

# M

**memòria**  
TORISME VAL D'ARAN  
2 0 1 4



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



# contengut

	<b>INTRODUCCION</b>	<b>3</b>
	<b>ETH TORISME DERA VAL D'ARAN EN CHIFRES</b>	<b>7</b>
	<b>Ofèrta toristica e de comèrç</b>	<b>7</b>
	<b>Demana toristica</b>	<b>8</b>
	INE. Viatgèrs, pernoctacions, estada mieja e origen	<b>8</b>
	Sistèma Pròpri (SPTVA). Ocupacion per setmanes	<b>10</b>
	<b>ETH SERVICI D'INFORMACION E ACUELHUDA DETH VISITANT DERA VAL D'ARAN</b>	<b>12</b>
	<b>Servici d'informacion e acuelhuda deth visitant dera Val d'Aran</b>	<b>12</b>
	<b>Quantificacion deth servici e caracterizacion des visitants</b>	<b>13</b>
	Perfil des visitants des oficines d'informacion toristica	<b>14</b>
	<b>ERA ACCION DE MARQUETING TORISTIC DERA VAL D'ARAN</b>	<b>17</b>
	<b>Accions destacades der an 2014</b>	<b>17</b>
	<b>Comunicacion</b>	<b>20</b>
	Premsa escrita generica e especializada	<b>20</b>
	Donades dera preséncia online dera destinacion	<b>21</b>
	Accions de comunicacion conjuntes damb tercèrs	<b>22</b>
	Edicions e reedicions	<b>23</b>
	<b>Promocion e supòrt ara comercializacion toristica</b>	<b>24</b>
	Promocion a través de "hilats de collaboracion"	<b>24</b>
	Accions de promocion dirigides ath public profesionau	<b>25</b>
	Accions de promocion dirigidas ath public finau	<b>28</b>
	Assisténcia a jornades techniques	<b>29</b>
	<b>Promocion e dinamizacion deth comèrç</b>	<b>29</b>
	<b>RESUM DERA ACCION DE MARQUETING TURISTIC DE FTVA 2014</b>	<b>31</b>



# introduccion

## Qué ei FTVA?

Un organisme tecnic de promocion toristica entara Val d'Aran, creat er an 1998 e format peth Conselh Generau d'Aran e eth sector empresariou aranés. Ua airina de promocion dera Val d'Aran coma destinacion toristica, de forma conjunta damb totes es empreses, entitats e organismes vinculadi ath torisme de forma dirècta o indirècta e per tant ei present en totes aqueres accions orientades a promòir e atrèir visitants tara Val.

## Qué hè FTVA?

- Elabòre un plan de marketing toristic annau de forma consensuada damb es empreses membres que i vòlen participar. Implementar es accions de marketing (promocion, comercializacion e mieis) definida.
- Aufrir assessorament professionau as membres, en matèria de promocion, basada en coneishment e analisi de cada un des mercats.
- Definir es estratègies promocionaus e d'ajuda ara comercializacion, ajustades as exigències dera demana e des caracteristiques de cada mercat.
- Garantir eth compliment deth Plan Estrategic de Torisme dera Val d'Aran.

## Qui ne forme part?

### Conselh Rector:

- CGA Mgfc. Sr. Carlos Barrera Sánchez
- CGA. Mgfc. Sra. Anna Díaz Morelló
- Aj. VIELHA-MIJARAN. Iltre. Sr. Àlex Moga Vidal
- Aj. NAUT ARAN. Iltre. Sr. César Ruiz-Canela Nieto
- Aj. BOSSÒST. Iltre. Sr. Francisco Rodríguez Miranda
- CGA. Mgfc. Sr. Jose Enrique Arró Cuni
- CGA. Mgfc. Sr. Eduardo Valdecantos Dedieu

### Conselh Tecnic:

- Hotel Urogallo. Sr. Jusèp Calbetò Giménez
- Baqueira Beret. Sr. Xavi Ubeira
- Cambra Comèrç. Sr. Javier Bordes Claveria
- Cava Beso. Sr. Antonio Beso
- Camins. Sr. José Luis Garcia
- CGA. Magnifica Sra. Anna Díaz Morelló
- Gremi d'Ostalèria. Sr. Juan Antonio Serrano
- Foment Torisme Val d'Aran. Sra. Marisol Ariño Collo
- Naut Viajes. Sr. Manuel Mosteiro
- Taxis. Sr. José Maria Vergés.



