lòc web oficial www.visitvaldaran.com.
- Presència en portau e possibilitat d'ellaborar en dues menutes ua guida de viatges ena Val a mesura des preferències deth consumidor, era guida se descarregue en PDF.



- Enviament a traùers deth boletín de notícies deth portau.
- Creacion dera microsite “Photohunting essencia des Pireneùs”, entà refortir era campanha e incentivar era creacion d'ua comunitat entre es participants.

Edicions e reedicions

Er objetiu dera edicion de materiau impresi ei satisfèr es demanes d'informacion dera Val, dispensades enes oficines de torisme, e disposar d'ua airina de promocion impresa tà hèr a servir en diferents accions de promocion (assisténcia a hèires, viatges de premsa e familiarizacion damb era destinacion e jornades de treball).

Desde FTVA se gestione eth materiau promocionau impres de forma anuau. Existís ua linea de materiau promocionau imprés genèrica dera Val e d'auta especializada en productes (senderisme, benèster e BTT),. Era major part des materiaus s'editen en catalàn, castelhàn, francès e anglès; maugrat qu'existissen catalògs en alemàn e en rus. Ena seguenta taula se mòstre era reedicion de materiau promocionau imprés realizada pendent era an 2012, damb un totau de més de 190.000 exemplars.

Reedicion de huelhetons	2012	Quantitat
Mapa Pesca	Març	5000 un.
Oraris Bus	Hereuèr	2000 un.
Tríptic restaurants	Abriu	5000 un.
Mapa Senders	Abriu	30000 un.
Mapa Toristic (castelhàn)	Abriu	35000 un.
Huelheton patrimòni	Abriu	12000 un.
Mapa Toristic (catalàn)	Junh	15000 un.
Mapa BTT	Junh	15000 un.
Tríptic restaurants	Seteme	7500 un.
Mapa Toristic (catalán)	Octubre	10000 un.
Mapa Toristic (francés)	Octubre	6000 un.
Mapa Raquetes	Noveme	5000 un.
Huelheton Patrimòni	Noveme	15000 un.
Mapa senders	Deceme	25000 un.





Pendent er an 2012 s'an editat quate naus materiaus. Un díptic tara promocion dera ofèrta de torisme rural; un catalòg deth producte nhèu destinat ath mercat rus, que se hèc a servir ena hèira toristíca LEISURE ara que i assitic era Val en seteme; ua memòria USB damb era informacion dera Val coma destinacion tath torisme d'amassades, congressi e incentius; e un manual de ventes der *Aran Natura Convention Bureau* (Club de producte de torisme d'amassades). Era seguenta taula mòstre es dates d'edicion e eth numerò d'ejemplars.

Díptic Torisme Rural	Hereuèr	3000 un.
Catalòg de nhèu (rus)	Agost	1000 un.
USB Aran Natura Convention Bureau	Noveme	250 un.
Manual de Vendes Aran Natura Convention Bureau	Deseme	10 un.



Promocion e ajuda ara comercializacion toristica

Pendent er an 2012 s'a mantengut era estrategia de promocion deth destin; per un costat s'an realisat es accions de promocion enes principaus mercats nacionaus, e per un aute s'a mantengut era estrategia de desestacionalizacion, miejançant era promocion deth destin e de forma especial es productes de BTT e senderism en mercat internacionau (França e Alemanha, e en menor mesura Regne Unit e Benelux)

FTVA desvolòpe es sues accions de promocion ja sigue de forma dirècta o a trauèrs des "hilaus de colaboracion" de FTVA, en concret era Agencia Catalana de Turisme (ACT), airina de promocion toristica dera Generalitat de Catalunya, e eth Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida (PTDL), coma airina de promocion toristica dera provincia de Lleida.

Ath long der an s'an informat puntuament de tota era activitat de promocion desvolopada a trauèrs des *newsletter* dirigides ath sector, a continuacion se mòstre un resum d'aguesta activitat.

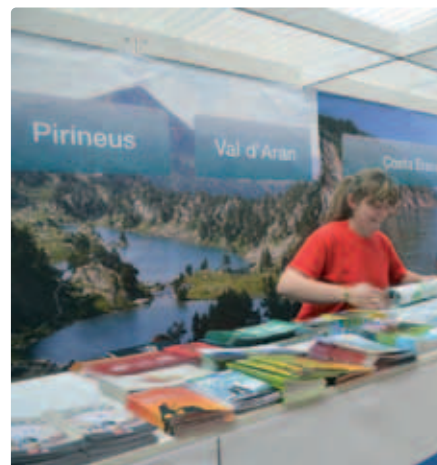
Promocion a trauèrs des "hilaus de colaboracion"

Agencia Catalana de Turismo ACT.

- FTVA desvolòpe diuèrses accions de promocion (assisténcia a hèires, viatges de familiarizacion tà agents de viatge en destin, viatges de premsa e blogèrs, e assisténcia a jornades de treball) en collaboracion damb era Agència Catalana de Turisme. FTVA ei sòci de tres Clubs de Producte: "Actiu-Natura", "Cultura" e "Gastronomia", son programes dera Agència Catalana de Turisme qu'agrupen a diuèrses empreses e entitats deth sector toristic catalan enes àmbits deth torisme culturau, torisme actiu e de natura e torisme gastronòmic. FTVA realice ua aportacion econòmica coma membre deth club, çò que mermet participar en accions de promocion anuauas especificques tà aguesti productes, e çò per tant es empreses sòcies de FTVA son representade enes accions desvolopades.



- Pendent eth 2012 s'a mantengut era participacion enes tres clubs, pendent er an 2012 se pòden destacar era collaboracion activa ena elaboracion des catalògs damb prepauses concrètes de comercializacion, e preséncia en mercats internacionaus, en concrèt enes següents: catalòg Village Bordèus (objectiu: promòir era ofèrta toristica, gastronòmica e artesanau dera Val d'Aran en França); catalòg IMTM (Hèira entath Mercat Internacionau deth Torisme Mediterranèu major hèira annau professionau centrada ena industria deth torisme en Israèl), catalòg Fiets & Wandelbeurs (hèira de senderisme e ciclotorisme que se celèbre en Amsterdam), e catalogui comerciau Catalonha ei nhèu.



- En an 2012 Aran Natura Convention Bureau, que aglutina era ofèrta de 37 enterpreses dera Val coma destinacion entath torisme MICE (Meetings, Incentives, Congress and Eevents), a hèt part deth Catalonha Convention Bureau, agropacion entara promocion torística deth torisme MICE en Catalonha. S'a participat en ua jornada de trabalh “work-shop” damb es membres deth Catalonha Convention Bureau , e era Val a estat presenta ena hèira EIBTM (European Incentive Business & Travel Meetings) que se celèbre en Barcelona.



- Er an 2012 era Val d'Aran s'aderic e s'està treballant ena “**Barcelona-Catalunya Film Commission**” er objectiu ei era promocion dera Val coma destinacion entà albergar produccions audiovisuals, anuncis, películes,... Formen part d'aguesta plataforma es Ajuntaments de Vielha, Bossòst, Es Bòrdes, e Naut Aran. En total s'an catalogat més de 20 espacis singulars. BCFC actualment dispause d'un hilat de 165 membres entre es quate províncies catalanes e participe activament en mercats e trobades der audiovisuau en un àmbit nacionau e internacionau.



- FTVA ei un des sòcis deth **programa “Pirineus”**, programa dera ACT entà mèter en valor tota era diuersitat dera ofèrta torística des Pirenèus catalans; pendent er an 2012 s'an desvolupat diferents accions de promocion en es mercats estrangers, s'a elaborat un manual de vendes e s'a reeditat, higent milhores, eth mapa general deth programa; Tanbén s'a participat en accions de comercializacion en es mercats internacionals per miei deth workshop anual Pirèneus. Eth programa Pirèneus se base en un convèni de collaboracion entre era Agència Catalana de Torisme, eth Departament deth Territori e Sostenibilitat dera Generalitat de Catalonha, e es Patronats de Torisme dera Diputacion de Lhèida, Costa Brava Girona, Diputacion de Barcelona e eth Conselh Generau d'Aran.



• FTVA tanben forme part deth programa **Destins Torístics Esportius** (DTD). Era Val d'Aran siguèc un des prumers destins catalans que rebèc eth sagèth de DTD, en er an 2013. Era sua privilegiada situacion, en centre des Pirenèus, la convertís en ua zona idònea entà practicar activitats esportives de nauta montanha, des quaus ei certificada. Pendent er an 2012 FTVA a desvolupat es accions entara adaptacion ath nau modèu de DTE, tant a trauers des clubs de pròducte, coma des presentacions directes, e asistencia a hèires especializadas e jornades professionals. Era Agència Catalana de Torisme certifique damb eth sagèth de Destin de Torisme Esportiu es zònes de Catalunya que dispausen d'infraestructures e servicis de nauta qualitat entàra pràctica der espòrt. Se tracte d'un sagèth especializat dirigit a un segment dera demana fòrça concret més de nauta qualitat: esportistes de nauta competicion, toristes que practiquen era activitat esportiuia pendent eth temps d'oci, o ben eth public visitant aficionat as grani eveniments esportius.



Patronat de Torisme de Lleida.

• FTVA collabore damb eth PTLL en diferents àmbits e linhes de promocion. Pendent er an 2012 s'a mantengut ua estreta collaboracion, restacant es següentes accions:

- Elaboracion deth calendari anuau d' asistencia e presència en hèires.
- Revision deth materiau promocional, concretament dera guida de nhèu, guida de torisme actiu e guida d'activitats trimestraus.
- Supòrt en banc d'imatges e contengut entath desvolupament de diferents accions de promocion coma eth Foro de Catalonha-Russia, MITS-Moscú.
- Participacion en projècte Ara Lleida 365, desvolupament d'ua aplicacion (App) damb contenguts d'eveniments, hèstes, concerts,...dera Val d'Aran.



IDAPA – TRAPA (Institut de desenvolupament der Alt Pirineu e Aran, Torisme Rurau Naut Pirinèu- Aran.

- Er IDAPA ei un organisme autònom dera Generalitat de Catalonha, era sua mision ei impulsar eth desenvolupament social e econòmic des territòris que integren eth Pireneu Català. Pendent er an 2012 s'a treballat ena elaboracion d'un Geomapa, ua aplicacion que permet localizar empreses, rotes, servicis e punts d'interés facilitadi per FTVA e a on son representadi toti es sòcis de FTVA; s'an assistit as jornades de senderisme e s'a facilitat tota era informacion de besonh entara edicion de diferents airines de comunicacion de TRAPA.



Assistència a Hèires, jornades professionals, viatges de receptiu.

FTVA ellabore un calendari anuau entàra presència dera Val d'Aran en es principaus hèires toristiques, en es principaus mercats objectiu tara Val. Er airau encarregat de promocion e structure era sua participacion en foncion des següents critèris:

- Caràcter professionau o es que són orientades ath public finau.
- Segontes era modalitat, era assistència pot èster:
 - En un mòdul dera Agència Catalana de Torisme, deth Patronat de Torisme ARA LLEIDA o dejós era marca PIRINEUS.
 - Stand Propi.

Era assistència a hèires de torisme, sales professionals e jornades s'an consolidat coma ua airina indispensable deth marketing toristic ath delà de que a més de dar a conèisher eth destin e era imatge dera marca toristica dera Val d'Aran, permet establir contacte damb un gran nombre de prescriptors e clients finaus actuaus e potenciaus en un períodu de temps e espai determinat, toti aguesti contactes se gestionen ena base de dades propia de FTVA entara sua activacion en foncion des accions deth plan de marketing. Pendent er an 2012 FTVA **assistic as següents hèires e workshops:**

• HÈIRES NACIONAUS

- FITUR, Madrid (18-22/01)
 - Participacion tamb ACT-Mostrador Pirineus
 - Caràcter Genèric.
 - Adreçades ath professionau public finau.



- NAVARTUR, Pamplona (17-19/02)
 - Participacion tamb ARA LLEIDA.
 - Caràcter Genèric.
 - Adreçades ath public finau

- ALIMENTARIA, Barcelona (26-29/03)
 - Stand pròpi.
 - Caràcter de producte Alimentari, gastronòmic
 - Adreçades ath professionau e public finau.

- SITC, Barcelona (19-22/04)
 - Participacion tamb ACT.
 - Caràcter Genèric.
 - Adreçades ath professionau e public finau.



- EXPOVACACIONES, Bilbao (10-13/05)
 - Participacion tamb Pirineus.
 - Caràcter Genèric.
 - Adreçades ath professionau e public finau.

- JAZZALDIA (19-23/07)
 - Participacion tamb ARA LLEIDA e demés Patronats de Catalonha sense asistencia dirècta per part de TVA.
 - Caràcter Genèric.
 - Adreçades ath professionau e public finau.

- FESTIBIKE, Madrid (14-16/09)
 - Participacion tamb Stand pròpi e compartit tamb era empresa Pedals de Foc.
 - Caràcter específic: BTT e Ciclotorisme.
 - Adreçades ath professionau e public finau.



- FIRA DE CALELLA, Calella de Mar (20-24/09)
 - Participacion tamb Pirineus - IDAPA.
 - Caràcter Genèric.
 - Adreçades ath public finau.

- EIBTM, Barcelona (27-29/11)
 - Participacion tamb CCB (Catalunya Convention Bureau)
 - Caràcter de Torisme de Convencions, Negocis...
 - Adreçades ath Professionau.

- FIRA DE SANTA LLÚCIA DE SITGES (13-16/12)
 - Participacion tamb Artesans dera Val d'Aran.
 - Caràcter Genèric.
 - Adreçades ath public finau.



• HÈIRES INTERNACIONAUS

- SALON MAHANA DE TOULOUSE (3-5/02)
 - Participacion tamb Pirineus.
 - Caràcter Genèric.
 - Adreçades ath Professionau e ath public finau.

- FIETS & WANDELBEURS DE AMSTERDAM (11-12/02)
 - Participacion tamb Pirineus.
 - Caràcter especific Senderisme, Ciclotorisme e BTT.
 - Adreçades ath Professionau e ath public finau.

- IMTM DE TEL AVIV (14-15/02)
 - Participacion tamb Pirineus.
 - Caràcter Genèric.
 - Adreçades ath Professionau e ath public finau.

- MITT DE MOSCÚ (21-24/03)
 - Participacion tamb era ACT e tamb eth Patronat de Turisme ARA LLEIDA.
 - Caràcter Genèric.
 - Adreçades ath Professionau e ath public finau.

- TOUR NATUR DE DÜSSELDORF (31/08 – 02/09)
 - Participacion tamb Pirineus.
 - Caràcter específic: Senderisme.
 - Adreçades ath Professionau e ath public finau.



- SALÓN CONFOREXPO DE BURDEOS (8-11/11)
 - Participacion tamb Baqueira.
 - Caràcter Genèric.
 - Adreçades ath Professionalu e ath public finau.

- WORLD TRAVEL MARKET DE LONDRES (5-8/11)
 - Participacion tamb era ACT.
 - Caràcter Genèric.
 - Adreçades ath Professionau e ath public finau.

• WORK SHOPS

- INTERMEMBRES CCB CATALUNYA CONVENTION BUREAU (15-03)
 - Membres de Catalunya Convention Bureau.
 - Barcelona.

- INTERCLUBS (20-04)
 - Membres Clubs de Producte.
 - Barcelona.



- WORK SHOP E PRESENTACION EN MADRID-BLANQUERNA (15-09)
 - Agents de viatge (TTOO y AAVV) de Madrid.
 - Madrid.

- BUY CATALUNYA (07-06)
 - TTOO, AAVV, y Agents Toristics.
 - Regne Unit, França, Canadà, Bèlgica, EEUU, Italia, Hungría, Brunei, Païsi Baishi...
 - Barcelona.

- PIRINEUS (25-10)
 - TTOO, AAVV, e Agents Toristics.
 - Regne Unit, Espanha, Israel...
 - Berguedà.

- FÊTE DE LA MONTAGNE (25-10) CPT de París en representacion de PIRINEUS.
 - TTOO, AAVV, Associacions, Webs, Comitès d'Entrepresa...
 - França
 - París.

Accion de receptiu.

Laguens aguest apartat se contemplan es accions d'assisténcia a persones e grups prescriptors "receptius", "decision markers". FTVA considèrè receptius toti aqueri prescriptors dera ofèrta toristica dera Val d'Aran, se presten diuèrsi e variadi servicis as persones e es grups que visiten era ofèrta toristica dera val damb era collaboracion indispensable des sòcis de FTVA: visites d'inspeccion e lotjament en otèls, dossièrs de premsa, servici de guides documentacion e tramitacion de resèrves e entrevistes damb es responsables de desparières aufèrtes toristiques e culturaus dera Val, servicis de transpòrt, invitacions a minjars e sopes, acompanyament a desparières ofèrtes ludiques e culturaus, liurament de materiau promocionau e merchandising, eca. Laguens era accion "receptiva" de FTVA pendent er an 2012 se pòden diferenciar tres accions diferenciades:

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

- CATALUNYA BLANCA (20-22/02)
 - Diuèrsi mieis: Television e premsa escrita
 - Rússia.
 - Esquí.
- MARTIN HESSE (26-28/02)
 - Free Lance: Premsa escrita.
 - Alemanha.
 - Esquí, Espòrts e Viatges.
- TVE – CANAL 24h. (21-23/03)
 - Television.
 - Espanha.
 - Nhèu.
- REVISTA RESPYR (26-30/03)
 - Premsa escrita.
 - França.
 - Esquí.
- TORISME ACTIU E NATURELESA (15-16/06)
 - Premsa escrita.
 - França.
 - Torisme Actiu.

- TURISME DE SALUT (23-24/06)
 - Television.
 - Rússia.
 - Torisme de Salut e Benestar.

- EVASION TV (5-7/09)
 - Television e premsa escrita.
 - Espanha.
 - BTT Torisme Actiu.

- PROGRAMA SPOT PUBLICITARI IUÈRN (22-23/11).
 - Television.
 - Espanha.
 - Nhèu e esquí.

- VISITA DIRECCION DERA CADENA SER (23-29/12).
 - Ràdio.
 - Espanha.
 - Nhèu e esquí.

- BLOG TRIPS
 - MINUBE (24-26/07)
 - Internet.
 - Espanha.
 - Ofèrta generica (Senderisme, BTT, Natura, Torisme Actiu...)

- **Fam - Tryp:** Quan era persona o eth grop que sollicite era facilitacion dera visita ara Val d'Aran a capacitat de prescriuer era destinacion entre es intermediaris toristics. Viatges de familiarizacion damb era destinacion de tour operadors, agents de viatge, transportaires, restauradors, ...
 - Direcció General ACT (9-11/01).
 - Direccion.
 - Catalonha.
 - Ofèrta de Nhèu (Esquí, Après-ski, Cultura...)
 - Intercambi Estudiants Val d'Ifassa (16-19/01).
 - Estudiants.
 - Itàlia.
 - Esquí e Ofèrta complementària (Cultura, Pòbles, Après-ski...)

- NEILSON THOMAS COOK (27-29/02)
 - TTOO e Agent de Viatges.
 - Regne Unit.
 - Ofèrta de Nhèu.

- PYRENEES HELISKI (27-29/03)
 - TTOO e Agències de Viatges.
 - Regne Unit, Alemanha, França...
 - Ofèrta de Nhèu.

- BUY CATALUNYA (5-6/06)
 - TTOO e Agències de Viatges.
 - Índia, Belgica, EEUU, Finlàndia, Païsi Baishi, Regne Unit, Rep. Checa.
 - Torisme Actiu, Natura, Gastronomia...

- EMMEET (29-31/10)
 - Alpinistes, Escaladors...
 - Espanha.
 - Montanha.

- PYRENEES-HELISKI (10-12/12)
 - TTOO, Agències de Viatges e Professionaus.
 - Soïssa, França, Àustria, USA, Suècia, Espanha, Rússia.
 - Heliski.F

● **Uns auti:** Persones o grups que representen a collectius d'interès entà aumentar eth torisme ena Val d'Aran, equipes esportiuas, associacions, collègis professionaus, entitats, ambaissades,... FTVA collabòre de diuerses maneres entàra promocion torística dera destinacion. Pendent er an 2012 s'a collaborat damb associacions e entitats de caràcter esportiu, periodistic, culturau, sociu, e internacionau. A destacar era colaboracion enes eveniments de caràcter esportiu, en totau FTVA a collaborat en més de 35 eveniments e pròves.

Accions de promocion dirigides a public finau

Ath delà des anteriores accions de promocion FTVA participe en desparières accions dirigides a public finau, pendent er an 2012 s'an desvolopadi es següentes accions:

- CAMPANHA DE PROMOCION EN L'ILLA DIAGONAL (12-25/11) tamb era ACT e PIRINEUS.
 - Se promò era Tardor e er luèrn dera Val.
 - Barcelona.



- VILLAGE DE BORDEAUX (11-13/05) tamb era ACT.
 - Ofèrta generica deth destin toristic.
 - Burdeos.
- CAMPANHA DE MARKETING EN CENTRE DE PROMOCION DE CATALONHA EN MADRID “BLANQUERNA”

Era campanha cònste de dues fases, era prumèra dedicada ara promocion mès generica dera Val d’Aran en periòde estivau e era dusau, en noveme destinat ara promocion deth producte nhèue.



Promocion e dinamizacion deth comèrç

Era Agencia deth Comèrç d’Arán a coma objectiu promòir, assessorar e dinamizar eth comèrç dera Val entà coordinar e promòir accions encaminades a melhorar era competitivitat deth sector, un sector compost per 380 comèrci e tres associacions de comerçants: Vielha, Baqueira e Bossòst.

Pendent er an 2012 s’a realizat diferents accions, en forma de resum cau restacar es següents:

- **Associacion de Comerçants de Vielha**
 - Programa de botigues amigues. 12 comerçi participeren en aquesta iniciativa.
 - Programa de formacion. S’a impartit un cors de 10 ores de anglés bàsic en quau participeren 7 persones. Se realizèc un talher entà millorar era eficàcia e era eficiència de diferents accions relacionades damb es emocions coma component ena presa de decisions en comèrç, participeren 14 persones. Se realizèc un cors d’informàtica bàsica a on participeren 9 persones.
 - Net deth comèrç dera Val d’Aran. 130 assistents.
 - Concurs d’aparadors. Participeren 24 comèrci pendent eth Nadau.

• **Associacion de Comerciants e Empresaris de Bossòst**

- Era Anditada. Se serviren un total de 900 degustacions.
- Setmana der Andito, participeren 11 restaurants en aguestes jornades gastronòmiques.
- Jeudi Promo, participeren aguesta promocion 37 comerci de Bossòst.



• **Associacion d'Empresaris de Baqueira Beret**

- Mapa QRI. Accés de informacion detalhada dera auferta comerciau e servicis de Baqueira Beret, Val de Ruda e Tanau, a trauèrs de codis Bidi

• **Assessorament**

- Pendent er an 2012, s'a seguit informant des ajudes e subvencions d'interès entath comèrç. Collaboracion damb era Generalitat de Catalunya, Consorci de Comèrç, Artesania e Mòda de Catalunya. S'atengueren un totau de 12 sollicituds de diferenti establiments comercials e de restauracion dera Val d'Aran, se concediren es 12 subvencions per part deth Consorci .

• **D'autres accions**

- Aran Roller. Collaboracion ena corsa de patins , damb es productes dera Marca de Garantía
- Jornada de Comèrç e consum organizada pera PIMEC de Lleida. 10 assistents.
- Hèira Hèt a Man Hèt Aciú. 27 participants exposèren es sons productes en aguesta hèira.
- Aran Market, Botigues en Carrèr. 24 comerci participeren ena edicion deth 2012.
- Eth Comèrç d'Aran te regale Cultura. 86 comerci participeren en aguesta campanha de promocione e dinamización deth comèrç a trauèrs dera promocion des equipaments culturaus dera Val d'Aran.



Relacions damb eth sector, qualitat e formacion

Er equip de FTVA ei a disposicion deth sector toristic e comerciau dera val, enguan a estat un objectiu fomentar era participacion des sòcis en la pren de decisions.

Pendent er an 2012 s'an realizat diuèrses reunions damb es sòcis de FTVA, es prumères entà dar a conéisher es dues estruments basics de gestion e promocion deth torisme dera Val (Plan Estrategic e Plan de Marqueting), e eth rèste, enquia 6 convocatoris, as membres deth conselh de FTVA, ath delà des visites tecnicas que realize era equipa de FTVA

Pendent es reunions s'an tractat desparièrs tèmes que s'an pretenut rebàter ena presenta memòria, quauqui uns d'estructura e gestion (nau estatuts de FTVA), d'auti d'accions de promocion, e d'outes entà conéisher de prumèra man era percepcion dera evolucion deth torisme ena val atau coma es principaus inquietuds des empresaris.