## Que aufrís FTVA as empreses membres?

- Participacion enes procèssi de decision des objectius, estratègies e accions de FTVA. Plan de marketing toristic d'Aran definit damb es empresaris.
- Participacion activa enes accions deth plan annau.
- Preséncia enes campanhes de promocion conjuntes damb es operadors.
- Preséncia dera aufèrta empresariau ena guida de servicis recomanada per FTVA.
- Distribucion deth materiau promocionau enes principaus mercats emissors.
- Preséncia des empreses membres enes accions des diferents Clubs de producte, sagèths e avals des quaus FTVA forme part.
- Preséncia des empreses membre enes accions de prensa e comunicacion generaues e específiques deth producte.
- Informes periodics des accions realizades.
- Assisténcia tecnica en matèria de promocion as empreses membres.
- Distribucion deth materiau promocionau as empreses membres.
- Usatge des recorsi e infraestructures de d'autres institucions mejançant convèni de collaboracion (*Turespaña, Agencia Catalana de Turisme, i Terres de Lleida*)
- Accés a estudis de mercat actualizadi sus es tendéncies de mercat, autant dera aufèrta coma dera demana.
- Base de donades entà enviament de mailing.
- *Foment Torisme Val d'Aran e era Agéncia deth Comèrç d'Aran* organizen accions entara dinamizacion e assessorament deth comèrç d'Aran. Era agéncia ei un organ actiu, capable de coordinar e promòir accions de milhora entara competitivitat deth comèrç.

## Quines son es foncions de FTVA?

1. Promocion toristica
2. Supòrt ara comercializacion
3. Creacion de nau productes
4. Seguiment des mercats
5. Informacion toristica

## Reptes generaues de Foment Torisme Val d'Aran

- Desestacionalizar era sason. Alongar eth nombre d'arribades dera sason toristica actuau, promoiguent productes alternatius en periòdes de mens afluéncia toristica.
- Incrementar eth nombre de pernотacions e era despena mieja per torista. Er objetiu ei auançar e mantier un torisme de qualitat, cercant toristes de major poder adquisitiu que poguen apreciar eth valor hijut des productes aufertadi.
- Optimizar recorsi, introdusir indicadors de retorn dera inversion. Gestionar de manèra eficaça atau coma eficienta es recorsi publics e privadi que formen part deth pressupòst annau.

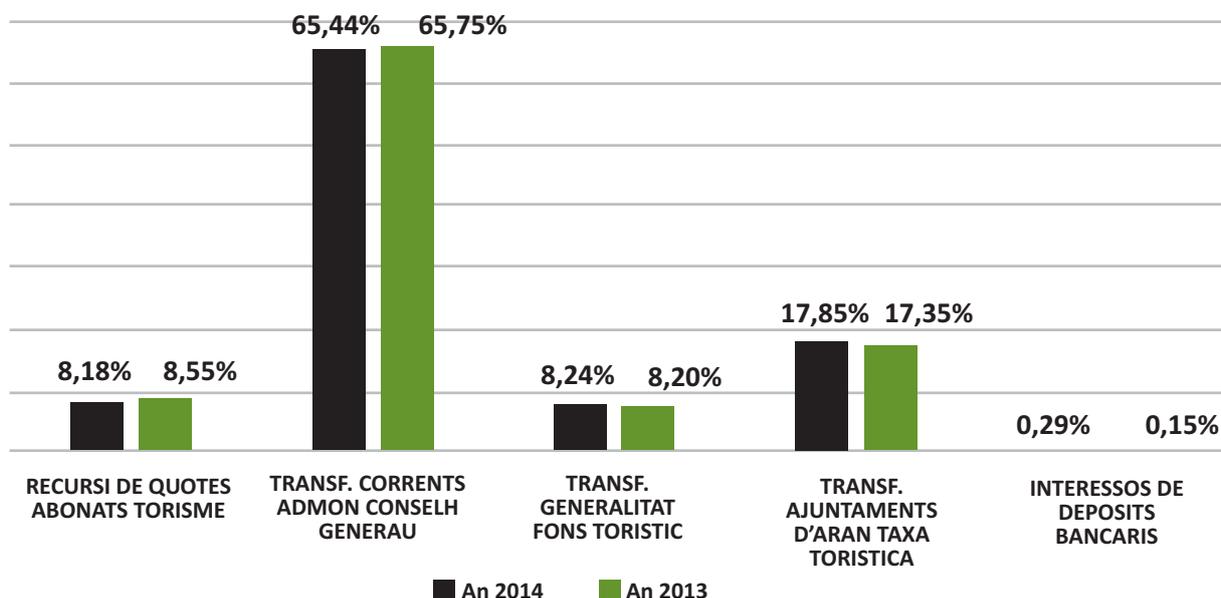
## Pressupòst gestionat per FTVA pendent er exercici 2014

Pendent er an 2014, FTVA a gestionat un pressupòst de 664.723,80€ destinadi a informacion, promocion e supòrt ara comercializacion toristica.

Er impòrt gestionat a estat un 7% mès naut qu'eth der an passat, tanben cau somar-li mès de 20.000€ que s'invertiren en ua campanha conjunta financada pera Agència Catalana de Turisme.

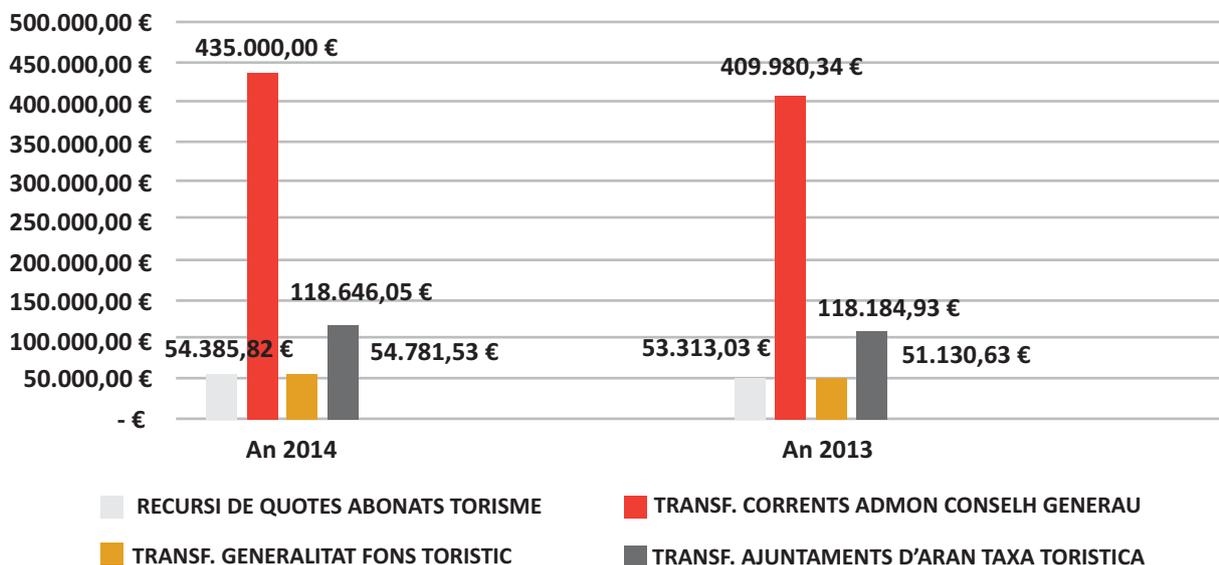
Ara seguida se desglosen es hònts de financiacion de FTVA; cau remarcar ua major aportacion economica de toti es integrants de FTVA, somat a un major ingrès per concèpte de taxa toristica artenhuda per un increment en nombre de toristes que pernoctèren ena val.