Tanben s'an mantengut reunions sectoriaus, que destaquen entre eth es seguentes:

- Lotjaments. Taxa torística.
- Visites tecnicas as enterpreses entà elaborar eth manuau de ventes der Aran Natura Convention Bureau.
- Reunion damb eth grop de trabalh des Clubs de Producte. Ad aguest respecte comentar que se contunhen realizant accions de promocion especializada en aguesti productes e dirigides a segments de mercat concret, en tot mantier-se es estorments de promocion desvolopada (materiau online e offline) e que s'a previst contunhar damb era incorporacion de sòcis as desparièrs clubs en tot atier as requisits de qualitat e especializacion establidi. Ena jornada de trabalh entà elaborar eth plan de marqueting de FTVA entad an 2013 se tractarà de forma diferenciada era accion de marqueting d'aguesta cartèra de productes.
- Reunions entà dar a conéisher eth programa de Barcelona-Catalonha Film Comissió.
- Reunions damb es enterpreses de senderisme entara començada deth projècte de senhalizacion de tot eth hilat de senders dera Val d'Aran.
- Amassada entara definicion deth projecte "tarja toristica dera Val d'Aran" tamb empreses deth sector toristic e de comerç dera Val, aguest projecte se meterà en foncionament en er an 2013.

Eveniments ena destinacion

Er equip de FTVA a promoigut/participat enes seguments eveniments pendent er an 2012:

- Festivau de Musica Antiga des Pirinèus. FEMAP.
 - Festivau de Musica Antiga que se celebren en disparièrs pòbles deth pirinèu de Lhèida e Andorra. I participen 14 municipis e s'an realizat 28 concerts. Ena Val se realisèc en Agost.
- Bike Park – Baricauba.
 - Eth CGA a desrollhat aguest installacion tamb er objectiu d'ampliar era ofèrta entàs amants dera bicicleta de montanha.

- EMMEET – European Mountain Meeting.
 - S'ha realitzat era prumèra edició d'aguest eveniment de nauta montanha dirigit a alpinistes, esquiadors e deportistas de montanha de tota Espanha entà intercambiar experiències. Se celebrèren un totau de 10 conferències enes que i assistíren més de 1.400 persones, e d'altres activitats coma era projeccion de pelicules, enes que participèren pendent 4 dies més de 2.400 persones.
- Corsa e caminada des 15 Pòbles.
- Festivau des Arts Digitals.

Formacion

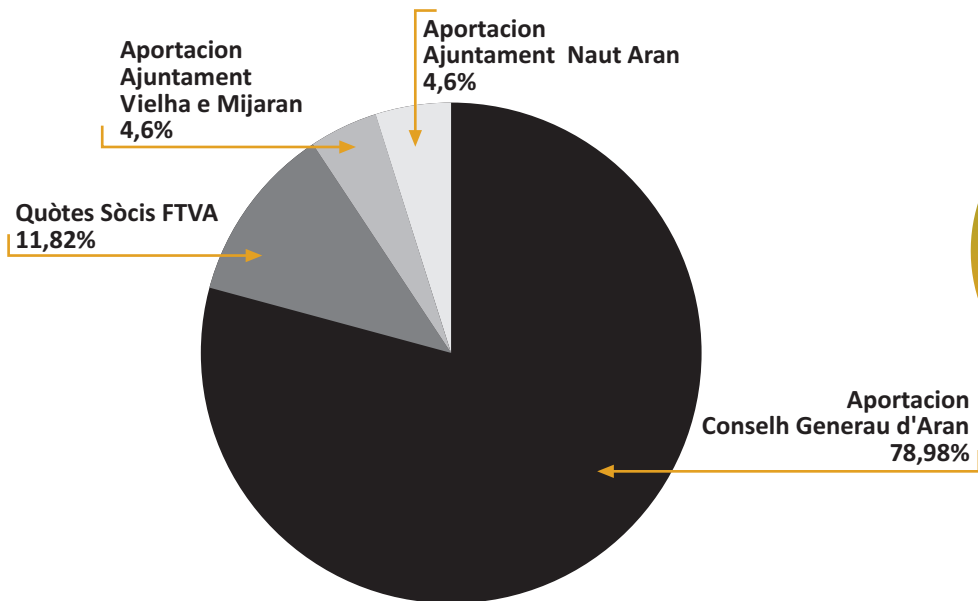
En er an 2012 s'auie previst realitzar un curs de formacion destinat a empresaris e treballadors deth sector toristic e comerciau dera Val en marketing digitau, eth curs se desvoloparà pendent er an 2013.



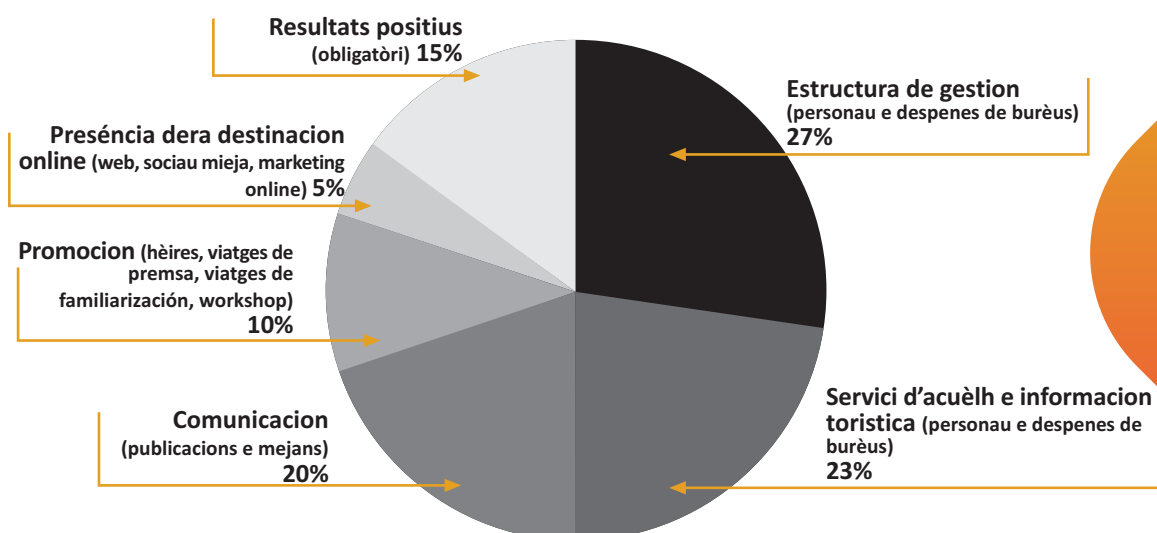
Resumen. Desglose de inversion

Eth pressupòst destinat a Torisme e gestionat per FTVA pendent er an 2012 a estat de 517.480,93 €, ena seguent grafica s'indique er origen e era aplicacion deth pressupòst realizat.

Origen. Hònts de financiacion an 2012



Aplicacion. Distribucion pressupòstaria an 2012



M

memoria
TORISME VAL D'ARAN
2 0 1 2



VAL D'ARAN
Era essència des Pirenèus



contingut

1	INTRODUCCIÓ	61
2	EL TURISME DE LA VAL D'ARAN EN XIFRES	65
	Oferta	65
	Demanda	66
3	EL SERVEI D'INFORMACIÓ I ACOLLIDA DEL VISITANT DE LA VAL D'ARAN	69
	Servei d'informació i acollida del visitant de la Val d'Aran	69
	Quantificació del servei i caracterització dels visitants	70
4	L'ACCIÓ DE MÀRKETING TURÍSTIC DE LA VAL D'ARAN	75
	Comunicació	
	Comunicació convencional (off-line)	76
	Comunicació on-line	81
	Edicions i reedicions	90
	Promoció i ajuda a la comercialització turística	90
	Promoció a través de "xarxes de col·laboració"	92
	Assistència a Ferias, jornades professionals, viatges de receptiu.	95
	Accions de promoció dirigides a públic final	101
	Promoció i dinamització del comerç	102
	Relacions amb el sector, qualitat i formació	104
5	RESUMEN. DESGLOSSAMENT D'INVERSIÓ	107

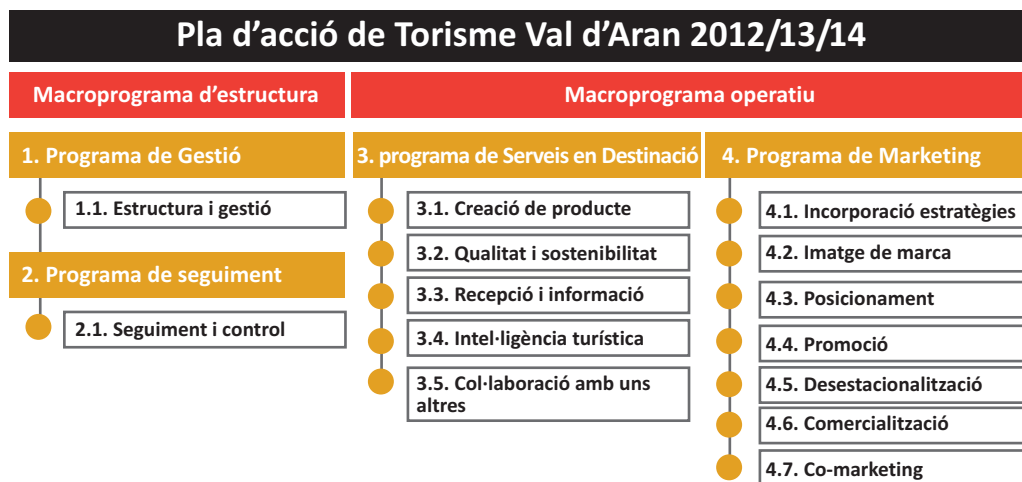


introducció

El turisme a la Vall és una de les millors eines per donar a conèixer els recursos naturals i culturals del nostre país, per procurar el seu manteniment i conservació, i una activitat fonamental per enfortir la identitat aranesa. Amb el foment del turisme contribuïm al desenvolupament econòmic de la Vall, i per tant al benestar dels nostres ciutadans i els que ens visiten.

Per això, durant l'any 2012, hem desenvolupat dues eines bàsiques que defineixen l'acció turística al nostre destí:

El Pla Estratègic de Turisme de la Vall 2012-2014. Full de ruta en matèria de gestió, administració i promoció de la destinació, que consta de 2 macroprogramas, un d'estructura i un altre operatiu, 4 programes, de gestió, seguiment, serveis en destí i màrqueting, i 14 accions per desenvolupar durant el període de vigència del Pla.



El Pla de Màrqueting de la destinació. Full operativa en màrqueting que desenvolupa les accions de promoció, comercialització i posicionament. Desenvolupat per al segon semestre de l'any 2012, i els resultats serviran per desenvolupar el Pla de Màrqueting per a l'any 2013, pla que es desenvoluparà amb el sector durant el primer trimestre de l'any 2013.

Des del Consell General d'Aran no concebem la política turística sense la participació i la coordinació, treballem amb el sector i per al sector, només la coordinació interadministrativa, públic - privada, i privada-privada, pot ajudar-nos a ser més eficients i eficaços , i per tant a fer més amb menys recursos.



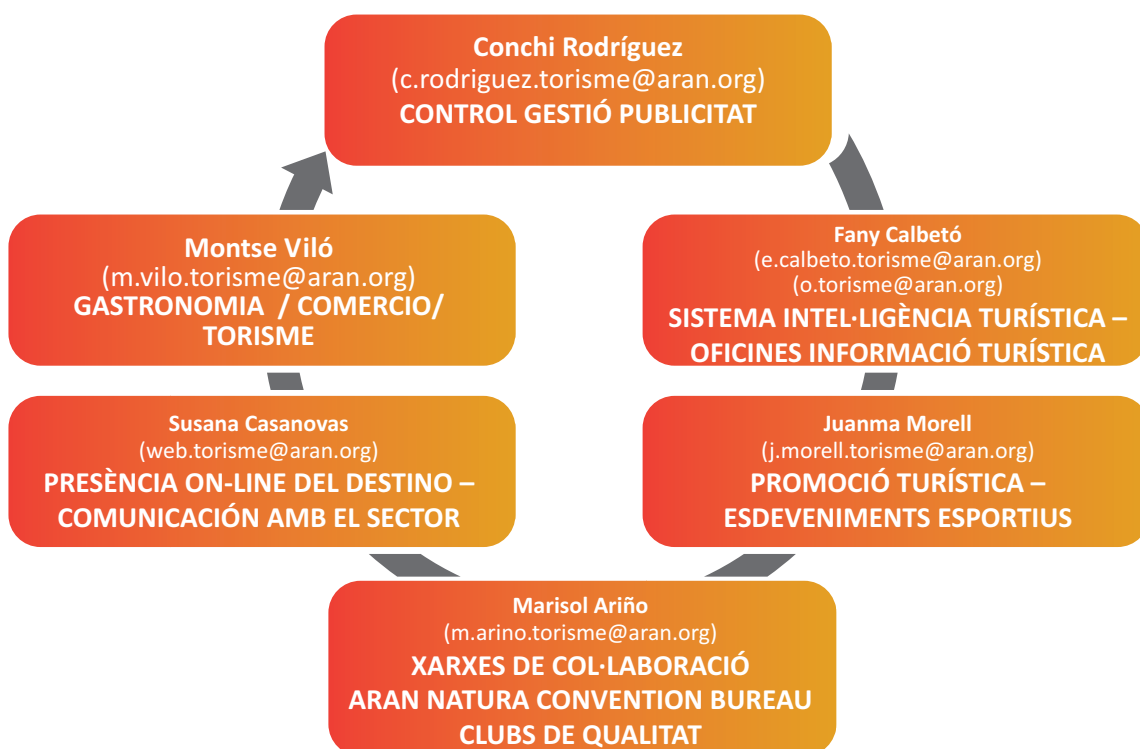
Aquesta orientació ha fet que considerem que els principals clients de Torisme Val d'Aran (TVA) siguin les institucions i els empresaris de la Vall, en definitiva els ciutadans vinculats amb l'activitat turística, orientant l'activitat de TVA a les seves necessitats, i especialitzant la estructura en la promoció i el màrqueting turístic, ja que vinguin a gaudir de la Vall major nombre de turistes, i augmentar la despesa i l'estada mitjana dels mateixos, tot això posicionant la destinació com una destinació de qualitat, el millor lloc per descobrir l'essència dels Pirineus.

El macroprograma d'estructura del Pla Estratègic s'ha desenvolupat de manera prioritària, ha estat necessari adaptar l'estructura a l'estratègia i a les noves fonts de finançament de l'activitat turística a la Vall, especialment a la taxa turística.

Com a resultat d'un llarg procés desenvolupat al llarg de l'any 2012, al juny es va aprovar el canvi de denominació i de modificació d'estatuts de l'organisme autònom "Torisme Val d'Aran", que es va aprovar de forma definitiva el setembre de 2012. El nou "Foment Torisme Val d'Aran", d'ara endavant FTVA, és un organisme autònom de caràcter econòmic, hi estan representats tots els actors vinculats amb el turisme a la Vall, i té com a objectius:

Promoure el turisme de la Vall d'Aran en totes les seves manifestacions, contribuir a la defensa dels valors socioculturals de la vall, donar suport al desenvolupament de la Vall en tot allò que pugui millorar l'oferta turística, i qualsevol altra activitat que estigui relacionada amb el turisme.

També durant l'any 2012 s'ha adequat l'estructura de FTVA, un equip professional i amb experiència a disposició dels socis de FTVA i els interessats en formar part d'aquesta eina de màrqueting turístic. El següent esquema mostra l'estructura i l'equip, com sempre està a la seva disposició.





L'any 2012, tot i la caiguda del consum, general a tot l'estat, la Vall ha estat la destinació escollida per més de 240.000 viatgers allotjats en establiments hotelers, un 7,5% més que l'any 2011, que han generat més de 670.000 pernотacions, un 10,5% més que l'any anterior, com veuran en el següent resum nostra Vall segueix sent una destinació competitiva, de qualitat i amb una demanda diversificada.

Vull acabar aquesta introducció agraint als 222 socis de FTVA *, amb la seva implicació i aportacions econòmiques en forma de quotes fan possible l'activitat de promoció de la Vall, i convidant a la resta del sector a participar en "Foment Torisme Val d'Aran", és una entitat de tots i per a tots els aranesos, entre tots podem aconseguir que el turisme sigui un dels nostres principals motors econòmics, un sector que posa en valor el millor de nosaltres mateixos i del nostre país, i que ajuda a conservar els recursos naturals i culturals en què es sustenta perquè els puguin gaudir les nostres futures generacions.

** Els socis d'FTVA l'any 2012 representen el 59% del total d'allotjaments de la Vall, el 19% dels restaurants, el 6% dels bars, el 44% de les empreses de turisme actiu i el 14% dels comerços.*

Anna Diaz Morelló.
Consellera de Torisme, Comerç e Consum



el turisme de la Val d'Aran en xifres

Aquest any 2012 s'ha posat en marxa un procediment i implantat una metodologia per analitzar i monitoritzar les diferents fonts d'informació sobre l'activitat turística, tant a nivell d'ocupació hotelera en els diferents establiments, procedència dels viatgers, pernoctacions i estada mitjana, també s'incorporen per a l'anàlisi les dades sobre els visitants a les oficines de turisme, on es realitzen enquestes que permeten conèixer millor el visitant actual i les seves motivacions per triar la Vall.

Aquesta funció d'informació i estadística s'ha agrupat en FTVA sota l'àrea anomenada "**Sistema d'intel·ligència i Informació Turística de la Val d'Aran**", àrea responsable tant de l'estadística com de la prestació dels serveis d'informació als viatgers que arriben a la Vall.

oferta

La Val d'Aran té una oferta turística àmplia, competitiva i diversificada. L'oferta de la Vall l'any 2012 es compon de 149 establiments d'allotjament turístic, 173 bars i restaurants, 28 equipaments culturals, esportius i de lleure, 40 empreses de turisme actiu i 326 comerços.

L'oferta d'allotjament hoteler de la Val d'Aran representa el 24,5% dels establiments de Lleida i el 33,8% del total de places (Font INE).

Respecte a anys anteriors, durant l'any 2012 ha decrescut l'oferta d'establiments, d'allotjament i restauració, el que implica un descens del -0.6% del nombre de places d'allotjament i un descens del -0.45% en nombre d'establiments de restauració.



demanda

El coneixement de la demanda es realitza mitjançant tres fonts d'informació, una secundària (externa), i dos primàries (internes).

Institut Nacional d'estadística (INE). (Font secundària externa). Proporciona les dades: nombre de viatgers, pernотacions i estada mitjana en els establiments hotelers de la Vall. Permet la comparativa amb altres zones del Pirineu i de Catalunya.

Sistema Propi (SPTVA). (Font primària). Des de fa més de deu anys, l'equip de FTVA, realitza una enquesta setmanal entre una mostra àmplia d'establiments de allotjament hotelier de la Vall, i per la Vall. Aquesta enquesta permet conèixer en temps real l'ocupació hotelera a les tres zones de la Vall per categories. Durant l'any 2012 s'han realitzat més de 6.000 trucades de telèfon per a la recollida de dades.

Gestor Estadístic Oficines de Turisme (GEOT). (Font primària) Aquest any s'ha posat en marxa el gestor estadístic, comú a totes les oficines de turisme de Catalunya, aquest programa està instal·lat a les oficines de turisme i permet conèixer el perfil dels visitants de la Vall. **Aquest any s'han realitzat més 45.000 enquestes INE. Viatgers, pernотacions, estada mitjana i origen.**

Durant l'any 2012 la Vall ha rebut 241.764 viatgers allotjats en establiments hotelers, que han generat 671.534 pernотacions. Les taules següents mostren els resultats dels tres últims anys per zones a la vall.

Amb l'objectiu de comparar respecte a anys anteriors, si només es consideren les zones de Naut Aran i Vielha-Mijaran, (per al Baish Aran l'INE no disposa de dades específiques, i els dades són una estimació 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), es pot concloure que:

L'any 2012 s'han incrementat un 6,07% el nombre de viatgers i un 9,7% el nombre de pernотacions respecte a l'any 2011, i s'ha incrementat un 15,42% el nombre de viatgers i un 8,95% el nombre de pernотacions respecte a l'any 2010.

L'any 2012 la Vall ha rebut 13.141 viatgers allotjats en establiments hotelers més que l'any 2011, i 30.656 més que l'any 2010, i s'han tingut 56.673 pernотacions més que l'any 2011 i 52.220 més que l'any 2010.

NAUT ARAN			VIELHA e MIJARAN			BAISH ARAN		
	ANY	TOTAL		ANY	TOTAL		ANY	TOTAL
VIATGERS	2010	70.983	VIATGERS	2010	127.706	VIATGERS	2012	12.419
	2011	69.094		2011	147.110		PERNOCTACIONS	2012
	2012	82.718		2012	146.627			
PERNOCTACIONS	2010	239.877	PERNOCTACIONS	2010	343.422			
	2011	230.996		2011	347.850			
	2012	262.195		2012	373.324			

En quan als principals mercats emissors per origen, el turisme nacional rebut per la Vall s'ha incrementat en 461 viatgers i l'estranger s'ha incrementat en 9.637 persones, fet que consolida els resultats de diversificació de la demanda i increment de la demanda estrangera iniciat l'any 2010 amb diferents accions de promoció en els principals mercats estrangers.

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

SUMA ZONES	PROCEDÈNCIA	2010	2011	2012	2012 VS 2011	2012 vs 2010
VIATGERS	NACIONALS	163.798	176.146	176.607	461	12.809
	ESTRANGERS	34.891	40.058	49.695	9.637	14.804
PERNOCTACIONS	NACIONALES	479.377	474.011	517.414	43.403	38.037
	ESTRANGERS	90.342	102.083	118.105	16.022	27.763
ESTANCIA MITJA	NACIONALES	2,93	2,69	2,93	0,24	0,00
	ESTRANGERS	2,59	2,55	2,38	-0,17	-0,21

NAUT ARAN

NAUT ARAN	PROCEDÈNCIA	2010	2011	2012
VIATGERS	NACIONALS	58.150	52.481	60.461
	ESTRANGERS	12.833	16.613	22.256
PERNOCTACIONS	NACIONALS	199.406	175.493	198.952
	ESTRANGERS	40.471	52.751	63.243

VIELHA e MIJARAN

VIELHA e MIJARAN	PROCEDÈNCIA	2010	2011	2012
VIATGERS	NACIONALS	105.648	123.665	116.146
	ESTRANGERS	22.058	23.445	27.439
PERNOCTACIONS	NACIONALS	279.971	298.518	318.462
	ESTRANGERS	49.871	49.332	54.862

El turisme d'origen estranger ha representat l'any 2012 el 22% de la demanda de la Vall, l'any 2011 va representar el 19% i l'any 2010 el 18%. Aquesta dada reforça les accions de promoció realitzades des de FTVA per captar turisme estranger.

SUMA ZONES	PROCEDÈNCIA	2010	2011	2012
VIATGERS	NACIONALS	82%	81%	78%
	ESTRANGERS	18%	19%	22%
PERNOCTACIONS	NACIONALS	84%	82%	81%
	ESTRANGERS	16%	18%	19%



Sistema Propi (SPTVA). Ocupació per setmanes

La Val d'Aran tanca l'any 2012 amb un lleuger descens en l'ocupació respecte als anys anteriors, segons les dades extretes de les trucades realitzades setmanalment des Torisme Val d'Aran als allotjaments, un -0.76% en la mitjana anual respecte al 2011 i -2.25% al 2010.

Si aquesta dada es desglossa entre les tres zones de la Val d'Aran la zona de Miei Aran durant l'any 2012 ha obtingut un creixement respecte als anys anteriors, sent de +2.16% respecte a l'any 2011 i + 0,38 l'any 2010.

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

NAUT ARAN

	2010	2011	2012
GEN	61,80%	53,92%	55,95%
FEB	59,93%	63,45%	65,38%
MAR	53,94%	52,45%	49,82%
ABR	14,36%	18,81%	19,25%
MAI	8,17%	7,18%	4,96%
JUN	13,40%	14,62%	9,73%
JUL	31,66%	29,67%	28,22%
AGOS	54,39%	55,67%	53,16%
SET	20,08%	26,98%	28,21%
OCT	24,53%	19,82%	8,40%
NOV	16,35%	7,36%	5,81%
DES	51,56%	32,65%	39,13%
MITJA	34,18%	31,88%	30,67%

MIEI ARAN

	2010	2011	2012
GEN	52,12%	55,83%	61,69%
FEB	50,33%	48,37%	59,78%
MAR	46,62%	43,77%	51,06%
ABR	26,49%	20,71%	27,94%
MAI	18,66%	15,63%	18,76%
JUN	27,29%	26,15%	24,54%
JUL	41,67%	36,89%	39,75%
AGOS	63,56%	71,57%	60,17%
SET	35,83%	34,36%	41,44%
OCT	30,78%	30,40%	27,74%
NOV	24,73%	21,79%	27,74%
DES	40,15%	31,39%	33,34%
MITJA	38,19%	36,41%	38,57%

BAISH ARAN

	2010	2011	2012
GEN	32,55%	30,91%	16,49%
FEB	15,86%	25,63%	11,90%
MAR	10,80%	30,29%	12,39%
ABR	27,67%	19,20%	12,88%
MAI	25,62%	28,91%	13,40%
JUN	35,39%	30,44%	26,78%
JUL	33,27%	36,40%	26,26%
AGOS	62,89%	64,15%	42,89%
SET	34,65%	36,80%	29,70%
OCT	24,78%	31,54%	22,97%
NOV	28,05%	31,53%	9,33%
DES	22,47%	16,81%	20,85%
MITJA	29,50%	31,88%	18,75%



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

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

El "Sistema d'intel·ligència i Informació Turística de la Vall 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 dels municipis i de la Val d'Aran. Informació turística relativa al transport, allotjaments, empreses i activitats turístiques, comerç, serveis, monuments, recursos naturals, rutes turístiques, espectacles i esdeveniments culturals i de qualsevol activitat relativa al turisme i l'oci.
- Distribució de material turístic: mapes, tríptics, fulletons, flyers, ...
- Atenció de consultes telefòniques de turistes potencials interessats a visitar la Vall, i enviament d'informació per correu postal i electrònic.
- Venda d'entrades de diversos actes i activitats que es realitzen a la Val.
- Ajuda en la preparació del material de fires i merchandising d'activitats de Promoció.
- Confecció agenda setmanal d'activitats a la Val d'Aran.
- Col·laboració en la confecció i rectificació dels fulletons i mapes.
- Revisió i preparació en la gestió de la Q de Qualitat.
- Recollida de dades dels visitants al programa de gestió de la Generalitat.



L'oficina d'informació turística ha renovat la certificació amb la Q de qualitat turística, emesa per d'institut de Qualitat Turística Espanyol (ICTE), per això s'ha passat una estricta auditoria que analitza diferents aspectes com la qualitat en la prestació de servei, la seguretat i la professionalitat del servei.

Les oficines obertes tot l'any són:

Oficina de Turisme de Vielha (o.torisme@aran.org) amb horari de 9:00 a 20:00 h. cada dia, excepte temporada baixa de dilluns a dissabte de 10:00 a 13:30 h i 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 horari en la temporada d'hivern de 09:00 a 12:00 h i de 16:00 a 19:00 h de dilluns a dissabtes, diumenges tancada, temporada d'estiu de 09:30 a 12:30 h i de 16:00 a 19:30 h de dilluns a diumenges i temporada baixa de 09:00 a 15:00 h. de dilluns a dissabte, diumenges tancada, igual que es dies 1 e 6 de gener, 3 de maig, 17 de juny, 7 octubre, 24 e 25 de desembre.

Les oficines obertes en estiu son:

Oficina de Turisme d'Arties (o.a.torisme@aran.org) amb horari de 10:00 a 14:00 h e 17:00 a 20:00 h de dimarts a diumenge.

Oficina de Turisme de Bossòst (torisme@bossost.es) amb horari de dilluns a dissabte de 10:00 a 13:30 h i 16:00 a 19:00 h. Aquesta oficina no està gestionada per FTVA, només es lliura material informatiu i de promoció turística.

Oficina de Turisme de Les, amb horari de 11:00 a 14:00 h i de 15:00 a 19:00 de dilluns a dissabte. Aquesta oficina no està gestionada per FTVA, només es lliura material informatiu i de promoció turística.

Quantificació del servei i caracterització dels visitants

Les oficines de turisme de Vielha i Salardú han atès durant l'any 2012 a més de 52.000 turistes, el 86% d'ells a l'oficina de turisme de Vielha. Durant l'any 2012 s'han atès 5.325 trucades telefòniques sol·licitant informació de la Vall, s'han enviat 345 cartes i 778 correus electrònics amb informació turística de la Vall.

Principals característiques del visitant de les oficines de turisme:

- El 98,26% dels turistes visita la Vall per motius de vacances.
- El 56,82% dels turistes té edats compreses entre els 36 i els 65 anys.
- El 58,20% pernocta en oferta d'allotjament hotelier.
- La major part de la informació sol·licitada es sobre l'oferta turística, un 54,37% de els visitants.
- El material que més s'ha lliurat a les oficines és el mapa turístic i el mapa de Senderisme.

- El 84% dels visitants de les oficines de turisme són d'origen nacional i el 16% d'origen estranger.

Els turistes que més acudeixen a les oficines de turisme són de Catalunya, representen el 51% (el 78% procedent de Barcelona, 9% de Tarragona, i el 6% de Lleida i Girona), seguits pels de la Comunitat de Madrid i la Comunitat Valenciana, que representen el 11% en els dos casos.

En el cas dels estrangers, els que més acudeixen a les oficines de turisme són francesos, representen el 57% dels visitants, seguits pels procedents d'Israel, que representen el 9%, i pels britànics que representen el 7%.

A continuació es detallen els resultats.

OIT VIELHA

	turistes 2010	turistes 2011	turistes 2012
GEN	4,50%	3,50%	4,50%
FEB	4,60%	3,00%	4,40%
MAR	5,70%	4,30%	5,10%
ABR	6,70%	7,50%	9,40%
MAI	4,30%	3,60%	4,60%
JUN	7,40%	8,00%	5,90%
JUL	14,70%	15,10%	15,70%
AGOS	26,20%	28,60%	29,00%
SET	9,70%	9,90%	8,50%
OCT	8,20%	8,20%	4,80%
NOV	2,70%	2,70%	3,50%
DES	5,30%	5,60%	5,20%
TOTAL	50.820	58.758	45.108

OIT SALARDÚ

	turistes 2010	turistes 2011	turistes 2012
GEN	2,00%	1,40%	2,80%
FEB	2,70%	1,30%	2,40%
MAR	3,90%	1,30%	2,7%
ABR	2,20%	3,90%	4,30%
MAI	0,50%	0,60%	0,10%
JUN	0,10%	7,40%	5,10%
JUL	24,11%	26,90%	22,90%
AGOS	53,30%	41,70%	47,30%
SET	6,20%	7,90%	6,70%
OCT	0,80%	3,10%	1,40%
NOV	0,10%	0,00%	0,2%
DES	4,30%	4,40%	3,70%
TOTAL	6.358	8.755	7.332

L'ús d'Internet com a font d'informació turística per part del visitant incideix en el descens de visites a les oficines d'informació turística.

Perfil dels visitants de les oficines d'informació turística.

Motiu de la visita

MOTIVACIÓ	PERSONES	PERCENTATGES
Vacances	44.321	98,26 %
Negocis	427	0,95 %
Oci	243	0,54 %
Dades no informades	117	0,25 %
Total	45.108	100%

Edat

INTERVALS	PERSONES	PERCENTATGES
16 a 25 anys	473	1,07 %
26 a 35 anys	9.607	21,12 %
< 35 anys	5.477	12,19 %
36 a 65 anys	25.589	56,82 %
> 65 anys	3.962	8,8 %
Total	45.108	100%

Tipus de pernoctacions

	PERSONAS	PERCENTATGES
Hotels	26.243	58.20%
Campings	1.961	4.37%
Turisme rural	4.217	9.37%
Apartaments turístics	4.710	10.51%
2ª Residencia	2.982	6.61%
Familiars	1.845	4.09%
Albergs	1.371	3.04%
Altres	1.779	3.81%
Total	45.108	100%

Información solicitada

	PERSONAS	PERCENTATGES
Informació de l'oferta turística	24.525	54.37 %
Transports	1.538	3,41 %
Seguritat ciutadana	54	0,12 %
Allotjaments	2.419	5,36 %
Restauració	4.163	9,23%
Oci	3.658	8,11 %
Esdeveniments	6.731	14,92 %
Comerç	1.822	4,04 %
Altres	198	0,44 %
Total	45.108	100%

Material lliurat a l'Oficina de Turisme.

FULLETS	TOTAL
Mapa de senderisme	16.994
Llibre Senderisme	381
BTT- Cicloturisme	1.703
Mapa Turístic	37.282
Pesca	3.529
Turisme d'Aventura	192
Mòstra gastronòmica	1.740
Aiguamòg-Valarties	3.529
Raquetes	2.790
Restaurants	6.021
Allotjaments	2.672
Taxis	260
Patrimoni	5.162
Artiga de Lin	720
Busos	4.752
Total	84.200

Milliores per l'any 2013

S'està treballant en l'edició de nous mapes i fulletons, en concret un nou mapa de Vielha, un nou díptic amb l'oferta de comerços de la Vall, i en la reedició i actualització de fulletons i mapes ja existents.

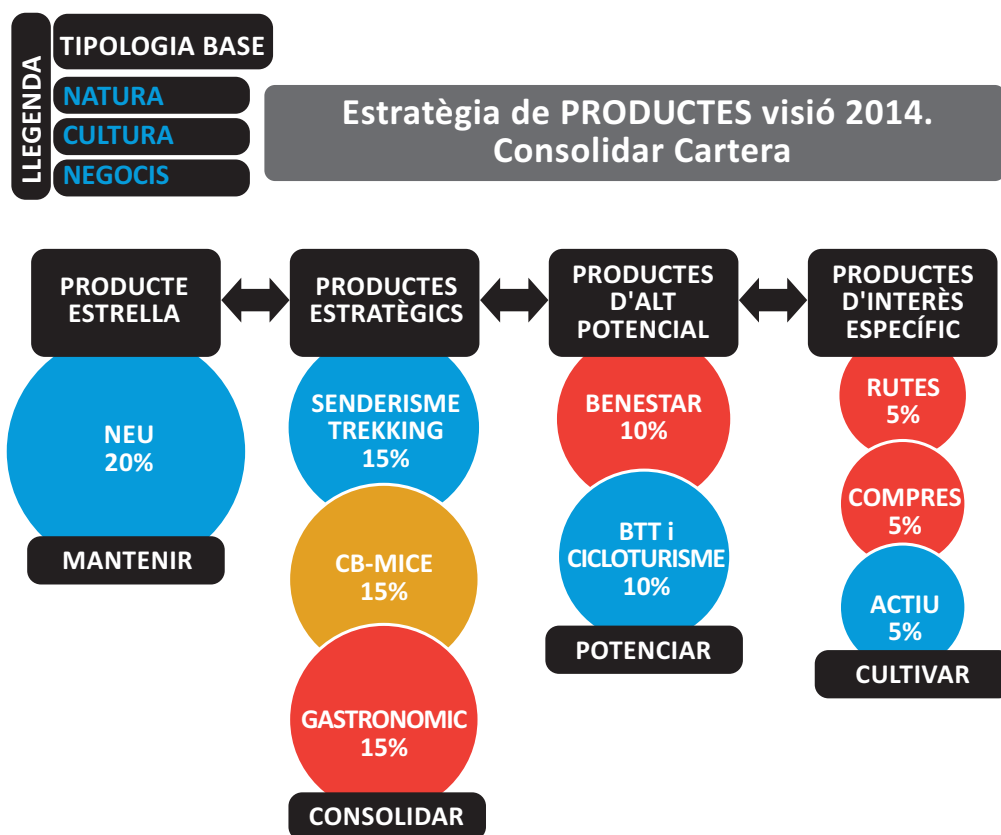
A l'àmbit d'estadística des del 7 de desembre el Sistema Propi (SPTVA) elabora l'informe d'ocupació hotelera els diumenges.

4

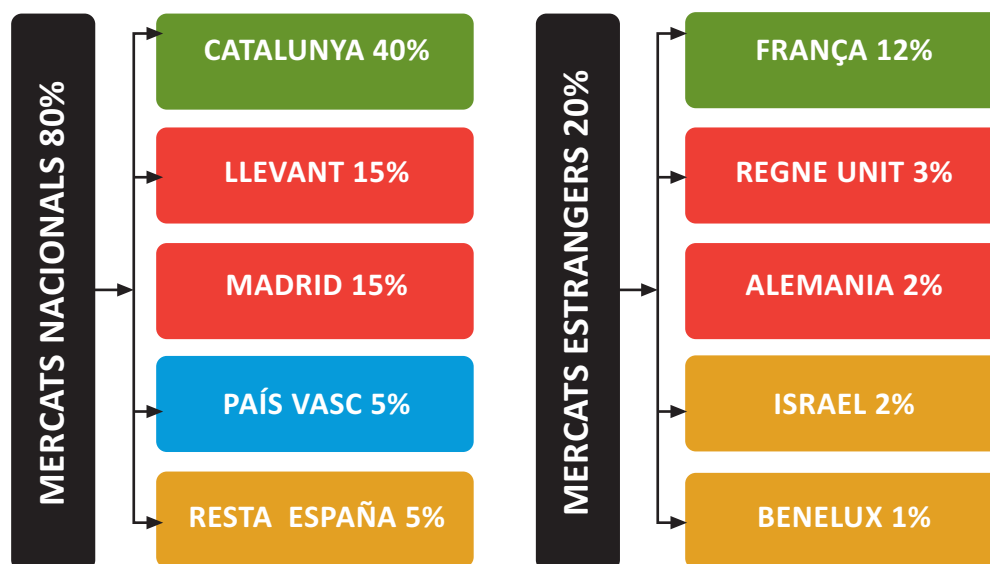
L'acció de màrqueting turístic de la Val d'Aran

Tal com s'ha esmentat en la introducció FTVA està formada per un equip professional el principal objectiu és captar mercat turístic per les empreses de la Val d'Aran. En les següents pàgines es mostren les principals accions desenvolupades en els diferents apartats de màrqueting: comunicació, promoció i comercialització.

L'acció de màrqueting s'assenta sobre la base de la cartera de productes de la Vall i els mercats i segments de mercat objectiu definits en el Pla 2014.



Estratègia de MERCAT visió 2014. (Internacionalització ajustada)



Comunicació

Comunicació convencional (off-line)

La inversió publicitària en mitjans convencionals durant l'any 2012 s'ha reduït a favor de la inversió en la presència on-line de la destinació. Els criteris de cerca i selecció de mitjans han estat els assenyalats en el pla de màrqueting, la capacitat pressupostària ha delimitat la inversió en mitjans a mercats de proximitat, la presència s'ha distribuït per cartera de productes, especialment senderisme, btt, patrimoni, i gastronomia. Els mitjans utilitzats han estat ràdio, un 70% de la inversió, i premsa, el 30% restant.

Campanya de promoció en Barcelona "Aerobús"

Producte: Neu

Mercat: Catalunya

Des del 17 de desembre i fins a finals de gener la Val d'Aran fa promoció a Barcelona a través de tres autobusos de la ciutat que fan el recorregut des de Plaça Espanya a la Terminal de l'aeroport. La campanya s'inicià just abans de les vacances de Nadal i pretén reforçar la imatge turística del territori en unes dates claus per al mercat català.



Premsa escrita genèrica i especialitzada

Durant l'any 2012 la Val d'Aran ha estat present en:

- Mitjans : 9.
- Insercions publicitàries: 12.
- Reportatges: 86 pàgines en total .
- Exemplars: 564.000.
- Lectores 1.297.200.

Revista Baqueira Beret:

Producte: Actiu, Cultura, Gastronomia.

Mercat: Nacional.

- Estiu: pàgina publicitat + reportatge 4 pàgines sobre turisme actiu, cultura i gastronomia.

- Hivern: pàgina publicitat + reportatge 4 pàgines Aniversari Querimònia.



Pànxing Pirineus:

Producte: BTT, Neu.

Mercat: Català, Andorrà.

- Estiu: pàgina publicitat + reportatge 4 pàgines sobre BTT.

- Hivern: pàgina publicitat + reportatge 2 pàgines sobre esquí de muntanya y Heli esquí.



Descobrir Catalunya:

Producte: Genèric, Gastronomia.
Mercat: Català.

- 4 pàgines publicitat los meses de agosto, setembre, novembre y diciembre.
- Agost: especial Val d'Aran 50 pàgines.
- Setembre: Pàgina informativa "Mòstra Gastronòmica deth Lit".



Grandes Espacios:

Producte: Senderisme.
Mercat: Nacional.

- Setembre: pàgina publicitat.
- Juliol: reportatge 10 pàgines "El Gran Bucle".
- Especial tardor reportatge 2 pàgines "La fageda de Carlac".



Viu Era Val:

Producte: Cultura y senderisme.
Mercat: Local i de proximitat.

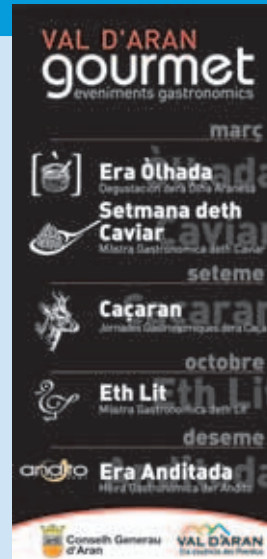
- Pàgina publicitat + reportatge 2 pàgines.



Restaurants e Bars dera Val d'Aran:

Producte: Genèric
Mercat: Local i de proximitat

- Pàgina publicitat



Aran Nau :

Producte: Genèric
Mercat: Local i de proximitat

- Diferents esdeveniments en 8 exemplars



Mas Viajes:

Producte: Neu
Mercat: Nacional

- Novembre: Portada + reportatge 5 pàgines hivern en la Val d'Aran.



Aladierno "Iberia Regional – Air Nostrum":

Producte: Neu
Mercat: Europeu

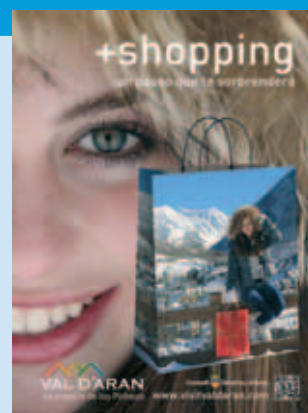
- Pàgina publicitat mes de desembre. Distribució de la revista en tots els vols de la companyia.



Guia GUM :

Producto: Genèric
Mercat: Local i de proximitat

- Pàgina publicitat



El pla de mitjans en ràdio durant l'any 2012 han estat:

- **Catalunya Informació:**
Producte: Neu.
Mercat: Català.
 - 10 cunyes diàries con un total de 160 cunyes. Temporada hivern.
- **COPE Catalunya "La neu":**
Producte: Neu.
Mercat: Català.
 - 40 cunyes. Durant dos mesos en temporada hivern.
- **Punto Radio Catalunya "Ski Neu":**
Producte: Neu.
Mercat: Català.
 - 30 cunyes. Temporada hivern.
- **Gum FM:**
Producte: Genèric.
Mercat: Local i de proximitat.
 - Cunyes diverses accions. Durant tot l'any.

Comunicació on-line

L'aposta per millorar la presència online de la destinació Val d'Aran ha generat un pla de mitjans que s'ha desenvolupat l'any 2012 bé d forma directa amb tercers líders en presència online.

L'estratègia de presència en línia de la destinació es basa en els següents pilars:

- Qui som i que venem:
 - Web oficial de turisme Val d'Aran. www.visitvaldaran.com.
 - Web de productes www.bikngvaldaran.com, www.senderismovaldaran.com; www.bienestarvaldaran.com.
- Què fem i que passa a la Val d'Aran:
 - Bloc de turisme Val d'Aran. [www.visitvaldaran.com / bloc](http://www.visitvaldaran.com/bloc).
 - Newsletter interna dirigida als associacions amb un resum de les principals accions desenvolupades per FTVA, esdeveniments i notícies. Té prioritat mensual / bimensual poden donar-se d'alta els usuaris interessats que es registrin en línia a través de la home de la web www.visitvaldaran.com/blog/category/rewsletter/.
- Com ens comuniquem amb els clients i projectem la imatge de la destinació
 - Totes plataformes vinculades a les principals xarxes socials.
 - Youtube: canal propi de vídeos de la Vall.
 - Flickr: informació d'interès i rellevant, informació d'esdeveniments i esdeveniments d'interès.
 - Facebook: publicació de posts setmanals amb informació sobre esdeveniments i notícies així com publicacions d'imatges, enllaços i vídeos
 - BBDD pròpia.



Dades de la presència on-line de la destinació

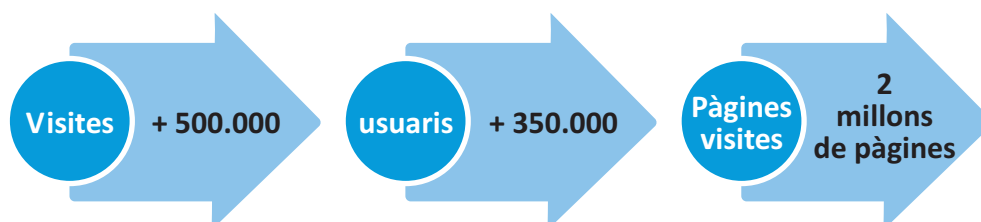
El departament de FTVA responsable de la presència en línia de la destinació s'encarrega de gestionar la presència en web, les eines de comunicació amb el sector i dinamitzar els canals propis en xarxes socials, el responsable d'aquest departament s'ocupa principalment de la dinamització i creació de continguts per difondre en mitjans convencionals i xarxes socials.

El departament també actua com gabinet de premsa ja que l'actualització de continguts requereix d'un manteniment diari, la secció La Clau del teu temps lliure i l'agenda d'activitats sol·licita una revisió exhaustiva. Mostra de la importància d'aquesta funció són la redacció de 140 notes de premsa referents a la gestió d'activitats i esdeveniments de Torisme Val d'Aran, el seguiment i difusió en mitjans digitals, i la redacció, maquetació i coordinació de la Newsletter Val d'Aran.

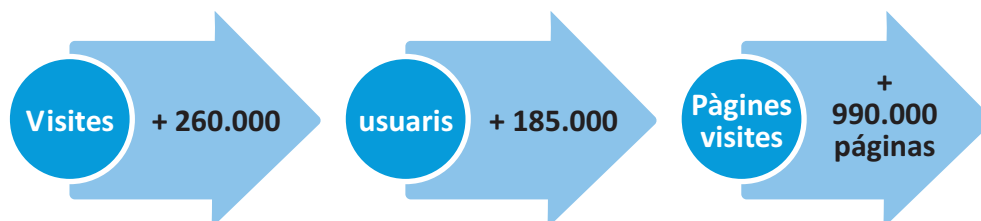
A continuació es presenten algunes dades que reflecteixen l'activitat.

www.visitvalderan.com

- La web disposa actualment de ítems de prop de dues mil entrades. En l'últim any s'han creat 202 entrades i s'ha realitzat la revisió de 155. El web disposa de prop de 300 categories i es treballa diàriament en l'adaptació dels continguts per a la traducció en diversos idiomes: català, castellà, aranès, francès i anglès.
- La web de Torisme Val d'Aran ha incrementat en més de 185.000 usuaris amb prop d'un milió de pàgines vistes. Les dades acumulades durant el període 2010-2012 són:



Només l'any 2012:



- S'ha crescut en nombre d'usuaris i s'ha notat un lleuger increment del percentatge de rebot, de manera que s'està treballant en incorporar una home més dinàmica. Els minuts de permanència augmenten a 3 minuts. S'ha augmentat en noves visites i s'està treballant per fidelitzar els antics visitants.
- Respecte als visitants dir que s'augmenta el trànsit procedent d'Espanya en un 82,61%, es manté el públic de França en un 9,61%, seguit d'alemanya amb 1,60%, Regne Unit, amb 0,91% i Bèlgica en un 0,36%.