### Distribucion deth pressupòst per procedéncia d'ingrèssi (%), 2013-2014



### Distribucion deth pressupòst per procedéncia des ingrèssi (€), 2013-2014

#### Pressupost 2014 vs 2013





## Quines son es quòtes annaus entà formar part coma sòci de FTVA?

- Granes empreses 1.835,40€ y 917,70 €
- Aufèrta de lotjament (> de 15 abitacions) 441,00 €
- Aufèrta de lotjament, resaurants, empreses d'activitats, comèrç, 220,50 €
- Agències de viatges e immobiliàries: 441,00 €

\*Non existís quòta iniciau entà èster sòci.

## Distribucion des sòcis per airaus d'activitat

○ En an 2014 s'an produït 4 baixes e 17 nautes en nombre de sòcis. Ena actualitat i a **204 empreses** que representen es següenti percentatges dera ofèrta globau dera destinacion:

- Lotjaments **48,99%**
- Restaurants **13,91%**
- Bars **5,88%**
- Torisme actiu **54,76%**
- Comèrç e servicis **13,41%**



# eth torisme dera Val d'Aran en chiffres

En an 2014 se contunhe damb eth perfeccionament der airau nomenat “**Sistèma d’Intelligència e Informacion Toristica dera Val d’Aran**”, airau responsable deth procès d’analisi e monitorizacion des hònts d’informacion disponibles sus era activitat toristica, autant donades relatives ara ofèrta toristica, coma donades que permeten apregondir en coneishement dera demana, atau coma arténher donades d’informacion primària mejançant eth sistèma de remassada d’informacion sus eth visitant actuau que se realize des des oficines de torisme dera Val.

Des deth punt de vista dera planificacion, disposar de sèries de donades istoriques, remassades damb es madeishi paramètres metodologics, permet de realizar projeccions e previsions mès encertades e fiables cara ath futur.

Damb es donades recopilades en an 2014 se dispòse d’ua **sèrie de 3 ans consecutius**, enes què s’a hèt a servir era madeisha metodologia entà conèisher es magnituds dera ofèrta coma profundir en eth conèishement deth nombre, procedéncia e d’autres donades relatives ath perfil dera demana toristica dera val.

## Ofèrta toristica e de comèrç

Era ofèrta toristica dera Val d’Aran, fòrça consolidada, a registrat un fòrt increment en nombre de lotjaments toristics, degut ara naua legislacion que a hèt visible e a legalizat es lotjaments en apartaments toristics, en tot passar de 151 a 604 establiments compdabilizats. Tanben se registrèren petits creishements dera ofèrta complementària, formada per 194 bars e restaurants, 33 equipaments culturaus, esportius e de léser, 44 empresas de torisme actiu e 334 comèrci.

En nombre de lhets se compdabilizaràn aproximadament 12.000 places de lotjament toristic reglat, eth 41% de totes es places de lotjament dera provincia de Lleida, as que se somen pròplèu 18.000 lhets en segones residéncias. En totau era capacitat totau de lotjaments dera destinacion ei aproximadament de 30.000 lhèts.