- Altres treballs relacionats amb la web l'any 2012 inclouen l'optimització del programari, la creació de diverses plantilles en dreamweaver i posterior adaptació al programari, la creació de noves llistes de distribució, creació d'una nova plantilla de newsletter a través del programa Indesign i adaptació al programa per al seu enviament, la creació de nou material audiovisual, l'actualització de la galeria multimèdia, l'adaptació de les imatges per a web.
- L'evolució de les dades estadístiques de la web s'analitza a través de Google Analytics, on es procedeix a la recopilació, mesurament, avaluació i explicació racional de les dades obtingudes d'Internet, amb el propòsit d'entendre i optimitzar l'ús de la pàgina web de la Val d'Aran.

www.visitvaldaran.com/blog

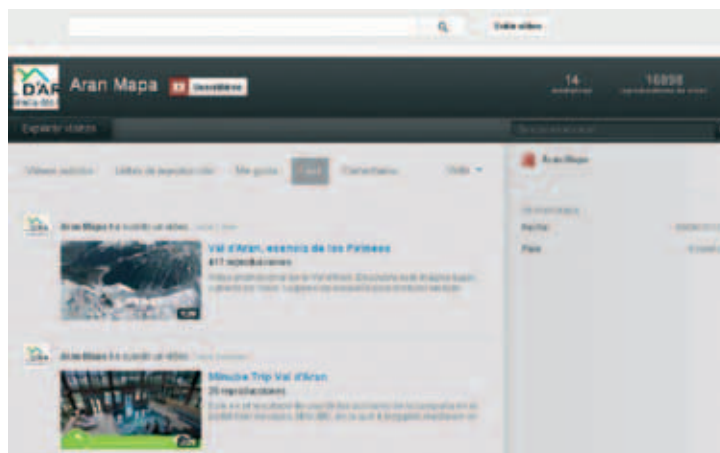
- Actualment el bloc de la Vall té 200 entrades i 104 comentaris. La mitjana durant l'any 2012 ha estat de 2 post per setmana.

www.visitvaldaran.com/blog/category/newsleter/

- Primera newsletter al maig de 2012. Es tracta d'un butlletí mensual informatiu digitalitzat on es recullen les accions més rellevants de l'entitat. El seu objectiu és mantenir informat als socis i col·laboradors sobre la gestió de Torisme Val d'Aran.
- Es disposa de dues eines per difondre les notes de premsa que es generen en el gabinet de comunicació de Torisme Val d'Aran:
 - Flash New: es concep com una eina dinàmica amb l'objectiu comunicar de forma àgil les notícies més actuals.
 - Newsletter: la seva periodicitat (mensual-bimensual) la converteix en un instrument informatiu més ampli, en el qual es resumeixen les actuacions més destacades dels últims mesos.
- Per incrementar el percentatge de lectura de la newsletter (amb un índex del 12% al 15%), es va decidir utilitzar el format Flash News. El resultat va ser positiu ja que en funció de la temàtica de l'assumpte els índexs de lectura són en alguns casos superiors al 20%.

<http://www.youtube.com/user/ValdeAran?feature=watch>

- El canal de la Val d'Aran a Youtube conté 6 vídeos que s'han reproduït 16.822 vegades. L'any 2011 es comptava amb un vídeo i 557 reproduccions.



<http://www.flickr.com/photos/torismearan/>

- El canal conta amb 200 fotografies. A l'actualitat no té molta activitat ja que s'estan solucionant problemes amb les claus d'accés.

https://twitter.com/Val_dAran

- S'ha crescut un 141% respecte a 2011 encara així existeix molt potencial de creixement. S'està treballant en un pla d'acció concret per a augmentar seguidors mitjançant la generació d'informació rellevant.



<https://www.facebook.com/valldaran>

- En l'any 2012 hi ha hagut un increment de seguidors del 199% respecte 2010 i del 18% respecte 2011, més de 6.000 seguidors a la pàgina oficial Val d'Aran.
- Durant l'any 2012 s'ha passat de les 400.000 interaccions dels usuaris ha a més d'un milió i mig de persones d'abast.
- Perfil dels seguidors:
 - Principalment de Catalunya, s'han incrementat de 1.168 en 2011 a 3.800 en 2012. S'han perdut seguidors de Madrid de 2.027 en 2011 a 783 en 2012.

- En quan a d'idioma es manté el castellà com llengua en primera posició. Aquest any hem comunicat en català, en l'actualitat s'incorporen els dos idiomes perquè no sigui una barrera d'entrada per a no catalanoparlants.
- S'ha definit un pla d'acció per a augmentar públic dels principals mercats objectiu, especialment de la Comunitat de Madrid, i dinamitzar la participació dels fans mitjançant qüestionaris sobre la Vall, concursos i promocions.

Campanyes de promoció

Durant l'any 2012 s'han desenvolupat diferents campanyes de promoció turística online. Les campanyes s'han realitzat amb objectius d'incentivar demanda en èpoques de baixa ocupació, i augmentar la taxa de coneixement de la Vall en alguns mercats assenyalats com estratègics en el pla, especialment en les ciutats de Barcelona, Madrid i València i al País Basc, a més d'accions generals en mercat nacional.

Campanya de promoció conjunta amb Atrapalo

FTVA va seleccionar a Atrapalo per a realitzar una prova pilot de campanya conjunta per a un període de baixa ocupació en la Vall, del 15 d'octubre al 20 de desembre. L'objectiu no va ser solament fer una campanya publicitària vinculada al posicionament de la Vall, sinó vincular als empresaris de la Vall per a generar nou producte per a tardor denominada "Fotohunting Val d'Aran", i vendre'l a través d'una agència de la Vall sòcia de FTVA utilitzant la plataforma d'Atrápalo.

LA ESENCIA DE LOS PIRINEOS

NAUT VIAJES

DESCUBRE LA ESENCIA DEL PIRINEO

Este otoño escápate al Pirineo y ven a conocer uno de los rincones más espectaculares, el Valle de Aran. Os ofrecemos distintas opciones de alojamiento con una excursión guiada por la montaña para conocer uno de los paisajes naturales mejor conservados de Europa. Descubrirás los colores que os ofrece el otoño desde el verde, pasando por el amarillo y acabando con tonos rojizos y marrones. Además aprenderás a diferenciar los distintos tipos de bosques que podemos encontrar y las especies que los habitan.

El precio incluye:

- Derecho a participar en el concurso de fotografía "Esencia de los Pirineos" (Ver bases del concurso)
- 1 noche de alojamiento en régimen AD según la opción elegida
- 1 excursión guiada en el Valle de Aran para realizar tomas fotográficas (excursión de medio día por la mañana)
- Seguro radial Arag.

No incluye:

Los precios no incluyen la tasa turística que se ha establecido en Catalunya y que el cliente deberá abonar directamente al establecimiento hotelero.

**Precios en base a ocupación doble. Las excursiones están sujetas a las condiciones meteorológicas.*

973 64 00 87
reservas@nautviajes.com

Atrapalo és una agència de viatges i de promoció on-line d'activitats d'oci. L'agència conta amb més de 1,1 M d'usuaris registrats, més de 1M d'usuaris que reben newsletter, més de 28M d'impressions mensuals, i més de 4M d'usuaris únics; aquestes dades avalen a l'agència com líder en la categoria d'ofertes per al temps lliure. Al tractar-se d'una agència online permet realitzar una campanya molt segmentada.

A continuació es mostra un resum de les accions desenvolupades i els resultats.

- Creació de diversos banners estàtics i dinàmics de promoció publicats en la secció de recerques i en la home del portal. Resultat: IMP contractades: són les impressions que es van acordar en la proposta de la campanya. IMP servides: impressions totals servides. El CTR és el percentatge de clics/impressions.



VAL D'ARAN

SOPORT	CATEGORIA	DATA	IMPS CONTRACTADES	IMPS SERVIDES	CLIKS	CTR	MITJA CTR
ROBA 300X250	HOME, ACTIVITATS, ESPACADES, HOTELS	23.10 AL 23.12	190.500	190.698	411	0,22%	0,15%-0,20%
SKY 120X600	ESPACADES, HOTELS	23.10 AL 23.12	260.000	260.660	337	0,13%	0,10%-0,15%
MEGA 728X90	ROTACIÓ	23.10 AL 23.12	500.000	501.327	195	0,04%	0,02%-0,06%

- Enviament especial de newsletter al 50% de la BBDD, mercats Catalunya, Madrid i País Basc.

Resultat: Més de 835.000 enviaments servits, 160.000 oberts, i 24.442 clics, usuaris van veure la promoció.

REPORT NEWSLETTER

SOPORT	CATEGORIA	DATA	ESDEVENIMENTS SERVIDS	ESDEVEN. OBERTS	TOTAL CLIKS	CTR
NEWSLETTER	EXCLUSIVO	23.10.12	835.897	167.825	24.442	14,56%



- Creació d'una microsite especial sobre la destinació de Val d'Aran amb informació de la destinació i productes d'oci de la Vall. Resultat: Més de 20.000 visites i una durada mitja de més de 3 minuts.



- Concurs en Fotohunting Val d'Aran en xarxes socials, via facebook concretament a 245.000 usuaris. Resultat: El concurs va obtenir 34 participacions, es van aconseguir 72 interaccions (likes + shares + comments) i 111.703 impressions totals. El link al concurs va obtenir 1.583 clics.

Pla de promoció de la Val d'Aran en la xarxa social de viatges Minube

Campanya en la xarxa social de viatges Minube dirigida al mercat nacional i internacional amb l'objectiu d'arribar a més d'un milió d'usuaris per a promocionar la Val d'Aran entre el col·lectiu viatger amb accions destacades en els mercats francès i alemany.

Minube és una xarxa social de viatges espanyola amb presència internacional a França, Alemanya, Itàlia i Portugal. Aquest portal és capdavanter a Espanya en el sector de web social de viatges amb una mitjana de 25 milions de visites a l'any i més de 100 milions de pàgines vista. Es troba entre els deu millors llocs de viatges a Espanya i rep mensualment un milió d'usuaris que obtenen informació sobre diferents destinacions turístics.

S'han desenvolupat les següents accions:

- Blogtrip en el qual diversos bloggers especialitzats en turisme van visitar durant una setmana la Val d'Aran per a gaudir d'experiències en esports d'aventura i poder realitzar articles als seus seguidors de Blogger.

Resultats: Vídeo promocional que ha registrat un total de 581 reproduccions.



- Elaboració d'una guia de viatges adaptades per a mòbils (iphone, android, WPt/Nokia) i Tableta (ipad) destinada al mercat francès i alemany amb visibilitat en els portals Minube.de i en el portal francès Monnuge.fr.



Resultat: s'ha posat en itunes en el mes de gener, en els primers tres dies i sense comunicar va tenir 70 descàrregues en iOS: 19 a Espanya, 10 a França i la resta en altres països. Es pot descarregar en <https://itunes.apple.com/us/app/vall-de-llauren-guia-de-viatge/aneu593866142?l=és&ls=1&mt=8>, s'ha comunicat al gener a través del Blog de minube.

<http://blog.minube.com/la-guia-del-vall-de-llauren-disponible-per-a-iphone-i-android/>

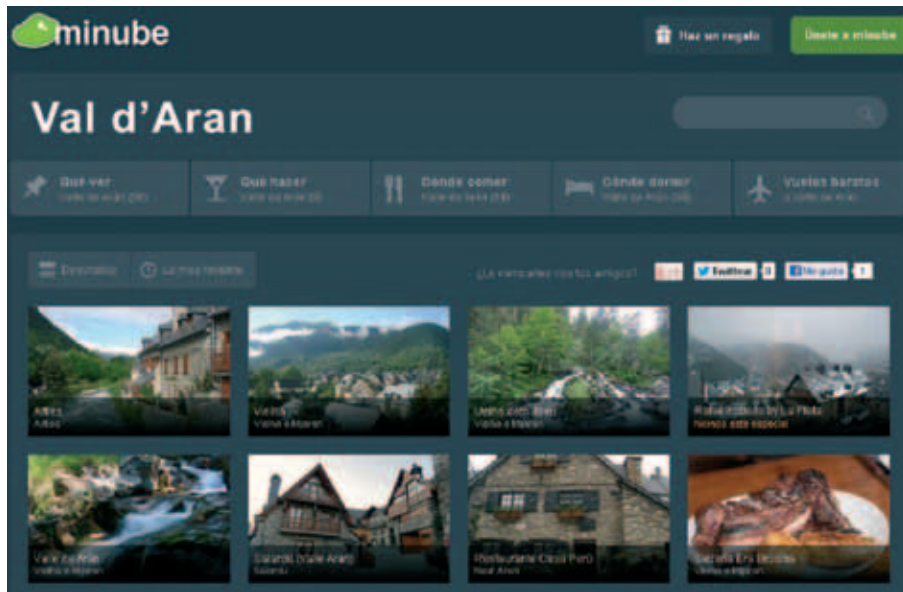
Facebook:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10151260646018226&set=a.100910883225.94780.23082963225&type=1&theater>

Twitter: <https://twitter.com/minube/status/295865850441904128>

A l'actualitat s'està treballant perquè l'aplicació reflecteixi l'oferta de tots els socis de FTVA.

- Banner destacat. Val d’Aran com destinació destacada de la setmana amb informació turística, de contacte i un enllaç al lloc web oficial www.visitvaldaran.com.
- Presència en el portal i possibilitat d’elaborar en dos minuts una guia de viatges en la vall a mesura de les preferències del consumidor, la guia es descarrega en PDF.



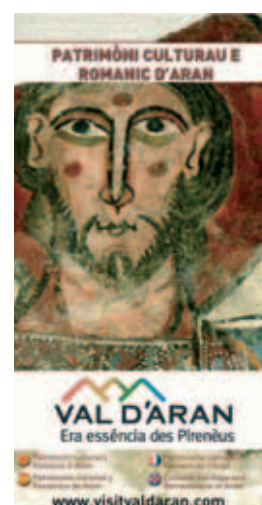
- Enviament a través del butlletí de notícies del portal.
- Creació de la microsite “Photohunting essència dels Pirineus”, per a reforçar la campanya i incentivar la creació d’una comunitat entre els participants.

Edicions i reedicions

L'objectiu de l'edició de material imprès és satisfer les demandes d'informació de la Vall, dispensades a les oficines de turisme, i disposar d'una eina de promoció impresa per utilitzar en diferents accions de promoció (assistència a fires, viatges de premsa i familiarització amb la destinació i jornades de treball).

Des FTVA es gestiona el material promocional imprès de manera anual, hi ha una línia de material promocional imprès genèrica de la Vall i una altra especialitzada en productes (senderisme, benestar a la muntanya, BTT), la major part dels materials s'edita en català, castellà, francès i anglès, encara que hi ha catàlegs en alemany i en rus. A la següent taula es mostra la reedició de material promocional imprès realitzada durant l'any 2012, que ha ascendit a més de 190.000 exemplars.

Reedició de fullets	Data 2012	Quantitat
Mapa Pesca	Març	5000 un.
Horaris Bus	Febrer	2000 un.
Tríptic restaurants	Abril	5000 un.
Mapa Senders	Abril	30000 un.
Mapa Turístic (castella)	Abril	35000 un.
Fullet patrimoni	Abril	12000 un.
Mapa turístic (català)	Juny	15000 un.
Mapa BTT	Juny	15000 un.
Tríptic restaurants	Setembre	7500 un.
Mapa Turístic (català)	Octubre	10000 un.
Mapa Turístic (francès)	Octubre	6000 un.
Mapa Raquetes	Novembre	5000 un.
Fullet Patrimoni	Novembre	15000 un.
Mapa senders	Desembre	25000 un.





Durant l'any 2012 s'ha editat quatre nous materials. Un díptic per a la promoció de l'oferta d'allotjament de turisme rural, un catàleg del producte neu destinat a mercat rus, que es va utilitzar en la fira turística LEISURE a la qual va assistir la Vall al mes de setembre 2012; una memòria USB amb informació de la Vall com a destinació per al turisme de reunions, congressos i incentius, i un manual de vendes de l'Aran Natura Convention Bureau (club de producte de turisme de reunions). La següent taula mostra les dates d'edició i el nombre d'exemplars.

Díptic Turisme Rural	Febrer	3000 un.
Catàleg de neu (rus)	Agost	1000 un.
USB Aran Natura Convention Bureau	Novembre	250 un.
Manual de Ventes Aran Natura Convention Bureau	Desembre	10 un.



Promoció i ajuda a la comercialització turística

Durant l'any 2012 s'ha mantingut l'estratègia de promoció de la destinació, per una banda s'han realitzat les accions de promoció en els principals mercats nacionals, i de l'altra s'ha mantingut l'estratègia de desestacionalització, mitjançant la promoció de la destinació i de manera especial els productes de BTT i senderisme a rat internacional (França i Alemanya, i en menor mesura Regne Unit i Benelux).

FTVA desenvolupa les seves accions de promoció bé de manera directa a través de les "xarxes de col·laboració" de FTVA, en concret l'Agència Catalana de Turisme (ACT), eina de promoció turística de la Generalitat de Catalunya, i el Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida (PTDL), com a eina de promoció turística de la província de Lleida.

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

Promoció a través de "xarxes de col·laboració"

Agència Catalana de Turisme ACT.

- FTVA desenvolupa diverses accions de promoció (assistència a fires, viatges de familiarització per a agents de viatge en destinació, viatges de premsa i blocs, i assistència a jornades de treball) en col·laboració amb l'Agència Catalana de Turisme. FTVA és soci de tres Clubs de Producte: "Actiu-Natura", "Cultura" i "Gastronomia", són programes de l'Agència Catalana de Turisme que agrupen diverses empreses i entitats del sector turístic català en els àmbits del turisme cultural, turisme actiu i de natura i turisme gastronòmic. FTVA realitza una aportació econòmica com a membre del club, el que li permet participar en accions de promoció anuals específiques per a aquests productes, i per tant les empreses sòcies de FTVA estiguin representades en les accions desenvolupades.



- Durant el 2012 s'ha mantingut la participació en els tres clubs, durant l'any 2012 es poden destacar la col·laboració activa en l'elaboració dels catàlegs amb propostes concretes de comercialització, i presència en mercats internacionals, en concret en els següents: catàleg Village Bordeus (objectiu: promocionar l'oferta turística, gastronòmica i artesanal de la Vall d'Aran a França); catàleg IMTM (Fira per al Mercat Internacional del Turisme Mediterrani major fira anual professional centrada en la indústria del turisme a Israel), catàleg Fiets & Wandelbeurs (fira de senderisme i cicloturisme que se celebra a Amsterdam), i catàleg comercial Catalunya és neu.



- L'any 2012 *Aran Natura Convention Bureau*, que aglutina l'oferta de 37 empreses de la Vall com a destinació per al turisme MICE (*Meetings, Incentives, Congress and Events*), ha format part del **Catalunya Convention Bureau**, agrupació per a la promoció turística del turisme MICE a Catalunya. S'ha participat en una jornada de treball "work-shop" amb els membres del Catalunya Convention Bureau, i la Vall ha estat present a la fira EIBTM (*European Incentive Business & Travel Meetings*) que se celebra a Barcelona.



- L'any 2012 la Vall d'Aran s'ha adherit i està treballant en la "**Barcelona-Catalunya Film Commission**" l'objectiu és la promoció de la Vall com a lloc per allotjar produccions audiovisuals, anuncis, pel·lícules, etc. Formen part d'aquesta plataforma els ajuntaments de Vielha, Bossòst, Es Bòrdes, i Naut Aran. En total s'han catalogat més de 20 espais singulars. BCFC actualment disposa d'una xarxa de 165 membres entre les quatre províncies catalanes i participa activament en mercats i trobades de l'audiovisual en un àmbit nacional i internacional.



- FTVA és un dels socis del **programa "Pirineus"**, programa de l'ACT per posar en valor tota la diversitat de l'oferta turística dels Pirineus catalans, durant l'any 2012 s'han desenvolupat diferents accions de promoció en mercats estrangers, s'ha elaborat un manual de vendes i s'ha reeditat, incorporant millores, el mapa general del programa, també s'ha participat en accions de comercialització en els mercats internacionals mitjançant el workshop anual Pirineus. El programa Pirineus es basa en un conveni de col·laboració entre l'Agència Catalana de Turisme, el Departament de Territori i Sostenibilitat de la Generalitat de Catalunya, i els Patronats de Turisme de la Diputació de Lleida, Costa Brava Girona, Diputació de Barcelona i el Consell Generau d'Aran.



• FTVA també forma part del programa Destinacions Turístiques Esportius (DTD). La Val d'Aran va ser un dels primers destinacions catalanes que va rebre el segell de DTD, l'any 2003. La seva privilegiada situació, al centre dels Pirineus, la converteix en una zona idònia per practicar activitats esportives d'alta muntanya, en les quals està certificada. Durant l'any 2012 FTVA ha desenvolupat les accions per l'adaptació al nou model de DTE, tant a través dels clubs de producte, com de presentacions directes, i assistència a fires especialitzades i jornades professionals. L'agència Catalana de Turisme certifica amb el segell de Destinació de Turisme Esportiu les zones de Catalunya que disposen d'infraestructures i serveis d'alta qualitat per a la pràctica de l'esport. Es tracta d'un segell especialitzat dirigit a un segment de la demanda molt concret però d'alta qualitat: esportistes d'alta competició, turistes que centren les vacances en l'esport, turistes que practiquen l'activitat esportiva durant el temps d'oci, o bé el públic visitant aficionat als grans esdeveniments esportius.



Patronat de Turisme de Lleida.

- FTVA col·labora amb el PTLL en diferents àmbits i línies de promoció. Durant l'any 2012 s'ha mantingut una estreta col·laboració, destacant les següents accions:
 - Elaboració del calendari anual d'assistència i presència en fires.
 - Revisió del material promocional, en concret de la guia de ve, guia de turisme actiu, i guia d'activitats trimestrals.
 - Suport en banc d'imatges i contingut per al desenvolupament de diferents accions de promoció com el Fòrum Catalunya - Rússia, MITS - Moscou.
 - Participació en el projecte Ara Lleida 365, desenvolupament d'una aplicació (App) amb continguts d'esdeveniments, festes, concerts, etc. de la Val d'Aran.



IDAPA - TRAPA (Institut de desenvolupament de l'Alt Pirineu i Aran, Turisme Rural Alt Pirineu-Aran "

- El IDAPA és un organisme autònom de la Generalitat de Catalunya, té com a missió impulsar el desenvolupament social i econòmic dels territoris que integren el Pirineu Català. Durant l'any 2012 s'ha treballat en l'elaboració d'un Geomapa, una aplicació que permet localitzar empreses, rutes, serveis i punts d'interès facilitades per FTVA, i on estan representats tots els socis de FTVA, s'ha assistit a les jornades de senderisme, i s'ha facilitat tota la informació necessària per a l'edició de les diferents eines de comunicació de TRAPA.



Assistència a Fires, jornades professionals, viatges de receptiu.

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

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

L'assistència a fires de turisme, salons professionals i jornades s'ha consolidat com a eina indispensable del màrqueting turístic ja que, a més de donar a conèixer la destinació i la imatge de marca turística de la Val d'Aran, permet establir contacte amb un gran nombre de prescriptors i clients finals actuals i potencials en un període de temps i espai determinat, tots aquests contactes es gestionen a la base de dades pròpia de FTVA per la seva activació en funció de les accions del pla de màrqueting. Durant l'any 2012 FTVA ha assistit a les següents **fires i work-shops**:

• FIRES NACIONALS

- FITUR, Madrid (18-22/01)
 - Participació amb ACT-Mostrador Pirineus.
 - Caràcter Genèric.
 - Dirigides al professional i públic final.
- NAVARTUR, Pamplona (17-19/02)
 - Participació amb ARA LLEIDA.
 - Caràcter Genèric.
 - Dirigides al públic final.
- ALIMENTARIA, Barcelona (26-29/03)
 - Stand propi.
 - Caràcter de producte Alimentari, gastronòmic
 - Dirigides al professional i públic final.



- SITC, Barcelona (19-22/04)
 - Participació amb ACT.
 - Caràcter Genèric.
 - Dirigides al professional i públic final.
- EXPOVACACIONES, Bilbao (10-13/05)
 - Participació amb Pirineus.
 - Caràcter Genèric.
 - Dirigides al professional i públic final.



- JAZZALDIA (19-23/07)
 - Participació conjunta amb ARA LLEIDA i altres Patronats de Catalunya sense assistència directa per part de TVA.
 - Caràcter Genèric.
 - Dirigides al professional i públic final.

- FESTIBIKE, Madrid (14-16/09)
 - Participació amb Stand propi i compartit amb l'empresa Pedals de Foc.
 - Caràcter específic: BTT i Cicloturisme.
 - Dirigides al professional i públic final.



- FIRA DE CALELLA, Calella de Mar (20-24/09)
 - Participació amb Pirineus - IDAPA.
 - Caràcter Genèric.
 - Dirigida al públic final.

- EIBTM, Barcelona (27-29/11)
 - Participació amb CCB (Catalunya Convention Bureau)
 - Caràcter de Turisme de Convencions, Negocis...
 - Dirigida al Professional.

- FIRA DE SANTA LLÚCIA DE SITGES (13-16/12)
 - Participació amb Artesans de la Val d'Aran.
 - Caràcter Genèric.
 - Dirigida al públic final.

● FERES INTERNACIONALS

- SALON MAHANA DE TOULOUSE (3-5/02)
 - Participació amb Pirineus.
 - Caràcter Genèric.
 - Dirigida al professional i al públic final.

- FIETS & WANDELBEURS DE AMSTERDAM (11-12/02)
 - Participació amb Pirineus.
 - Caràcter específic Senderisme, Cicloturisme i BTT.
 - Dirigida al professional i al públic final.

- IMTM DE TEL AVIV (14-15/02)
 - Participació amb Pirineus.
 - Caràcter Genèric.
 - Dirigida al professional i al públic final.

- MITT DE MOSCÚ (21-24/03)
 - Participació amb la ACT i amb el Patronat de Turisme ARA LLEIDA.
 - Caràcter Genèric.
 - Dirigida al professional i al públic final.



- TOUR NATUR DE DÜSSELDORF (31/08 – 02/09)
 - Participació amb Pirineus.
 - Caràcter específic: Senderisme.
 - Dirigida al professional i al públic final.
- SALÓ CONFOREXPO DE BURDEOS (8-11/11)
 - Participació amb Baqueira.
 - Caràcter Genèric.
 - Dirigida al professional i al públic final.
- WORLD TRAVEL MARKET DE LONDRES (5-8/11)
 - Participació amb l'ACT.
 - Caràcter Genèric.
 - Dirigida al professional i al públic final.



● WORK SHOPS

- INTERMEMBRES CCB CATALUNYA CONVENTION BUREAU (15-03)
 - Membres del Catalunya Convention Bureau.
 - Barcelona.
- INTERCLUBS (20-04)
 - Membres Clubs de Producte.
 - Barcelona.
- WORK SHOP Y PRESENTACIÓ A MADRID-BLANQUERNA (15-09)
 - Agents de viatge (TTOO y AAVV) de Madrid.
 - Madrid.
- BUY CATALUNYA (07-06)
 - TTOO, AAVV, i Agents Turístics.
 - Regne Unit, França, Canadà, Bèlgica, EEUU, Italia, Hungría, Brunei, Països Baixos...
 - Barcelona.
- PIRINEUS (25-10)
 - TTOO, AAVV, y Agentes Turísticos.
 - Regne Unit, España, Israel...
 - Berguedà.



- FÊTE DE LA MONTAGNE (25-10) CPT de París amb representació de PIRINEUS.
 - TTOO, AAVV, Associacions, Webs, Comitès d'Empresa...
 - França.
 - París.

Acció de receptiu

Dins d'aquest apartat es contemplen les accions d'assistència a persones i grups prescriptors "receptius", "decisió markers". FTVA considera receptius tots aquells prescriptors de l'oferta turística de la Val d'Aran, es presten diversos i variats serveis a les persones i els grups que visiten l'oferta turística de la vall amb la col·laboració indispensable dels socis de FTVA: visites d'inspecció i allotjament en hotels, dossiers de premsa, servei de guies documentació i tramitació de reserves i entrevistes amb els responsables de diferents ofertes turístiques i culturals de la Vall, serveis de transport, invitacions a dinars i sopars, acompanyament a diferents ofertes lúdiques i culturals, lliurament de material promocional i marxandatge, etc. Dins de l'acció "receptiva" de FTVA durant l'any 2012 es poden diferenciar tres accions diferenciades:

- **Press - Tryp:** 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.

- CATALUNYA BLANCA (20-22/02)
 - Diversos mitjans: Televisió i premsa escrita
 - Rússia.
 - Esquí.
- MARTIN HESSE (26-28/02)
 - Free Lance: Premsa escrita.
 - Alemanya.
 - Esquí, Esports i Viatges
- TVE – CANAL 24h. (21-23/03)
 - Televisió.
 - España.
 - Neu.
- REVISTA RESPYR (26-30/03)
 - Premsa escrita.
 - França.
 - Esquí.
- TURISME ACTIU I NATURA (15-16/06)
 - Premsa escrita.
 - França.
 - Turisme Actiu.

- TURISME DE SALUT. (23-24/06)
 - Televisió.
 - Rússia.
 - Turisme de Salut i Benestar.

 - EVASIÓ TV (5-7/09)
 - Televisió i premsa escrita.
 - Espanya.
 - BTT i Turisme Actiu.

 - PROGRAMA SPOT PUBLICITARI HIVERN (22-23/11).
 - Televisió.
 - Espanya.
 - Neu i esquí.

 - VISITA DIRECCIÓ DE LA CADENA SER (23-29/12).
 - Radio.
 - Espanya.
 - Neu i esquí.

 - BLOG TRIPS
 - MINUBE (24-26/07)
 - Internet.
 - Espanya.
 - Oferta genèrica(Senderisme, BTT, Natura, Turisme Actiu...)
- **Fam - Tryp:** 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 operadors, agents de viatge, transportistes, restauradors, ...

- Direcció General ACT (9-11/01).
 - Direcció.
 - Catalunya.
 - Oferta de Neu(Esquí, Après-ski, Cultura...)

- Intercanvi Estudiants Val d'Ifassa (16-19/01).
 - Estudiants.
 - Itàlia.
 - Esquí i Oferta complementària (Cultura, Pobles, Après-ski...)

- NEILSON THOMAS COOK (27-29/02)
 - TTOO i Agent de Viatges.
 - Regne Unit.
 - Oferta de Neu.

- PYRENEES HELISKI (27-29/03)
 - TTOO i Agències de Viatges.
 - Regne Unit, Alemanya, França...
 - Oferta de Neu.

- BUY CATALUNYA (5-6/06)
 - TTOO i Agències de Viatges.
 - Índia, Bèlgica, EEUU, Finlàndia, Països Baixos, Regne Unit, Rep. Checa.
 - Turisme Actiu, Natura, Gastronomia...

- EMMEET (29-31/10)
 - Alpinistes, Escaladors...
 - Espanya.
 - Montanya.

- PYRENEES-HELISKI (10-12/12)
 - TTOO, Agències de Viatges i Professionals.
 - Suïssa, França, Àustria, USA, Suècia, Espanya, Rússia.
 - Heliski.F

● **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, ambaixades,... FTVA col·labora de manera diferent per a la promoció turística de la destinació. Durant l'any 2012 s'ha col·laborat amb associacions i entitats de caràcter esportiu, periodístic, cultural, social, cultural i internacional. Cal destacar la col·laboració en els esdeveniments de caràcter esportiu, en total FTVA ha col·laborat en més de 35 esdeveniments i proves.

Accions de promoció dirigides a públic final

A més de les anteriors accions de promoció FTVA participa en diferents accions dirigides a públic final, durant l'any 2012 s'ha desenvolupats les següents accions:

- CAMPANYA DE PROMOCIÓ A L'ILLA DIAGONAL (12-25/11) amb l'ACT i PIRINEUS.
 - Es promoció la Tardor i l'Hivern de la vall.
 - Barcelona.



- VILLAGE DE BORDEAUX (11-13/05) amb l'ACT.
 - Oferta genèrica de la destinació turística.
 - Bordeus.
- CAMPANYA DE MÀRQUETING AL CENTRE DE PROMOCIÓ DE CATALUNYA A MADRID "BLANQUERNA"
 - La campanya consta de dues fases, la primera dedicada a la promoció més genèrica de la Val d'Aran en període estival i la segona, al novembre destinada a la promoció del producte neu.



Promoció i dinamització del comerç

L'Agència del Comerç d'Aran té per objectiu promoure, assessorar i dinamitzar el comerç de la vall per coordinar i promoure accions encaminades a millorar la competitivitat del sector; un sector compost per 380 comerços i tres associacions de comerciants: Vielha, Baqueira i Bossòst.

Durant l'any 2012 s'ha realitzat diferents accions, a manera de resum es ressalten les següents:

- **Associació de Comerciants de Vielha.**
 - Programa de tendes amigues. 12 comerços van participar en aquesta iniciativa.
 - Programa de formació. S'ha impartit un curs 10 hores d'anglès bàsic en el qual van participar 7 persones. Es va realitzar un taller per millorar l'eficàcia i eficiència de diferents accions relacionades amb les emocions com a component en la presa de decisions en comerç, van participar 14 persones. Es va realitzar un curs d'informàtica bàsica en el qual van participar 9 persones.
 - Nit del comerç de la Val d'Aran. 130 assistents.
 - Certamen d'aparadors. Van participar 24 comerços en la època de Nadal.

• **Associació de Comerciants i Empresaris de Bossòst.**

- Era Anditada. Es van servir un total de 900 degustacions.
- Setmana der Andito, van participar 11 restaurants en aquestes jornades gastronòmiques.
- Jeudi Promo, van participar en aquesta promoció 37 comerços de Bossòst.



• **Associació d'Empresaris de Baqueira Beret.**

- Mapa QRI. Accés a informació detallada de l'oferta comercial i serveis de Baqueira Beret, Vall de Ruda i Tanau, a través de codis Bidi.

• **Assessorament.**

- Durant l'any 2012 s'ha seguit informant de les ajudes i subvencions d'interès per al comerç. Col·laboració amb la generalitat de Catalunya, Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya. S'han atès un total de 12 sol·licituds de diferents establiments comercials i de restauració de la Val d'Aran, s'han concedit les 12 subvencions per part del Consorci.

• **Altres accions**

- Aran Roller. Col·laboració en la carrera de patins amb els productes de la Marca de Garantía.
- Jornada de Comerç i consum organitzada per la PIMEC de Lleida. 10 assistents.
- Hèira Hèt a Man Hèt Aciu 27 participants es van exposar els seus productes en aquesta fira.
- Aran Market, Botigues en Carrer. 24 comerços van participar en l'edició de 2012.
- Et Comèrç d'Aran te regale Cultura. 86 comerços van participar en aquesta campanya de promoció i dinamització del comerç a través de la promoció dels equipaments culturals de la Vall.



Relacions amb el sector, qualitat i formació

L'equip de FTVA està a disposició del sector turístic i comercial de la vall, aquest any ha estat un objectiu fomentar la participació dels socis en la presa de decisions.

Durant l'any 2012 s'han realitzat diverses reunions amb els socis de FTVA, les primeres per donar a conèixer les dues eines bàsiques de gestió i promoció del turisme de la Vall (Pla Estratègic i Pla de Màrqueting), i la resta, fins a 6 convocatòries, als membres de la junta de FTVA, a més de les visites tècniques que realitza l'equip de FTVA.

Durant les reunions s'han tractat diferents temes que s'han pretès reflectir en aquesta memòria, alguns d'estructura i gestió (nous estatuts de FTVA), altres d'accions de promoció, i altres per conèixer de primera mà la percepció de l'evolució del turisme a la vall així com les principals inquietuds dels empresaris.

També s'han mantingut reunions sectorials, entre les quals destaquen les següents:

- Allotjaments. Taxa turística.
- Visites tècniques a les empreses per elaborar el manual de vendes del Aran Natura Convention Bureau.
- Reunió amb el grup de treball dels Clubs de Producte. Referent a això comentar que es segueixen realitzant accions de promoció especialitzades en aquests productes i dirigides a segments de mercat concrets, mantenint les eines de promoció desenvolupades (material on-line i off-line) i que es té previst continuar amb la incorporació de socis als diferents clubs atenent els requisits de qualitat i especialització establerts. A la jornada de treball per elaborar el pla de màrqueting de FTVA per a l'any 2013 es tractarà de forma diferenciada l'acció de màrqueting d'aquesta cartera de productes.
- Reunions per donar a conèixer el programa de Barcelona-Catalunya Film Comissió.
- Reunions amb les empreses de senderisme per a la posada en marxa del projecte de senyalització de tota la xarxa de senders de la Val d'Aran.
- Reunió per a la definició del projecte "targeta turística de la Vall d'Aran" amb empreses del sector turístic i comerç de la Vall, aquest projecte es posarà en marxa l'any 2013.

Esdeveniments en destinació.

L'equip de FTVA ha promogut / participat en els esdeveniments durant l'any 2012:

- Festival de Música Antiga dels Pirineus. FEMAP.
 - Festival de Música Antiga que se celebra a diferents pobles del Pirineu de Lleida i Andorra. Hi participen 14 municipis i s'han realitzat 28 concerts. A la Vall es va realitzar a l'agost.
- Bike Park - Varicauba.
 - El CGA ha desenvolupat aquesta instal·lació amb l'objectiu d'ampliar l'oferta per als amants de la bicicleta de muntanya.

- EMMEET - European Mountain Meeting.

o S'ha realitzat la primera edició d'aquest esdeveniment d'alta muntanya dirigit a alpinistes, esquiadors i esportistes de muntanya de tot Espanya per intercanviar experiències. Es van celebrar un total de 10 conferències a les quals van assistir més de 1.400 persones, i altres activitats com la projecció de pel·lícules, en les quals van participar durant 4 dies més de 2.400 persones.

- Corsa i Caminada des 15 pobles.
- Festival des Arts Digitals.

Formació

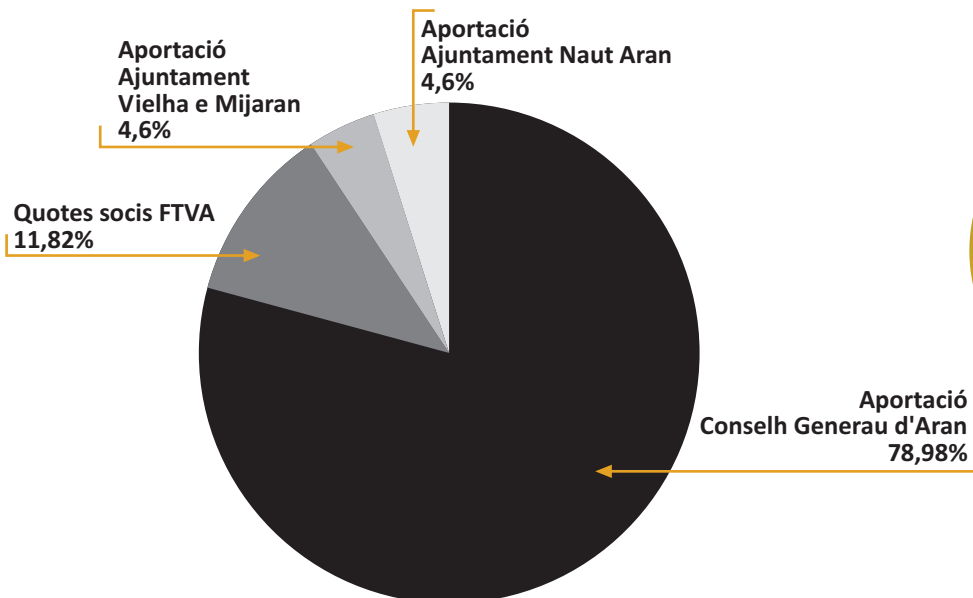
L'any 2012 es tenia previst realitzar un curs de formació destinat a empresaris i treballadors del sector turístic i comercial de la Vall en màrqueting digital, el curs es desenvoluparà l'any 2013.



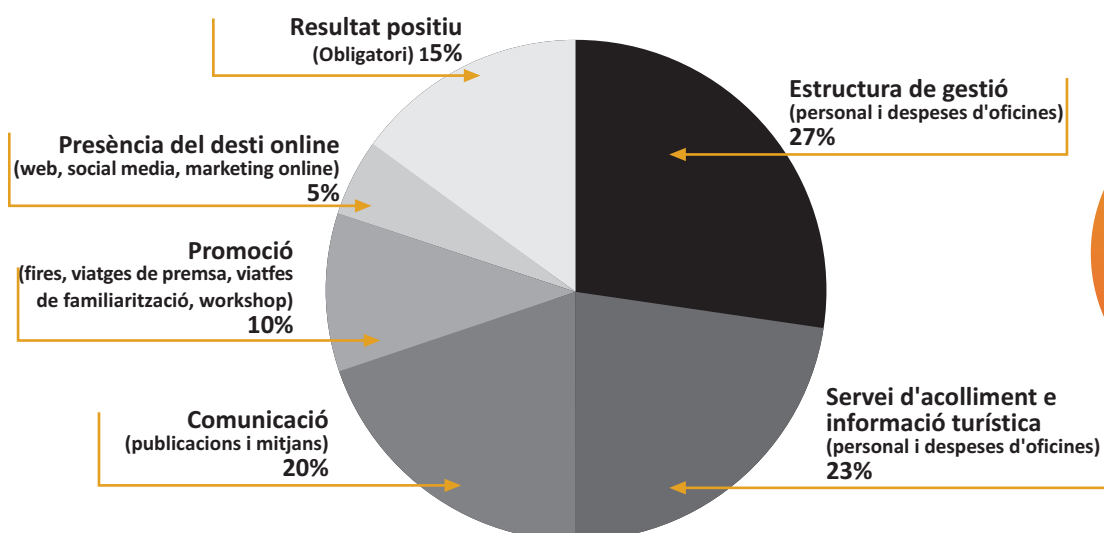
Resumen. Desglossament d'inversió

El pressupost destinat a turisme i gestionat per FTVSA durant l'any 2012 ha estat de 520.686,96 €, a la següent gràfica s'indica l'origen i l'aplicació del pressupost realitzada.

Origen. Fonts de finançament any 2012.



Aplicació. Distribució pressupostària any 2012.



MM

memoria
TORISME VAL D'ARAN
2 0 1 2



VAL D'ARAN
Era essència des Pirenèus



contenido

1	INTRODUCCIÓN	113
2	EL TURISMO DE LA VAL D'ARAN EN CIFRAS	117
	Oferta	117
	Demanda	118
3	EL SERVICIO DE INFORMACIÓN Y ACOGIDA DEL VISITANTE DE LA VAL D'ARAN	121
	Servicio de información y acogida del visitante da la Val d'Aran	121
	Cuantificación del servicio y caracterización de los visitantes	122
4	LA ACCIÓN DE MARKETING TURÍSTICO DE LA VAL D'ARAN	127
	Comunicación	
	Comunicación convencional (off-line)	128
	Comunicación on-line	133
	Ediciones y reediciones	142
	Promoción y ayuda a la comercialización turística	144
	Promoción a través de "redes de colaboración"	144
	Asistencia a Ferias, jornadas profesionales, viajes de receptivo.	147
	Acciones de promoción dirigidas a público final	153
	Promoción y dinamización del comercio	154
	Relaciones con el sector, calidad y formación	156
5	RESUMEN. DESGLOSE DE INVERSIÓN	159



introducción

El turismo en el Valle es una de las mejores herramientas para dar a conocer los recursos naturales y culturales de nuestro país, para procurar su mantenimiento y conservación, y una actividad fundamental para fortalecer la identidad aranesa. Con el fomento del turismo contribuimos al desarrollo económico del Valle, y por lo tanto al bienestar de nuestros ciudadanos y los que nos visitan.

Para ello, durante el año 2012, hemos desarrollado dos herramientas básicas que definen la acción turística en nuestro destino:

El Plan Estratégico de Turismo del Valle 2012-2014. Hoja de ruta en materia de gestión, administración y promoción del destino, que consta de 2 macroprogramas, uno de estructura y otro operativo; 4 programas, de gestión, seguimiento, servicios en destino y marketing, y 14 acciones para desarrollar durante el periodo de vigencia del Plan.

Plan de Acción de turismo VAL D'ARAN 2012 /13/14		
Macroprograma de estructura	Macroprograma operativo	
1. Programa de Gestión	3. Programa de Servicios en Destino	4. Programa de Marketing
<ul style="list-style-type: none"> ● 1.1. Estructura y gestión 	<ul style="list-style-type: none"> ● 3.1. Creación de producto ● 3.2. Calidad y sostenibilidad ● 3.3. Recepción e información ● 3.4. Inteligencia turística ● 3.5. Colaboración con otros territorios y organismos 	<ul style="list-style-type: none"> ● 4.1. Incorporación estrategias ● 4.2. Imagen de marca ● 4.3. Posicionamiento ● 4.4. Promoción ● 4.5. Desestacionalización ● 4.6. Comercialización ● 4.7. Co-marketing
2. Programa de Seguimiento		
<ul style="list-style-type: none"> ● 2.1. Seguimiento y control 		

El Plan de Marketing del destino. Hoja operativa en marketing que desarrolla las acciones de promoción, comercialización y posicionamiento. Desarrollado para el segundo semestre del año 2012, y cuyos resultados servirán para desarrollar el Plan de Marketing para el año 2013, plan que se desarrollará con el sector durante el primer trimestre del año 2013.

Desde el Conselh Generau d'Aran no concebimos la política turística sin la participación y la coordinación, trabajamos con el sector y para el sector, solo la coordinación interadministrativa, público – privada, y privada-privada, puede ayudarnos a ser más eficientes y eficaces, y por lo tanto a hacer más con menos recursos.



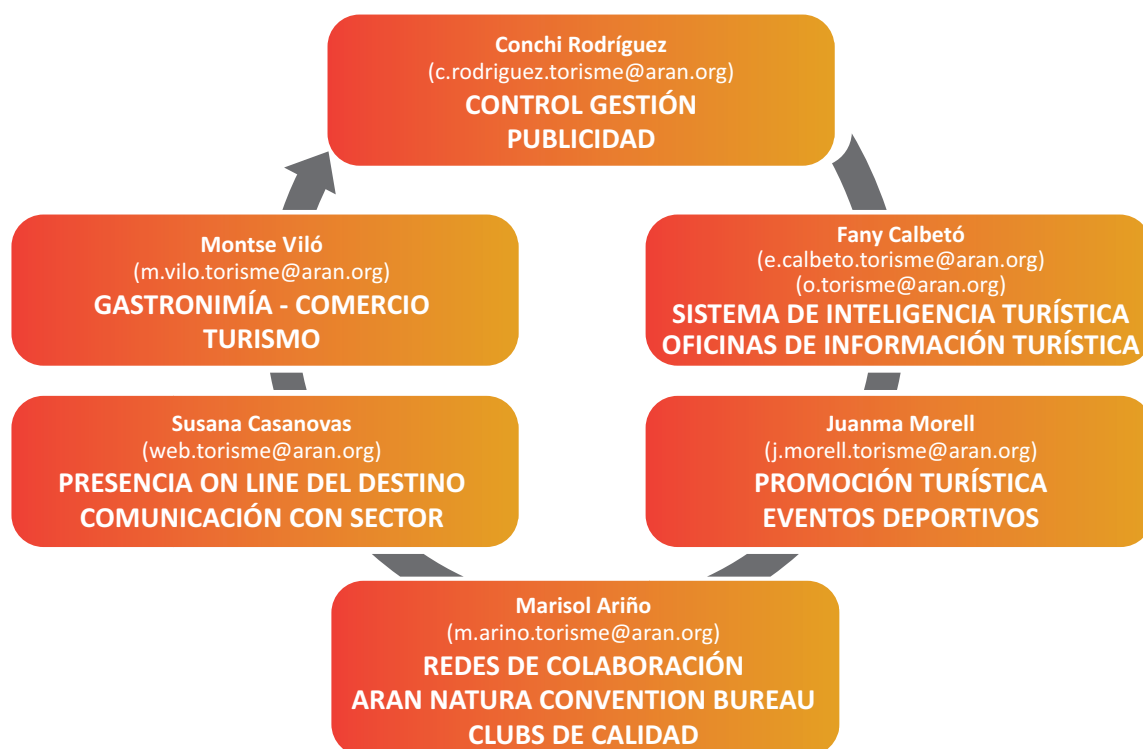
Esta orientación ha hecho que consideremos que los principales clientes de Torisme Val d'Aran (TVA) sean las instituciones y los empresarios del Valle, en definitiva los ciudadanos vinculados con la actividad turística, orientando la actividad de TVA a sus necesidades, y especializando la estructura en la promoción y el marketing turístico, ya que el objetivo final es que vengan a disfrutar del Valle mayor número de turistas, y aumentar el gasto y la estancia media de los mismos, todo ello posicionando el destino como un destino de calidad, el mejor lugar para descubrir la esencia de los Pirineos.

El Macroprograma de estructura del Plan Estratégico se ha desarrollado de forma prioritaria, ha sido necesario adaptar la estructura a la estrategia, y a las nuevas fuentes de financiación de la actividad turística en el Valle, en especial a la tasa turística.

Como resultado de un largo proceso desarrollado a lo largo del año 2012, en junio se aprobó el cambio de denominación y de modificación de estatutos del organismo autónomo "Torisme Val d'Aran", que se aprobó de forma definitiva en septiembre de 2012. El nuevo "Foment Torisme Val d'Aran", en adelante FTVA, es un organismo autónomo de carácter económico, en él están representados todos los factores vinculados con el turismo en el Valle, y cuyos objetivos son:

Promover el turismo de la Val d'Aran en todas sus manifestaciones, contribuir a la defensa de los valores socioculturales del Valle, dar soporte al desarrollo del Valle en todo aquello que pueda mejorar la oferta turística, y cualquier otra actividad que esté relacionada con el turismo.

También durante el año 2012 se ha adecuado la estructura de FTVA, un equipo profesional y con experiencia a disposición de los socios de FTVA y los interesados en formar parte de esta herramienta de marketing turístico. El siguiente esquema muestra la estructura y el equipo, como siempre está a su disposición.





El año 2012, a pesar de la caída del consumo, general en todo el estado, el Valle ha sido el destino elegido por más de 240.000 viajeros alojados en establecimientos hoteleros, un 7,5% más que en el año 2011, que han generado más de 670.000 pernoctaciones, un 10,5% más que en el año anterior, como verán en el siguiente resumen nuestro Valle sigue siendo un destino competitivo, de calidad y con una demanda diversificada.

Quiero cerrar esta introducción agradeciendo a los 222 socios de FTVA, con su implicación y aportaciones económicas en forma de cuotas hacen posible la actividad de promoción del Valle, e invitando al resto del sector a participar en “Foment Torisme Val d’Aran”, es una entidad de todos y para todos los araneses, entre todos podemos conseguir que el turismo sea uno de nuestros principales motores económicos, un sector que pone en valor lo mejor de nosotros mismos y de nuestro país, y que ayuda a conservar los recursos naturales y culturales en los que se sustenta para que los puedan disfrutar nuestras futuras generaciones.

**Los socios de FTVA en el año 2012 representan el 59% del total de alojamientos del Valle, el 19% de los restaurantes, el 6% de los bares, el 44% de las empresas de turismo activo y el 14% de los comercios.*

Anna Diaz Morelló.
Conselhèra de Torisme, Comèrç e Consum



el turismo de la Val d'Aran en cifras

Este año 2012 se ha puesto en marcha un procedimiento e implantado una metodología para analizar y monitorizar las diferentes fuentes de información sobre la actividad turística, tanto a nivel de ocupación hotelera en los distintos establecimientos, procedencia de los viajeros, pernoctaciones y estancia media; también se incorporan para el análisis los datos sobre los visitantes a las oficinas de turismo, donde se realizan encuestas que permiten conocer mejor al visitante actual y sus motivaciones para elegir el Valle.

Esta función de información y estadística se ha agrupado en FTVA bajo el área denominada “**Sistema de Inteligencia e Información Turística de la Val d'Aran**”, área responsable tanto de la estadística como de la prestación de los servicios de información a los viajeros que llegan al Valle.

oferta

La Val d'Aran cuenta con una oferta turística amplia, competitiva y diversificada. La oferta del Valle en el año 2012 se compone de 149 establecimientos de alojamiento turístico, 173 bares y restaurantes, 28 equipamientos culturales, deportivos y de ocio, 40 empresas de turismo activo y 326 comercios.

La oferta de alojamiento hotelera de la Val d'Aran representa el 24,5% de los establecimientos de Lleida y el 33,8 % del total de plazas (Fuente INE)

Respecto a años anteriores, durante el año 2012 ha decrecido la oferta de establecimientos de alojamiento y restauración, lo que implica un descenso del -0.6 % del número de plazas de alojamiento y un descenso del -0.45% en número de establecimientos de restauración.



demanda

El conocimiento de la demanda se realiza mediante tres fuentes de información, una secundaria (externa), y dos primarias (internas).

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

Sistema Propio (SPTVA). (fuente primaria). Desde hace más de diez años, el equipo de FTVA, realiza una encuesta semanal entre una muestra amplia de establecimientos de alojamiento hotelero del Valle, y por zonas del Valle. Esta encuesta permite conocer en tiempo real la ocupación hotelera en las tres zonas del Valle por categorías. **Durante el año 2012 se han realizado más de 6.000 llamadas de teléfono para la recogida de datos**

Gestor Estadístico Oficinas de Turismo (GEOT). (fuente primaria) Este año se ha puesto en marcha el gestor estadístico, común en todas las oficinas de turismo de Catalunya, este programa está instalado en las oficinas de turismo y permite conocer el perfil de los visitantes del Valle. **Este año se han realizado más 45.000 encuestas INE. Viajeros, pernoctaciones, estancia media y origen.**

Durante el año 2012 el Valle ha recibido 241.764 viajeros alojados en establecimientos hoteleros, que han generado 671.534 pernoctaciones. Las tablas siguientes muestran los resultados de los tres últimos años por zonas dentro del Valle.

Con el objetivo de comparar respecto a años anteriores, si solo se consideran las zonas de Naut Aran y Vielha-Mijaran, (para el Baish Aran el INE no dispone de datos específicos, y los datos son una estimación 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), se puede concluir que:

El año 2012 se han incrementado un 6,07% el número de viajeros y un 9,7% el número de pernoctaciones respecto al año 2011, y se ha incrementado un 15,42% el número de viajeros y un 8,95% el número de pernoctaciones respecto al año 2010.

En el año 2012 el Valle ha recibido 13.141 viajeros alojados en establecimientos hoteleros más que en el año 2011, y 30.656 más que en el año 2010, y se han tenido 56.673 pernoctaciones más que en el año 2011 y 52.220 más que en el año 2010.

NAUT ARAN			VIELHA e MIJARAN			BAISH ARAN		
	AÑO	TOTAL		AÑO	TOTAL		AÑO	TOTAL
VIAJEROS	2010	70.983	VIAJEROS	2010	127.706	VIAJEROS	2012	12.419
	2011	69.094		2011	147.110		PERNOCTACIONES	2012
	2012	82.718		2012	146.627			
PERNOCTACIONES	2010	239.877	PERNOCTACIONES	2010	343.422			
	2011	230.996		2011	347.850			
	2012	262.195		2012	373.324			

En cuanto a los principales mercados emisores por origen, el turismo nacional recibido por el Valle se ha incrementado en 461 viajeros y el extranjero se ha incrementado en 9.637 personas, lo que consolida los resultados de diversificación de la demanda e incremento de la demanda extranjera iniciado en el año 2010 con diferentes acciones de promoción en los principales mercados extranjeros.

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

SUMA ZONAS	PROCEDENCIA	2010	2011	2012	2012 VS 2011	2012 vs 2010
VIAJEROS	NACIONALES	163.798	176.146	176.607	461	12.809
	EXTRANJEROS	34.891	40.058	49.695	9.637	14.804
PERNOCTACIONES	NACIONALES	479.377	474.011	517.414	43.403	38.037
	EXTRANJEROS	90.342	102.083	118.105	16.022	27.763
ESTANCIA MEDIA	NACIONALES	2,93	2,69	2,93	0,24	0,00
	EXTRANJEROS	2,59	2,55	2,38	-0,17	-0,21

NAUT ARAN	NAUT ARAN	PROCEDENCIA	2010	2011	2012
	VIAJEROS	NACIONALES		58.150	52.481
EXTRANJEROS			12.833	16.613	22.256
PERNOCTACIONES	NACIONALES		199.406	175.493	198.952
	EXTRANJEROS		40.471	52.751	63.243

VIELHA e MIJARAN	VIELHA e MIJARAN	PROCEDENCIA	2010	2011	2012
	VIAJEROS	NACIONALES		105.648	123.665
EXTRANJEROS			22.058	23.445	27.439
PERNOCTACIONES	NACIONALES		279.971	298.518	318.462
	EXTRANJEROS		49.871	49.332	54.862

El turismo de origen extranjero ha representado en el año 2012 el 22% de la demanda del Valle, en el año 2011 representó el 19% y en el año 2010 el 18%. Este dato refuerza las acciones de promoción realizadas desde FTVA para captar turismo extranjero

SUMA ZONAS	PROCEDENCIA	2010	2011	2012
VIAJEROS	NACIONALES	82%	81%	78%
	EXTRANJEROS	18%	19%	22%
PERNOCTACIONES	NACIONALES	84%	82%	81%
	EXTRANJEROS	16%	18%	19%

Sistema Propio (SPTVA). Ocupación por semanas

La Val d'Aran cierra el año 2012 con un ligero descenso en la ocupación respecto a los años anteriores, según los datos extraídos de las llamadas realizadas semanalmente desde Torisme Val d'Aran a los alojamientos, un -0.76 % en la media anual respecto al 2011 y -2.25% al 2010. Si este dato se desglosa entre las tres zonas de la Val d'Aran la zona de Miei Aran durante el año 2012 ha obtenido un crecimiento respecto a los años anteriores, siendo de +2.16% respecto al año 2011 y + 0.38 al año 2010.

En las siguientes tablas se muestran los resultados de ocupación por meses, los datos son proporcionados directamente por los establecimientos.

NAUT ARAN

	2010	2011	2012
ENE	61,80%	53,92%	55,95%
FEB	59,93%	63,45%	65,38%
MAR	53,94%	52,45%	49,82%
ABR	14,36%	18,81%	19,25%
MAY	8,17%	7,18%	4,96%
JUN	13,40%	14,62%	9,73%
JUL	31,66%	29,67%	28,22%
AGOS	54,39%	55,67%	53,16%
SET	20,08%	26,98%	28,21%
OCT	24,53%	19,82%	8,40%
NOV	16,35%	7,36%	5,81%
DIC	51,56%	32,65%	39,13%
MEDIA	34,18%	31,88%	30,67%

MIEI ARAN

	2010	2011	2012
ENE	52,12%	55,83%	61,69%
FEB	50,33%	48,37%	59,78%
MAR	46,62%	43,77%	51,06%
ABR	26,49%	20,71%	27,94%
MAY	18,66%	15,63%	18,76%
JUN	27,29%	26,15%	24,54%
JUL	41,67%	36,89%	39,75%
AGOS	63,56%	71,57%	60,17%
SET	35,83%	34,36%	41,44%
OCT	30,78%	30,40%	27,74%
NOV	24,73%	21,79%	27,74%
DIC	40,15%	31,39%	33,34%
MEDIA	38,19%	36,41%	38,57%

BAISH ARAN

	2010	2011	2012
ENE	32,55%	30,91%	16,49%
FEB	15,86%	25,63%	11,90%
MAR	10,80%	30,29%	12,39%
ABR	27,67%	19,20%	12,88%
MAY	25,62%	28,91%	13,40%
JUN	35,39%	30,44%	26,78%
JUL	33,27%	36,40%	26,26%
AGOS	62,89%	64,15%	42,89%
SET	34,65%	36,80%	29,70%
OCT	24,78%	31,54%	22,97%
NOV	28,05%	31,53%	9,33%
DIC	22,47%	16,81%	20,85%
MEDIA	29,50%	31,88%	18,75%



el servicio de información y acogida del visitante de la Val d'Aran

Servicio de información y acogida del visitante de 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 los municipios y de la Val d'Aran. Información turística relativa al transporte, alojamientos, empresas y actividades turísticas, comercio, servicios, monumentos, recursos naturales, rutas turísticas, espectáculos y eventos culturales y de cualquier actividad relativa al turismo y al ocio.
- Distribución de material turístico: mapas, trípticos, folletos, *flyers*,...
- Atención de consultas telefónicas de turistas potenciales interesados en visitar el Valle, y envío de información por correo postal y electrónico.
- Venta de entradas de diversos actos y actividades que se realizan en la Val d'Aran
- Ayuda en la preparación del material de feria y merchandising de actividades de promoción
- Confección agenda semanal de actividades en la Val d'Aran.
- Colaboración en la confección y rectificación de los folletos y mapas.
- Revisión y preparación en la gestión de la Q de Calidad.
- Recogida de datos de los visitantes en el programa de gestión de la Generalitat.



La oficina de información turística ha renovado la certificación con la Q de calidad turística, emitida por el Instituto de Calidad Turística Española (ICTE); para ello se ha pasado una estricta auditoría que analiza diferentes aspectos como la calidad en la prestación de servicio, la seguridad y la profesionalidad del servicio.

Las oficinas abiertas todo el año son:

Oficina de Turismo de Vielha (o.torisme@aran.org) con horario de 9:00 a 20:00 h. 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 de invierno de 09:00 a 12:00 h y de 16:00 a 19:00 h de lunes a sábado, los domingos cerrada; temporada de verano de 09:30 a 12:30 h y de 16:00 a 19:30 h de lunes a domingo; temporada baja de 09:00 a 15:00 h de lunes a sábado, domingos cerrada al igual que los días 1 y 6 de enero, 3 de mayo, 17 de junio, 7 de octubre, 24 y 25 de diciembre.

Las oficinas abiertas en verano son:

La Oficina de Turismo de Arties (o.a.torisme@aran.org) con horario de 10:00 a 14:00 h y 17:00 a 20:00 h de martes a domingo.

Oficina de Turismo de Bossòst (torisme@bossost.es) con horario de lunes a sábado de 10:00 a 13:30 h y 16:00 a 19:00 h. Esta oficina no está gestionada por FTVA, solo se entrega material informativo y de promoción turística.

Oficina de Turismo de Les, con horario de 11:00 a 14:00 h y de 15:00 a 19:00 de lunes a sábado. Esta oficina no está gestionada por FTVA, solo se entrega material informativo y de promoción turística.

Cuantificación del servicio y caracterización de los visitantes

Las oficinas de turismo de Vielha y Salardú han atendido durante el año 2012 a más de 52.000 turistas, el 86% de ellos en la oficina de turismo de Vielha. Durante el año 2012 se han atendido 5.325 llamadas telefónicas solicitando información del Valle, se han enviado 345 cartas y 778 correos electrónicos con información turística del Valle.

Principales características del visitante de las oficinas de turismo:

- El 98,26% de los turistas visita el Valle por motivos de vacaciones.
- El 56,82% de los turistas tiene edades comprendidas entre los 36 y los 65 años.
- El 58,20% pernocta en oferta de alojamiento hotelero
- La mayor parte de la información solicitada es sobre la oferta turística, un 54,37% de los visitantes.
- El material que más se ha entregado en las oficinas es el mapa turístico y el mapa de senderismo

- El 84% de los visitantes de las oficinas de turismo son de origen nacional y el 16% de origen extranjero

Los turistas que más acuden a las oficinas de turismo son de Cataluña, representan el 51% (el 78% procedente de Barcelona, el 9% de Tarragona, y el 6% de Lleida y Girona), seguidos por los de la Comunidad de Madrid y la Comunidad Valenciana, que representan el 11% en los dos casos

En el caso de los extranjeros, los que más acuden a las oficinas de turismo son franceses, representan el 57% de los visitantes, seguidos por los procedentes de Israel, que representan el 9%, y por los británicos que representan el 7%

A continuación se detallan los resultados:

OIT VIELHA

	turistas 2010	turistas 2011	turistas 2012
ENE	4,50%	3,50%	4,50%
FEB	4,60%	3,00%	4,40%
MAR	5,70%	4,30%	5,10%
ABR	6,70%	7,50%	9,40%
MAY	4,30%	3,60%	4,60%
JUN	7,40%	8,00%	5,90%
JUL	14,70%	15,10%	15,70%
AGOS	26,20%	28,60%	29,00%
SET	9,70%	9,90%	8,50%
OCT	8,20%	8,20%	4,80%
NOV	2,70%	2,70%	3,50%
DIC	5,30%	5,60%	5,20%
TOTAL	50.820	58.758	45.108

OIT SALARDÚ

	turistas 2010	turistas 2011	turistas 2012
ENE	2,00%	1,40%	2,80%
FEB	2,70%	1,30%	2,40%
MAR	3,90%	1,30%	2,7%
ABR	2,20%	3,90%	4,30%
MAY	0,50%	0,60%	0,10%
JUN	0,10%	7,40%	5,10%
JUL	24,11%	26,90%	22,90%
AGOS	53,30%	41,70%	47,30%
SET	6,20%	7,90%	6,70%
OCT	0,80%	3,10%	1,40%
NOV	0,10%	0,00%	0,2%
DIC	4,30%	4,40%	3,70%
TOTAL	6.358	8.755	7.332

El uso de Internet como fuente de información turística por parte del visitante incide en el descenso de visitas a las oficinas de información turística.

Perfil de los visitantes de las oficinas de información turística.

Motivo de la visita

MOTIVACIÓN	PERSONAS	PORCENTAJES
Vacaciones	44.321	98,26 %
Negocios	427	0,95 %
Ocio	243	0,54 %
Datos no informados	117	0,25 %
Total	45.108	100%

Edad

INTERVALOS	PERSONAS	PORCENTAJES
16 a 25 años	473	1,07 %
26 a 35 años	9.607	21,12 %
< 35 años	5.477	12,19 %
36 a 65 años	25.589	56,82 %
> 65 años	3.962	8,8 %
Total	45.108	100%

Tipos de pernoctaciones

	PERSONAS	PORCENTAJES
Hoteles	26.243	58.20%
Campings	1.961	4.37%
Turismo rural	4.217	9.37%
Apartamentos turísticos	4.710	10.51%
2ª Residencia	2.982	6.61%
Familiares	1.845	4.09%
Albergues	1.371	3.04%
Otros	1.779	3.81%
Total	45.108	100%

Información solicitada

	PERSONAS	PORCENTAJES
Información de la oferta turística	24.525	54.37 %
Transportes	1.538	3,41 %
Seguridad ciudadana	54	0,12 %
Alojamientos	2.419	5,36 %
Restauración	4.163	9,23%
Ocio	3.658	8,11 %
Acontecimientos	6.731	14,92 %
Comercio	1.822	4,04 %
Otros	198	0,44 %
Total	45.108	100%

Material entregado en la Oficina de Turismo.

FOLLETOS	TOTAL
Mapa de senderismo	16.994
Libro Senderismo	381
BTT- Cicloturismo	1.703
Mapa Turístico	37.282
Pesca	3.529
Turisme de Aventura	192
Mòstra gastronòmica	1.740
Aiguamòg-Valarties	3.529
Raquetas	2.790
Restaurantes	6.021
Alojamientos	2.672
Taxis	260
Patrimonio	5.162
Artiga de Lin	720
Buses	4.752
Total	84.200

Mejoras para el año 2013

Se está trabajando en la edición de nuevos mapas y folletos, en concreto un nuevo mapa de Vielha, un nuevo díptico con la oferta de comercios del Valle, y en la reedición y actualización de folletos y mapas ya existentes.

En el ámbito de estadística desde el 7 de diciembre el Sistema Propio (SPTVA) elabora informe de ocupación hotelera los domingos.

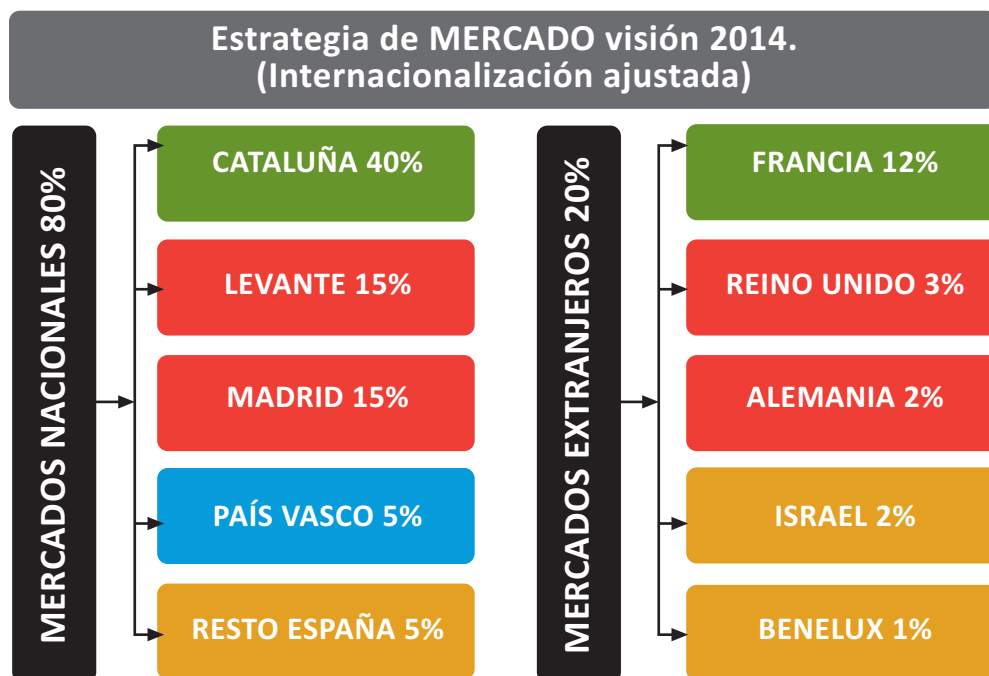
4

la acción de marketing turístico de la Val d'Aran

Tal como se ha mencionado en la introducción FTVA está formada por un equipo profesional cuyo principal objetivo es captar mercado turístico para las empresas de la Val d'Aran. En las siguientes páginas se muestran las principales acciones desarrolladas en los diferentes apartados de marketing: comunicación, promoción y comercialización.

La acción de marketing se asienta sobre la base de la cartera de productos del Valle y los mercados y segmentos de mercado objetivo definidos en el Plan 2014





Comunicación

Comunicación convencional (off-line)

La inversión publicitaria en medios convencionales durante el año 2012 se ha reducido a favor de la inversión en la presencia *on-line* del destino. Los criterios de búsqueda y selección de medios han sido los señalados en el plan de marketing, la capacidad presupuestaria ha delimitado la inversión en medios a mercados de proximidad, la presencia se ha distribuido por cartera de productos, en especial senderismo, bicicleta de montaña, patrimonio, y gastronomía. Los medios utilizados han sido radio, un 70% de la inversión, y prensa, el 30% restante.

Campaña de promoción en Barcelona "Aerobús"

Producto: Nieve.

Mercado: Cataluña

Desde el 17 de diciembre y hasta finales de enero la Val d'Aran hace promoción en Barcelona a través de tres autobuses de la ciudad que hacen el recorrido desde la Plaça Espanya a la Terminal del aeropuerto. La campaña se inicia justo antes de las vacaciones de Navidad y pretende reforzar la imagen turística del territorio en unas fechas claves para el mercado catalán.



Prensa escrita genérica y especializada

Durante el año 2012 la Val d'Aran ha estado presente en:

- Medios : 9
- Inserciones publicitarias: 12
- Reportajes: 86 páginas en total
- Ejemplares: 564.000.
- Lectores 1.297.200.

Revista Baqueira Beret:

Producto: Activo, Cultura, Gastronomía.

Mercado: Nacional

Verano: página publicidad + reportaje 4 páginas sobre turismo activo, cultura y gastronomía.

Invierno: página publicidad + reportaje 4 páginas Aniversario Querimònia.



Pànxing Pirineus:

Producto: BTT, nieve

Mercado: Catalán, Andorrano

Verano: página publicidad + reportaje 4 páginas sobre BTT.

Invierno: página publicidad + reportaje 2 páginas sobre esquí de montaña y Heli esquí.



Descobrir Catalunya:

Producto: Genérico,
Gastronómico
Mercado: Catalán

- 4 páginas publicidad los meses de agosto, septiembre, noviembre y diciembre.
- Agosto: especial Val d'Aran 50 páginas.
- Septiembre: Página informativa "Mòstra Gastronòmica deth Lit"



Grandes Espacios:

Producto: Senderismo
Mercado: Nacional

- Septiembre: página publicidad.
- Julio: reportaje 10 páginas "El Gran Bucle"
- Especial otoño reportaje 2 páginas "El hayedo de Carlac"



Viu Era Val:

Producto: Cultura y senderismo
Mercado: Local y de proximidad

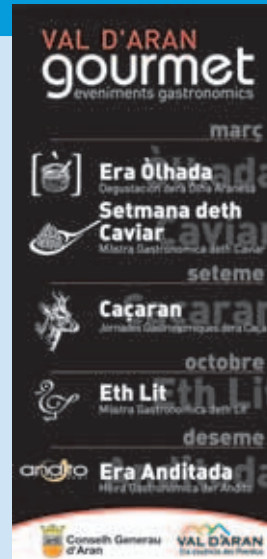
- Página publicidad + reportaje 2 páginas



Restaurants e Bars dera Val d'Aran:

Producto: Genérico
Mercado: Local y de proximidad

- Pàgina publicidat



Aran Nau :

Producto: Genérico
Mercado: Local y de proximidad

- Diferentes eventos en 8 ejemplares



Mas Viajes:

Producto: Nieve
Mercado: Nacional

- Noviembre: Portada + reportaje 5 páginas Invierno en la Val d'Aran



Aladierno "Iberia Regional – Air Nostrum":

Producto: Nieve
Mercado: Europeo

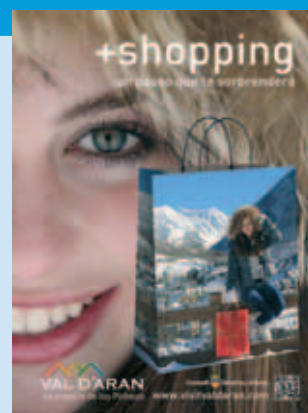
- Página publicidad mes de diciembre. Distribución de la revista en todos los vuelos de la compañía.



Guía GUM :

Producto: Genérico
Mercado: Local y de proximidad

- Página publicidad.



El plan de medios en radio durante el año 2012 han sido:

- **Catalunya Informació:**
Producto: Nieve
Mercado: Catalán
 - 10 cuñas diarias con un total de 160 cuñas. Temporada invierno.
- **COPE Catalunya "La neu":**
Producto: Nieve
Mercado: Catalán
 - 40 cuñas. Durante dos meses en temporada invierno.
- **Punto Radio Catalunya "Ski Neu":**
Producto: Nieve
Mercado: Catalán
 - 30 cuñas. Temporada invierno.
- **Gum FM:**
Producto: Genérico
Mercado: Local y de proximidad
 - Cuñas diversas acciones. Durante todo el año.

Comunicación on-line

La apuesta por la mejorar la presencia on line del destino Val d'Arán ha generado un plan de medios que se ha desarrollado en el año 2012 bien de forma directa o bien con terceros líderes en presencia online.

La estrategia de presencia *on line* del destino se basa en los siguientes pilares:

- Quienes somos y qué vendemos:
 - Web oficial de turismo Val d'Arán. www.visitvaldaran.com
 - Web de productos www.bikingvaldaran.com; www.senderismovaldaran.com; www.bienestarvaldaran.com
- Que hacemos y qué ocurre en la Val d'Arán:
 - Blog de turismo Val d'Arán. www.visitvaldaran.com/blog.
 - *Newsletter* interna dirigida a los asociados con un resumen de las principales acciones desarrolladas por FTVA, eventos y noticias. Tiene periodicidad mensual/bimensual pueden darse de alta los usuarios interesados que se registren online a través de la home de la web www.visitvaldaran.com/blog/category/newsletter/
- Cómo nos comunicamos con los clientes y proyectamos la imagen del destino
 - Todas plataformas vinculadas a las principales redes sociales
 - Youtube: canal propio de videos del Valle
 - Flickr: presencia de imágenes de la Val d'Arán.
 - Twitter: información de interés y relevante, información de eventos y acontecimientos de interés.
 - Facebook: publicación de posts semanales con información sobre eventos y noticias así como publicación de imágenes, enlaces y videos.
 - BBDD propia



Datos de la presencia online del destino

El departamento de FTVA responsable de la presencia online del destino se encarga de gestionar la presencia en web, las herramientas de comunicación con el sector y dinamizar los canales propios en redes sociales; el responsable de este departamento se ocupa principalmente de la dinamización y creación de contenidos para difundir en medios convencionales y redes sociales.

El departamento también actúa como gabinete de prensa ya que la actualización de contenidos requiere de un mantenimiento diario, la sección La Clave de tu Tiempo Libre y la Agenda de actividades requiere de una revisión exhaustiva. Muestra de la importancia de esta función son la redacción de 140 notas de prensa referentes a la gestión de actividades y acontecimientos de Torisme Val d'Aran, el seguimiento y difusión en medios digitales, y la redacción, maquetación y coordinación de la Newsletter Val d'Aran.

A continuación se presentan algunos datos que relejan la actividad

www.visitvalderan.com

- La web dispone actualmente de Items de cerca de dos mil entradas. En el último año se han creado 202 entradas y se ha realizado la revisión de 155. La web dispone de cerca de 300 categorías y se trabaja diariamente en la adaptación de los contenidos para la traducción en diversos idiomas: catalán, castellano, aranés, francés e inglés.
- La web de Torime Val d'Aran ha incrementado en más de 185.000 usuarios con cerca de un millón de páginas vistas. Los datos acumulados durante el periodo 2010-2012 son:



Solo en el año 2012:



- Se ha crecido en número de usuarios y se ha notado un ligero incremento del porcentaje de rebote, por lo que se está trabajando en incorporar una home más dinámica. Los minutos de permanencia aumentan a 3 minutos. Se ha aumentado en nuevas visitas y se está trabajando para fidelizar a los antiguos visitantes.
- Respecto a los visitantes decir que se aumenta el tránsito procedente de España en un 82,61%, se mantiene el público de Francia en un 9,61%, seguido de Alemania con 1,60%, Reino Unido, con 0,91% y Bélgica en un 0,36%.

- Otros trabajos relacionados con la web en el año 2012 incluyen la optimización del software, la creación de diversas plantillas en dreamweaver y posterior adaptación al software, la creación de nuevas listas de distribución, creación de una nueva plantilla de newsletter a través del programa Indesign y adaptación al programa para su envío, la creación de nuevo material audiovisual, la actualización de la galería multimedia, la adaptación de las imágenes para web
- La evolución de los datos estadísticos de la web se analiza a través de Google Analytics, donde se procede a la recopilación, medición, evaluación y explicación racional de los datos obtenidos de Internet, con el propósito de entender y optimizar el uso de la página web de la Val d'Aran.

www.visitvaldaran.com/blog

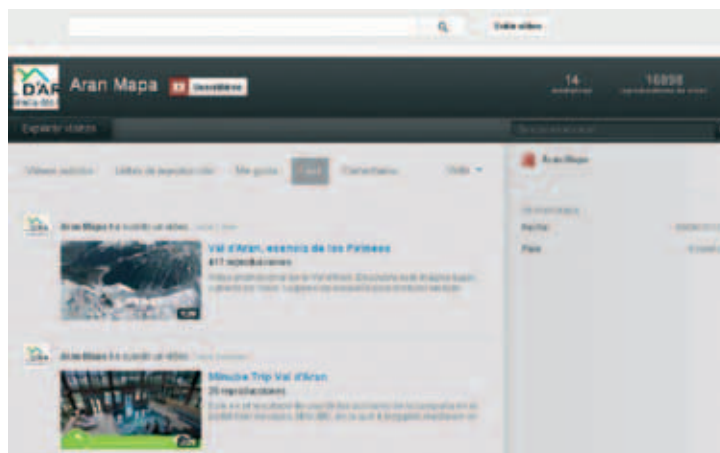
- En la actualidad el blog del Valle tiene 200 entradas y 104 comentarios. La media durante el año 2012 ha sido de 2 post por semana.

www.visitvaldaran.com/blog/category/newsleter/

- Primera newsletter en mayo de 2012. Se trata de un boletín mensual informativo digitalizado donde se recogen las acciones más relevantes de la entidad. Su objetivo es mantener informado a los socios y colaboradores sobre la gestión de Torisme Val d'Aran.
- Se dispone de dos herramientas para difundir las notas de prensa que se generan en el gabinete de comunicación de Torisme Val d'Aran:
 - Flash news: se concibe como una herramienta dinámica cuyo objetivo es comunicar de forma ágil las noticias más actuales
 - Newsletter: su periodicidad (mensual-bimensual) la convierte en un instrumento informativo más amplio, en el que se resumen las actuaciones más destacadas de los últimos meses.
- Para incrementar el porcentaje de lectura de la newsletter (con un índice del 12% al 15%), se decidió utilizar el formato Flash News. El resultado fue positivo ya que en función de la temática del asunto los índices de lectura son en algunos casos superiores al 20%.

<http://www.youtube.com/user/ValdeAran?feature=watch>

- El canal de la Val d'Aran en Youtube contiene 6 videos que se han reproducido 16.822 veces. En el año 2011 se contaba con un video y 557 reproducciones.



<http://www.flickr.com/photos/torismearan/>

- El canal cuenta con 200 fotografías. En la actualidad no tiene mucha actividad ya que se están solventando problemas con las claves de acceso.

https://twitter.com/Val_dAran

- Se ha crecido un 141% respecto a 2011 aún así existe mucho potencial de crecimiento. Se está trabajando en un plan de acción concreto para aumentar seguidores mediante la generación de información relevante



<https://www.facebook.com/valldaran>

- En el año 2012 ha habido un incremento de seguidores del 199% respecto 2010 y del 18% respecto 2011, mas de 6.000 seguidores en la página oficial Val d'Aran.
- Durante el año 2012 se ha pasado de las 400.000 interacciones de los usuarios a más de un millón y medio de personas de alcance
- Perfil de los seguidores:
 - Principalmente de Catalunya, se han incrementado de 1.168 en 2011 a 3.800 en 2012. Se han perdido seguidores de Madrid de 2.027 en 2011 a 783 en el año 2012.

- En cuanto al idioma se mantiene el castellano como lengua en primera posición. Este año hemos comunicado en catalán, en la actualidad se incorporan los dos idiomas para que no sea una barrera de entrada para no catalanoparlantes.
- Se ha definido un plan de acción para aumentar público de los principales mercados objetivo, especialmente de la Comunidad de Madrid, y dinamizar la participación de los fans mediante cuestionarios sobre el Valle, concursos y promociones.

Campañas de promoción

Durante el año 2012 se han desarrollado diferentes campañas de promoción turística online. Las campañas se han realizado con objetivos de incentivar demanda en épocas de baja ocupación, y aumentar la tasa de conocimiento del Valle en algunos mercados señalados como estratégicos en el plan, especialmente en las ciudades de Barcelona, Madrid, Valencia y en el País Vasco, además de acciones generales en mercado nacional.

Campaña de promoción conjunta con Atrápalo

FTVA seleccionó a Atrápalo para realizar una prueba piloto de campaña conjunta para un periodo de baja ocupación en el Valle, del 15 de octubre al 20 de diciembre. El objetivo no fue solo hacer una campaña publicitaria vinculada al posicionamiento del Valle, sino vincular a los empresarios del Valle para generar nuevo producto para otoño denominado "Fotohunting Val d'Aran", y venderlo a través de una agencia del Valle socia de FTVA utilizando la plataforma de Atrápalo.

LA ESENCIA DE LOS PIRINEOS

NAUTVIAGES

DESCUBRE LA ESENCIA DEL PIRINEO

Este otoño escápate al Pirineo y ven a conocer uno de los rincones más espectaculares, el Valle de Aran. Os ofrecemos distintas opciones de alojamiento con una excursión guiada por la montaña para conocer uno de los paisajes naturales mejor conservados de Europa. Descubrirás los colores que os ofrece el otoño desde el verde, pasando por el amarillo y acabando con tonos rojizos y marrones. Además aprenderás a diferenciar los distintos tipos de bosques que podemos encontrar y las especies que los habitan.

El precio incluye:

- Derecho a participar en el concurso de fotografía "Esencia de los Pirineos" (Ver bases del concurso)
- 1 noche de alojamiento en régimen AD según la opción elegida
- 1 excursión guiada en el Valle de Aran para realizar tomas fotográficas (excursión de medio día por la mañana)
- Seguro radial Arag.

No incluye:

Los precios no incluyen la tasa turística que se ha establecido en Catalunya y que el cliente deberá abonar directamente al establecimiento hotelero.

**Precios en base a ocupación doble. Las excursiones están sujetas a las condiciones meteorológicas.*

973 64 00 87
reservas@nautviajes.com

VAL D'ARAN

Atrápalo es una agencia de viajes y de promoción *on line* de actividades de ocio. La agencia cuenta con más de 1,1 M de usuarios registrados, más de 1M de usuarios que reciben newsletter, más de 28 M de impresiones mensuales, y más de 4M de usuarios únicos; estos datos avalan a la agencia como líder en la categoría de ofertas para el tiempo libre. Al tratarse de una agencia online permite realizar una campaña muy segmentada.

A continuación se muestra un resumen de las acciones desarrolladas y los resultados.

- Creación de diversos banners estáticos y dinámicos de promoción publicados en la sección de búsquedas y en la home del portal. Resultado: IMP contratadas: son las impresiones que se acordaron en la propuesta de la campaña. IMP servidas: impresiones totales servidas. El CTR es el porcentaje de clicks/impresiones.



VAL D'ARAN

SOPORTE	CATEGORÍA	FECHA	IMPS CONTRATADAS	IMPS SERVIDAS	CLIKS	CTR	MEDIA CTR
ROBA 300X250	HOME, ACTIVIDADES, ESPACADAS, HOTELES	23.10 AL 23.12	190.500	190.698	411	0,22%	0,15%-0,20%
SKY 120X600	ESPACADAS, HOTELES	23.10 AL 23.12	260.000	260.660	337	0,13%	0,10%-0,15%
MEGA 728X90	ROTACIÓN	23.10 AL 23.12	500.000	501.327	195	0,04%	0,02%-0,06%

- Envío especial de newsletter al 50% de la BBDD, mercados Cataluña, Madrid y País Vasco. Resultado: Más de 835.000 envíos servidos, 160.000 abiertos, y 24.442 clicks, usuarios vieron la promoción

REPORT NEWSLETTER

SOPORTE	CATEGORÍA	FECHA	EVENTOS SERVIDOS	EVENTOS ABIERTOS	TOTAL CLIKS	CTR
NEWSLETTER	EXCLUSIVO	23.10.12	835.897	167.825	24.442	14,56%



- Creación de una microsite especial sobre el destino de Val d'Aran con información del destino y productos de ocio del Valle. Resultado: Más de 20.000 visitas y una duración media de más de 3 minutos



- Concurso en Fotohunting Val d'Aran en redes sociales, vía facebook concretamente a 245.000 usuarios. Resultado: El concurso obtuvo 34 participaciones, se consiguieron 72 interacciones (likes + shares + comments) y 111.703 impresiones totales. El link al concurso obtuvo 1.583 clicks.

Plan de promoción de la Val d'Aran en la red social de viajes Minube

Campaña en la red social de viajes Minube dirigida al mercado nacional e internacional con el objetivo de llegar a más de un millón de usuarios para promocionar la Val d'Aran entre el colectivo viajero con acciones destacadas en los mercados francés y alemán.

Minube es una red social de viajes española con presencia internacional en Francia, Alemania, Italia y Portugal. Dicho portal es líder en España en el sector de web social de viajes con una media de 25 millones de visitas al año y más de 100 millones de páginas vista. Se encuentra entre los diez mejores sitios de viajes en España y recibe mensualmente un millón de usuarios que obtienen información sobre distintos destinos turísticos.

Se han desarrollado las siguientes acciones:

- Blogtrip en el cual varios bloggers especializados en turismo visitaron durante una semana la Val d'Aran para disfrutar de experiencias en deportes de aventura y poder realizar artículos a sus seguidores de Blogger.

Resultados: Video promocional ha registrado un total de 581 reproducciones.



- Elaboración de una guía de viajes adaptadas para móviles (iphone, android, WPt/Nokia) y Tableta (ipad) destinada al mercado francés y alemán con visibilidad en los portales Minube.de y en el portal francés Monnuage.fr.



Resultado: se ha puesto en itunes en el mes de enero, en los primeros tres días y sin comunicar tuvo 70 descargas en iOS: 19 en España, 10 en Francia y el resto en otros países. Se puede descargar en <https://itunes.apple.com/us/app/valle-de-aran-guia-de-viaje/id593866142?l=es&ls=1&mt=8>, se ha comunicado en enero a través del Blog de minube

<http://blog.minube.com/la-guia-del-valle-de-aran-disponible-para-iphone-y-android/>

Facebook:

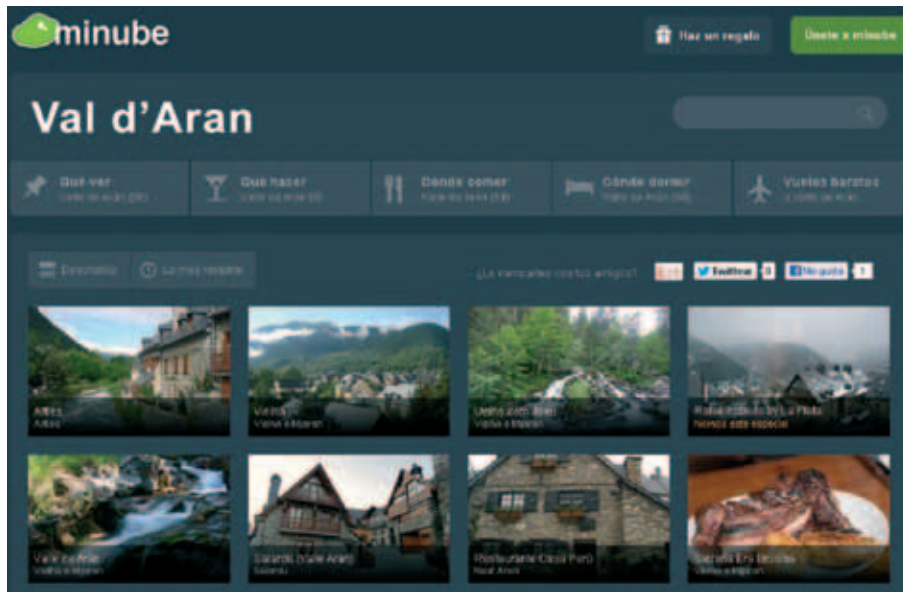
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10151260646018226&set=a.100910883225.94780.23082963225&type=1&theater>

Twitter:

<https://twitter.com/minube/status/295865850441904128>

En la actualidad se está trabajando para que la aplicación refleje la oferta de los socios de FTVA.

- Banner destacado. Val d'Aran como destino destacado de la semana con información turística, de contacto y un enlace al sitio web oficial www.visitvaldaran.com.
- Presencia en el portal y posibilidad de elaborar en dos minutos una guía de viajes en el valle a medida de las preferencias del consumidor, la guía se descarga en PDF.



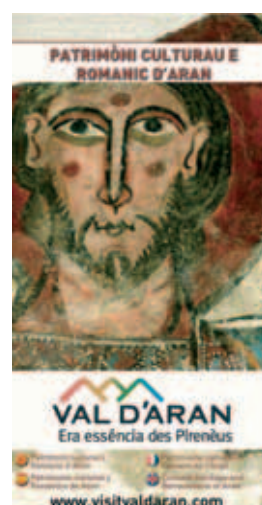
- Envío a través del boletín de noticias del portal.
- Creación de la microsite “Photohunting esencia de los Pirineos”, para reforzar la campaña e incentivar la creación de una comunidad entre los participantes.

Ediciones y reediciones

El objetivo de la edición de material impreso es satisfacer las demandas de información del Valle, dispensadas en las oficinas de turismo, y disponer de una herramienta de promoción impresa para utilizar en diferentes acciones de promoción (asistencia a ferias, viajes de prensa y familiarización con el destino y jornadas de trabajo).

Desde FTVA se gestiona el material promocional impreso de forma anual, existe una línea de material promocional impreso genérica del Valle y otra especializada en productos (senderismo, bienestar en la montaña, BTT), la mayor parte de los materiales se edita en catalán, castellano, francés e inglés; aunque existen catálogos en alemán y en ruso. En la siguiente tabla se muestra la reedición de material promocional impreso realizada durante el año 2012, que ha ascendido a más de 190.000 ejemplares.

Reedición de folletos	Fecha 2012	Cantidad
Mapa Pesca	Marzo	5000 un.
Horarios Bus	Febrero	2000 un.
Tríptico restaurantes	Abril	5000 un.
Mapa Senderos	Abril	30000 un.
Mapa Turístico (castellano)	Abril	35000 un.
Folleto patrimonio	Abril	12000 un.
Mapa turístico (catalán)	Junio	15000 un.
Mapa BTT	Junio	15000 un.
Tríptico restaurantes	Septiembre	7500 un.
Mapa Turístico (catalán)	Octubre	10000 un.
Mapa Turístico (francés)	Octubre	6000 un.
Mapa Raquetas	Noviembre	5000 un.
Folleto Patrimonio	Noviembre	15000 un.
Mapa senderos	Diciembre	25000 un.





Durante el año 2012 se ha editado cuatro nuevos materiales. Un díptico para la promoción de la oferta de alojamiento de turismo rural; un catálogo del producto nieve destinado a mercado ruso, que se utilizó en la feria turística LEISURE a la que asistió el Valle en el mes de septiembre 2012; una memoria USB con la información del Valle como destino para el turismo de reuniones, congresos e incentivos; y un manual de ventas del *Aran Natura Convención Bureau* (club de producto de turismo de reuniones). La siguiente tabla muestra las fechas de edición y el número de ejemplares.

Díptico Turismo Rural	Febrero	3000 un.
Catálogo de nieve (ruso)	Agosto	1000 un.
USB Aran Natura Convention Bureau	Noviembre	250 un.
Manual de Ventas Aran Natura Convention Bureau	Diciembre	10 un.



Promoción y ayuda a la comercialización turística

Durante el año 2012 se ha mantenido la estrategia de promoción del destino; por un lado se han realizado las acciones de promoción en los principales mercados nacionales, y por otro se ha mantenido la estrategia de desestacionalización, mediante la promoción del destino y de forma especial los productos de BTT y senderismo en mercado internacional (Francia y Alemania, y en menor medida Reino Unido y Benelux).

FTVA desarrolla sus acciones de promoción bien de forma directa o a través de las “redes de colaboración” de FTVA, en concreto la Agencia Catalana de Turismo (ACT), herramienta de promoción turística de la Generalitat de Catalunya, y el Patronato de Turismo de la Diputación de Lleida (PTDL), como herramienta de promoción turística de la provincia de Lleida.

A lo largo del año se ha informado puntualmente de toda la actividad de promoción desarrollada a través de las *newsletter* dirigidas al sector. A continuación se muestra un extracto de la actividad a modo de resumen.

Promoción a través de “redes de colaboración”

Agencia Catalana de Turismo ACT.

- FTVA desarrolla varias acciones de promoción (asistencia a ferias, viajes de familiarización para agentes de viaje en destino, viajes de prensa y bloggers, y asistencia a jornadas de trabajo) en colaboración con la Agencia Catalana de Turismo. FTVA es socio de tres Clubs de Producto: “Activo-Naturaleza”, “Cultura” y “Gastronomía”, son programas de la Agencia Catalana de Turismo que agrupan a diversas empresas y entidades del sector turístico catalán en los ámbitos del turismo cultural, turismo activo y de naturaleza y turismo gastronómico. FTVA realiza una aportación económica como miembro del club, lo que le permite participar en acciones de promoción anuales específicas para estos productos, y por lo tanto las empresas socias de FTVA está representadas en las acciones desarrolladas.



ACTIU-NATURA



CULTURA



GASTRONOMIA

- Durante el 2012 se ha mantenido la participación en los tres clubs, destacando la colaboración activa en la elaboración de los catálogos con propuestas concretas de comercialización, y presencia en mercados internacionales, en concreto en los siguientes: catálogo Village Burdeos (objetivo: promocionar la oferta turística, gastronómica y artesanal del Valle de Arán en Francia); catálogo IMTM (Feria para el Mercado Internacional del Turismo Mediterráneo mayor feria anual profesional centrada en la industria del turismo en Israel), catálogo Fiets & Wandelbeurs (feria de senderismo y cicloturismo que se celebra en Amsterdam), y catalogo comercial Cataluña es nieve.



- En el año 2012 *Aran Natura Convención Bureau*, que aglutina la oferta de 37 empresas del Valle como destino para el turismo MICE (*Meetings, Incentives, Congress and Eevents*), ha formado parte del **Catalunya Convention Bureau**, agrupación para la promoción turística del turismo MICE en Cataluña. Se ha participado en una jornada de trabajo “work-shop” con los miembros del Catalunya Convention Bureau , y el Valle ha estado presente en la feria EIBTM (*European Incentive Business & Travel Meetings*) que se celebra en Barcelona.



- En el año 2012 la Val d'Aran se ha adherido y está trabajando en la “**Barcelona-Catalunya Film Commission**” cuyo objetivo es la promoción del Valle como lugar para albergar producciones audiovisuales, anuncios, películas, etc. Forman parte de esta plataforma los Ayuntamientos de Vielha, Bossòst, Es Bòrdes, y Naut Aran. En total se han catalogado más de 20 espacios singulares. BCFC actualmente dispone de una red de 165 miembros entre las cuatro provincias catalanas y participa activamente en mercados y encuentros del audiovisual en un ámbito nacional e internacional.



- FTVA es uno de los socios del **programa “Pirineus”**, programa de la ACT para poner en valor toda la diversidad de la oferta turística de los Pirineos catalanes; durante el año 2012 se han desarrollado diferentes acciones de promoción en mercados extranjeros, se ha elaborado un manual de ventas y se ha reeditado, incorporando mejoras, el mapa general del programa; también se ha participado en acciones de comercialización en los mercados internacionales mediante el workshop anual Pirineus. El programa Pirineus se basa en un convenio de colaboración entre la Agencia Catalana de Turismo, el Departamento de Territorio y Sostenibilidad de la Generalitat de Catalunya, y los Patronatos de Turismo de la Diputación de Lleida, Costa Brava Girona, Diputación de Barcelona y el Conselh Generau d’Aran.



• FTVA también forma parte del programa **Destinació de Turisme Esportiu** (DTE). La Val d'Aran fue uno de los primeros destinos catalanes que recibió el sello de DTE, en el año 2003. Su privilegiada situación, en el centro de los Pirineos, la convierte en una zona idónea para practicar actividades deportivas de alta montaña, en las cuales está certificada. Durante el año 2012 FTVA ha desarrollado las acciones para la adaptación al nuevo modelo de DTE, tanto a través de los clubs de producto, como de presentaciones directas, y asistencia a ferias especializadas y jornadas profesionales. La Agencia Catalana de Turismo certifica con el sello de Destinació de Turisme Esportiu las zonas de Catalunya que disponen de infraestructuras y servicios de alta calidad para la práctica del deporte. Se trata de un sello especializado dirigido a un segmento de la demanda muy concreto pero de alta calidad: deportistas de alta competición, turistas que centran las vacaciones en el deporte, turistas que practican la actividad deportiva durante el tiempo de ocio, o bien el público visitante aficionado a los grandes eventos deportivos.



Patronato de Turismo de Lleida.

• FTVA colabora con el PTLT en diferentes ámbitos y líneas de promoción. Durante el año 2012 se ha mantenido una estrecha colaboración, destacando las siguientes acciones:

- Elaboración del calendario anual de asistencia y presencia en ferias
- Revisión del material promocional, en concreto de la guía de nieve, guía de turismo activo, y guía de actividades trimestrales
- Soporte en banco de imágenes y contenido para el desarrollo de diferentes acciones de promoción como el Foro Catalunya – Rusia, MITS – Moscú.
- Participación en el proyecto Ara Lleida 365, desarrollo de una aplicación (App) con contenidos de eventos, fiestas, conciertos, etc. de la Val d'Arán.



IDAPA – TRAPA (Instituto de desarrollo del Alt pirineu y Aran, Turismo Rural Alt Pirineu-Aran”.

- El IDAPA es un organismo autónomo de la Generalitat de Catalunya, cuya misión es impulsar el desarrollo social y económico de los territorios que integran el Pirineo Catalán Durante el año 2012 se ha trabajado en la elaboración de un Geomapa, una aplicación que permite localizar empresas, rutas, servicios y puntos de interés facilitados por FTVA, y donde están representados todos los socios de FTVA; se ha asistido a las jornadas de senderismo, y se ha facilitado toda la información necesaria para la edición de las diferentes herramientas de comunicación de TRAPA.



Asistencia a Ferias, jornadas profesionales, viajes de receptivo.

FTVA elabora un calendario anual para la presencia de la Val d'Arán en las principales ferias turísticas en los principales mercados objetivo para el Valle. El área encargada de promoción estructura su participación en función de los siguientes criterios:

- Carácter profesional o las orientadas al público final.
- Según la modalidad, la asistencia puede ser:
 - En un módulo de la Agencia Catalana de Turismo, del Patronato de Turisme ARA LLEIDA o bajo la marca PIRINEUS.
 - Stand Propio.

La asistencia a ferias de turismo, salones profesionales y jornadas se ha consolidado como herramienta indispensable del marketing turístico ya que, además de dar a conocer el destino y la imagen de marca turística de la Val d'Arán, permite establecer contacto con un gran número de prescriptores y clientes finales actuales y potenciales en un periodo de tiempo y espacio determinado, todos estos contactos se gestionan en la base de datos propia de FTVA para su activación en función de las acciones del plan de marketing. Durante el año 2012 FTVA ha **asistido a las siguientes ferias y work-shops:**

• FERIAS NACIONALES

- FITUR, Madrid (18-22/01)
 - Participación con ACT-Mostrador Pirineus.
 - Carácter Genérico.
 - Dirigidas al profesional y público final.
- NAVARTUR, Pamplona (17-19/02)
 - Participación con ARA LLEIDA.
 - Carácter Genérico.
 - Dirigida al público final.
- ALIMENTARIA, Barcelona (26-29/03)
 - Stand propio.
 - Carácter de producto Alimentario, gastronómico
 - Dirigida al profesional y público final.
- SITC, Barcelona (19-22/04)
 - Participación con ACT.
 - Carácter Genérico.
 - Dirigida al profesional y público final.
- EXPOVACACIONES, Bilbao (10-13/05)
 - Participación con Pirineus.
 - Carácter Genérico.
 - Dirigida al profesional y público final.
- JAZZALDIA (19-23/07)
 - Participación conjunta con ARA LLEIDA y demás Patronatos de Catalunya sin asistencia directa por parte de TVA.
 - Carácter Genérico.
 - Dirigida al profesional y público final.
- FESTIBIKE, Madrid (14-16/09)
 - Participación con Stand propio y compartido con la empresa Pedals de Foc.
 - Carácter específico: BTT y Cicloturismo.
 - Dirigida al profesional y público final.



- FIRA DE CALELLA, Calella de Mar (20-24/09)
 - Participación con Pirineus - IDAPA.
 - Carácter Genérico.
 - Dirigida al público final.

- EIBTM, Barcelona (27-29/11)
 - Participación con CCB (Catalunya Convention Bureau)
 - Carácter de Turismo de Convenciones, Negocios...
 - Dirigida al Profesional.

- FIRA DE SANTA LLÚCIA DE SITGES (13-16/12)
 - Participación con Artesanos de la Val d'Aran.
 - Carácter Genérico.
 - Dirigida al público final.

● FERIAS INTERNACIONALES

- SALON MAHANA DE TOULOUSE (3-5/02)
 - Participación con Pirineus.
 - Carácter Genérico.
 - Dirigida al profesional y al público final.

- FIETS & WANDELBEURS DE AMSTERDAM (11-12/02)
 - Participación con Pirineus.
 - Carácter específico Senderismo, Cicloturismo y BTT.
 - Dirigida al profesional y al público final.

- IMTM DE TEL AVIV (14-15/02)
 - Participación con Pirineus.
 - Carácter Genérico.
 - Dirigida al profesional y al público final.

- MITT DE MOSCÚ (21-24/03)
 - Participación con la ACT y con el Patronat de Turisme ARA LLEIDA.
 - Carácter Genérico.
 - Dirigida al profesional y al público final.



- TOUR NATUR DE DÜSSELDORF (31/08 – 02/09)
 - Participación con Pirineus.
 - Carácter específico: Senderismo.
 - Dirigida al profesional y al público final.
- SALÓN CONFOREXPO DE BURDEOS (8-11/11)
 - Participación con Baqueira.
 - Carácter Genérico.
 - Dirigida al profesional y al público final.
- WORLD TRAVEL MARKET DE LONDRES (5-8/11)
 - Participación con la ACT.
 - Carácter Genérico.
 - Dirigida al profesional y al público final.



● WORK SHOPS

- INTERMEMBRES CCB CATALUNYA CONVENTION BUREAU (15-03)
 - Miembros del Catalunya Convention Bureau.
 - Barcelona.
- INTERCLUBS (20-04)
 - Miembros Clubs de Producte.
 - Barcelona.
- WORK SHOP Y PRESENTACIÓN EN MADRID-BLANQUERNA (15-09)
 - Agentes de viaje (TTOO y AAVV) de Madrid.
 - Madrid.
- BUY CATALUNYA (07-06)
 - TTOO, AAVV, y Agentes Turísticos.
 - Reino Unido, Francia, Canadá, Bélgica, EEUU, Italia, Hungría, Brunei, Países Bajos...
 - Barcelona.
- PIRINEUS (25-10)
 - TTOO, AAVV, y Agentes Turísticos.
 - Reino Unido, España, Israel...
 - Berguedà.



- FÊTE DE LA MONTAGNE (25-10) CPT de París en representación de PIRINEUS.
 - TTOO, AAVV, Asociaciones, Webs, Comités de Empresa...
 - Francia.
 - París.

Acción de receptivo

Dentro de este apartado se contemplan las acciones de asistencia a personas y grupos prescriptores “receptivos”, “*decisión markers*”. FTVA considera receptivos todos aquellos prescriptores de la oferta turística de la Val d’Arán, se prestan diversos y variados servicios a las personas y los grupos que visitan la oferta turística del Valle con la colaboración indispensable de los socios de FTVA: visitas de inspección y alojamiento en hoteles, dossiers de prensa, servicio de guías documentación y tramitación de reservas y entrevistas con los responsables de diferentes ofertas turísticas y culturales del Valle, servicios de transporte, invitaciones a comidas y cenas, acompañamiento a diferentes ofertas lúdicas y culturales, entrega de material promocional y merchandising, etc. Dentro de la acción “receptiva” de FTVA durante el año 2012 se pueden diferenciar tres acciones diferenciadas:

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

- CATALUNYA BLANCA (20-22/02)
 - Diversos medios: Televisión y prensa escrita
 - Rusia.
 - Esquí.
- MARTIN HESSE (26-28/02)
 - Free Lance: Prensa escrita.
 - Alemania.
 - Esquí, Deportes y Viajes.
- TVE – CANAL 24h. (21-23/03)
 - Televisión.
 - España.
 - Nieve.
- REVISTA RESPYR (26-30/03)
 - Prensa escrita.
 - Francia.
 - Esquí.
- TURISMO ACTIVO Y NATURALEZA (15-16/06)
 - Prensa escrita.
 - Francia.
 - Turismo Activo.

- TURISMO DE SALUD. (23-24/06)
 - Televisión.
 - Rusia.
 - Turismo de Salud y Bienestar.

- EVASIÓN TV (5-7/09)
 - Televisión y prensa escrita.
 - España.
 - BTT y Turismo Activo.

- PROGRAMA SPOT PUBLICITARI HIVERN (22-23/11).
 - Televisión.
 - España.
 - Nieve y esquí.

- VISITA DIRECCIÓN DE LA CADENA SER (23-29/12).
 - Radio.
 - España.
 - Nieve y esquí.

- BLOG TRIPS
 - MINUBE (24-26/07)
 - Internet.
 - España.
 - Oferta genérica (Senderismo, BTT, Naturaleza, Turismo Activo...)

- **Fam - Tryp:** 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,...

- Dirección General ACT (9-11/01).
 - Dirección.
 - Catalunya.
 - Oferta de Nieve (Esquí, Après-ski, Cultura...)

- Intercambio Estudiantes Val d'Ifassa (16-19/01).
 - Estudiantes.
 - Italia.
 - Esquí y Oferta complementaria (Cultura, Pueblos, Après-ski...)

- NEILSON THOMAS COOK (27-29/02)
 - TTOO y Agente de Viajes.
 - Reino Unido.
 - Oferta de Nieve.

- PYRENEES HELISKI (27-29/03)
 - TTOO y Agencias de Viajes.
 - Reino Unido, Alemania, Francia...
 - Oferta de Nieve.

- BUY CATALUNYA (5-6/06)
 - TTOO y Agencias de Viajes.
 - India, Bélgica, EEUU, Finlandia, Países Bajos, Reino Unido, Rep. Checa.
 - Turismo Activo, Naturaleza, Gastronomía...

- EMMEET (29-31/10)
 - Alpinistas, Escaladores...
 - España.
 - Montaña.

- PYRENEES-HELISKI (10-12/12)
 - TTOO, Agencias de Viajes y Profesionales.
 - Suiza, Francia, Austria, USA, Suecia, España, Rusia.
 - Heliski.F

● **Otros:** Personas o grupos que representan a colectivos de interés para aumentar el turismo en la Val d'Arán, equipos deportivos, asociaciones, colegios profesionales, entidades, embajadas,... FTVA colabora de distinta forma para la promoción turística del destino. Durante el año 2012 se ha colaborado con asociaciones y entidades de carácter deportivo, periodístico, cultural, social, nacional e internacional. A destacar la colaboración en los eventos de carácter deportivo, en total FTVA ha colaborado en más de 35 eventos y pruebas.

Acciones de promoción dirigidas a público final

Además de las anteriores acciones de promoción FTVA participa en diferentes acciones dirigidas a público final, durante el año 2012 se han desarrollado las siguientes acciones:

- CAMPAÑA DE PROMOCIÓN EN L'ILLA DIAGONAL (12-25/11) con la ACT i PIRINEUS.
 - Se promociona el Otoño y el Invierno del valle.
 - Barcelona



- VILLAGE DE BORDEAUX (11-13/05) con la ACT.
 - Oferta genérica del destino turístico.
 - Burdeos.

- CAMPAÑA DE MARKETING EN EL CENTRO DE PROMOCIÓN DE CATALUNYA EN MADRID “BLANQUERNA”
 - La campaña consta de dos fases, la primera dedicada a la promoción más genérica de la Val d’Arán en periodo estival y la segunda, en noviembre destinada a la promoción del producto nieve.



Promoción y dinamización del comercio

La Agencia de Comercio de Arán tiene por objetivo promover, asesorar y dinamizar el comercio del Valle para coordinar y promover acciones encaminadas a mejorar la competitividad del sector; un sector compuesto por 380 comercios y tres asociaciones de comerciantes: Vielha, Bossots, y Baqueira.

Durante el año 2012 se han realizado diferentes acciones, a modo de resumen se resaltan las siguientes:

- **Asociación de Comerciantes de Vielha**
 - Programa de tiendas amigas. 12 comercios participaron en esta iniciativa.
 - Programa de formación. Se ha impartido un curso de 10 horas de inglés básico en el que participaron 7 personas. Se realizó un taller para mejorar la eficacia y eficiencia de diferentes acciones relacionadas con las emociones como componente en la toma de decisiones en comercio, participaron 14 personas. Se realizó un curso de informática básica en el que participaron 9 personas.
 - Noche del comercio del Valle de Arán. 130 asistentes.
 - Certamen de escaparates. Participaron 24 comercios en la época de Navidad.

• **Asociación de Comerciantes y Empresarios de Bossòst**

- Era Anditada. Se sirvieron un total de 900 degustaciones
- Semana der Andito, participaron 11 restaurantes en estas jornadas gastronómicas
- Jeudi Promo, participaron en esta promoción 37 comercios de Bossòst.



• **Asociación de Empresarios de Baqueira Beret**

- Mapa QRI. Acceso a información detallada de la oferta comercial y servicios de Baqueira Beret, Val de Ruda y Tanau, a través de códigos Bidi.

• **Asesoramiento**

- Durante el año 2012 se ha seguido informando de las ayudas y subvenciones de interés para el comercio. Colaboración con la Generalitat de Catalunya, Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda de Catalunya. Se han atendido un total de 12 solicitudes de diferentes establecimientos comerciales y de restauración de la Val d'Arán, se han concedido las 12 subvenciones por parte del consorcio.

• **Otras acciones**

- Aran Roller. Colaboración en la carrera de patines con los productos de la Marca de Garantía
- Jornada de Comercio y consumo organizada por la PIMEC de Lleida. 10 asistentes.
- Hèira Hèt a Man Hèt Aciu. "4 participantes expusieron sus productos en esta feria
- Aran Market, Botigues en Carrèr. 24 comercios participaron en la edición de 2012
- Eth Comèrç d'Aran te regale Cultura. 86 comercios participaron en esta campaña de promoción y dinamización del comercio a través de la promoción de los equipamientos culturales del Valle.



Relaciones con el sector, calidad y formación

El equipo de FTVA está a disposición del sector turístico y comercial del valle, este año ha sido un objetivo fomentar la participación de los socios en la toma de decisiones.

Durante el año 2012 se han realizado varias reuniones con los socios de FTVA, las primeras para dar a conocer las dos herramientas básicas de gestión y promoción del turismo del Valle (Plan Estratégico y Plan de Marketing), y el resto, hasta 6 convocatorias, a los miembros de la junta de FTVA, además de las visitas técnicas que realiza el equipo de FTVA

Durante las reuniones se han tratado diferentes temas que se han pretendido reflejar en la presente memoria, algunos de estructura y gestión (nuevos estatutos de FTVA), otros de acciones de promoción, y otras para conocer de primera mano la percepción de la evolución del turismo en el valle así como las principales inquietudes de los empresarios.

También se han mantenido reuniones sectoriales, entre las cuales destacan las siguientes:

- Alojamiento. Tasa turística
- Visitas técnicas a las empresas para elaborar el manual de ventas del Aran Natura Convención Bureau
- Reunión con el grupo de trabajo de los Clubs de Producto. A este respecto comentar que se siguen realizando acciones de promoción especializadas en estos productos y dirigidas a segmentos de mercado concretos, manteniéndose las herramientas de promoción desarrolladas (material online y offline) y que se tiene previsto continuar con la incorporación de socios a los diferentes clubes atendiendo a los requisitos de calidad y especialización establecidos. En la jornada de trabajo para elaborar el plan de marketing de FTVA para el año 2013 se tratará de forma diferenciada la acción de marketing de esta cartera de productos.
- Reuniones para dar a conocer el programa de Barcelona-Catalunya Film Comisión
- Reuniones con las empresas de senderismo para la puesta en marcha del proyecto de señalización de toda la red de senderos de la Val d'Aran.
- Reunión para la definición del proyecto "tarjeta turística del Valle de Aran" con empresas del sector turístico y comercio del Valle, este proyecto se pondrá en marcha en el año 2013.

Eventos en destino

El equipo de FTVA ha promovido / participado en los siguientes eventos durante el año 2012:

- Festival de Música Antigua de los Pirineos. FEMAP.
 - Festival de Música Antigua que se celebra en diferentes pueblos del pirineo de Lleida y Andorra. Participan 14 municipios y se han realizado 28 conciertos. En el Valle se realizó en agosto.
- Bike Park – Varicauba.
 - El CGA ha desarrollado esta instalación con el objetivo de ampliar la oferta para los amantes de la bicicleta de montaña.

- EMMEET – European Mountain Meeting.
 - Se ha realizado la primera edición de este evento de alta montaña dirigido a alpinistas, esquiadores y deportistas de montaña de toda España para intercambiar experiencias. Se celebraron un total de 10 conferencias a las que asistieron más de 1.400 personas, y otras actividades como la proyección de películas, en las que participaron durante 4 días más de 2.400 personas
- Corsa e Caminada des 15 Pòbles.
- Festival des Arts Digitals

Formación

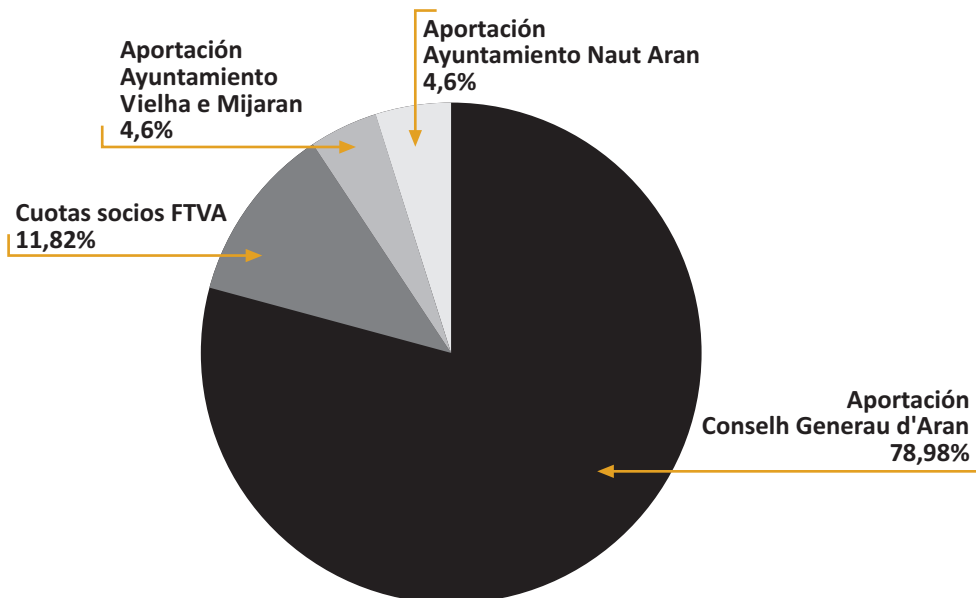
En el año 2012 se tenía previsto realizar un curso de formación destinado a empresarios y trabajadores del sector turístico y comercial del Valle en marketing digital, el curso se desarrollará en el año 2013.



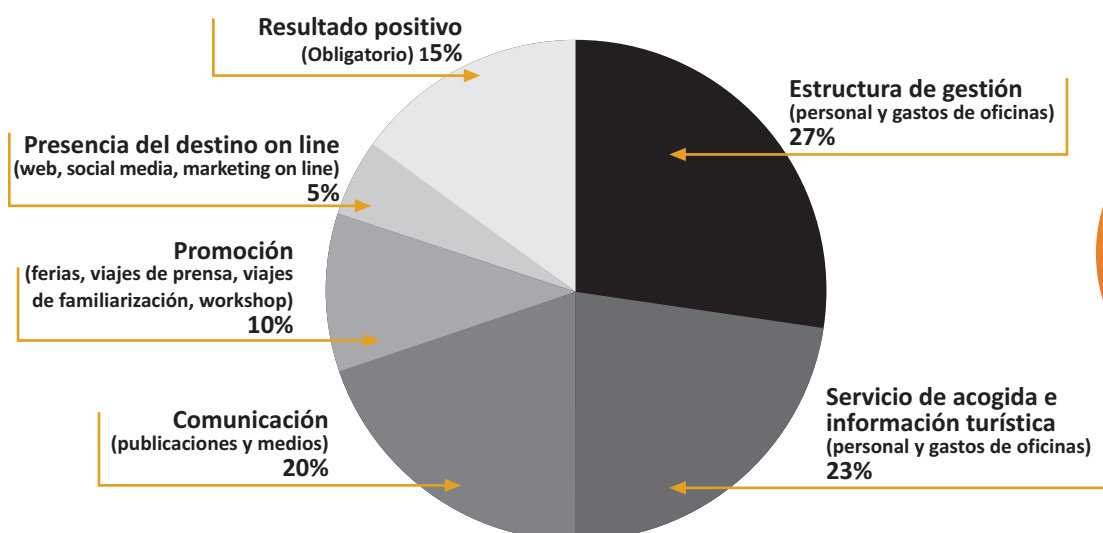
Resumen. Desglose de inversión

El presupuesto destinado a turismo y gestionado por FTVA durante el año 2012 ha sido de 520.686,96 €, en la siguiente gráfica se indica el origen y la aplicación del presupuesto realizada

Origen. Fuentes de financiación año 2012



Aplicación. Distribución presupuestaria año 2012



Redaccion e contengut:

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

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

Fany Calbetó
(o.torisme@aran.org)

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

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

Susana Casanovas
(web.torisme@aran.org)

Montse Viló
(m.vilo.torisme@aran.org)

Developing Natural Activities.
Francisco J Castillo Acero
Marketa Stverakova

Maquetacion e dessenh:
Publigraf. Alèxia Grustan



VAL D'ARAN
Era essència des Pirenèus

+ info

Ctra. Gausac, 1 · 25530 - VIELHA
Tel. 973 64 06 88 / 649 94 95 16

www.visitvaldaran.com

Conselh  Generau d'Aran