*Era ofèrta reglada de lotjaments dera val s’a vist incrementada en un nombre fòrça important pr’amor ara naua legislacion qu’a hèt aflorar e legalizar es lotjaments en apartaments toristics, en tot passar de 151 a 604 establiments registrats. Ena rèsta dera ofèrta complementària, exceptat d’equipaments esportius e ludics, s’an registrat petiti auments. En totau era ofèrta complementària a creishut un 2,4% en nombre d’establiments.*





	Establiments 2013	Establiments 2014	Increment 2013/2014
Lotjament toristic	151	604*	300,00%
Bars e restaurants	194	198	2,06%
Equipamients culturaus, esportius e de léser	33	33	0,00%
Empreses de torisme actiu	44	45	2,27%
Comèrci	334	342	2,40%

*\*Er increment enes lotjaments toristics ei autant elevat pr'amor ara naua normatiua des apartaments toristics e era sua legalizacion.*

## demana toristica

Eth coneishement dera demana se realize mejançant tres hònts d'informacion, ua segondària (extèrna), e dues primàries (intèrnes).

**Instituto Nacional de Estadística (INE).** (hònt segondària extèrna). Proporciona es següentes donades: nombre de viatgèrs, pernòctacions e estada mieja enes establiments ostalèrs dera Val d'Aran. Permet era comparativa damb d'auti parçans deth Pirenèu e de Catalunya.

**Sistèma Pròpi (SPFTVA).** (hònt primària). Des de hè mès de dètz ans, er equip de FTVA, realize ua enquèsta setmanau entre ua mòstra ampla d'establiments de lotjament ostalèr d'Aran, e per parçans deth territòri. Aquesta enquèsta permet conéisher en temps reau era aucupacion ostalèra enes tres parçans dera Val d'Aran per categories.

**Gestor Estadistic des Oficines de Torisme (GEOT).** (hònt primària). Donades remassades enes oficines de Torisme de Vielha e Salardú des toristes que visiten era destinacion e utilizen eth servici d'informacion toristica. Es enquèstes permeten conéisher eth perfil deth visitant actuau, damb variables coma era nacionalitat, motiu deth viatge, punts d'interès, segment d'edat, tipe de lotjament utilizat, acompanyants de viatge e idiòma. Era mòstra remassada ei fòrça significativa, **en 2014 s'an realizat mès de 45.000 enquèstes.**

### INE. Viatgèrs, pernòctacions, estada mieja e origina.

Er *Instituto Nacional de Estadística* proporciona donades relatives ara demana toristica des nomentadi punts toristics que corresponen as parçans de Vielha-Mijarán e Naut Aran. Entà dispausar de donades relatives as tres principaus parçans dera Val d'Aran. Entath Baish Aran s'utilize era metodologia dera estimacion extrapolada, basada ena aucupacion des lhets otelèrs existents en parçan remassadi per *Foment Torisme Val d'Aran* e era estada mieja des viatgèrs extrapolada der INE.

Pendent er an 2014 era Val d'Aran a rebut 210.995 viatgèrs lotjadi en establiments ostalèrs, e qu'an generat 612.864 pernòctacions. Ara seguida, es taules mòstren es resultats des cinc darrèrs ans pes parans d'Aran.

*En an 2014 s'an registrat resultats semblanti as des ans 2010 e 2011, mès respècte ar an 2013 s'a vist redusit en un -4,8% eth nombre de viatgèrs compdabilizats, mès a incrementat en un 1,1% eth nombre de pernòctacions, degut ath lotjament dera estada mieja que passe deth 2,7 a 2,9 nets.*

### NAUT ARAN

	AN	TOTAU
VIATGÈRS	2010	70.983
	2011	69.094
	2012	82.718
	2013	75.240
	<b>2014</b>	<b>68.211</b>

PERNOCTACIONS	2010	239.877
	2011	230.996
	2012	262.195
	2013	238.222
	<b>2014</b>	<b>235.140</b>

### VIELHA e MIJARAN

	AN	TOTAU
VIATGÈRS	2010	127.706
	2011	147.110
	2012	146.627
	2013	135.401
	<b>2014</b>	<b>130.792</b>

PERNOCTACIONS	2010	343.422
	2011	347.850
	2012	373.324
	2013	335.999
	<b>2014</b>	<b>342.862</b>

### BAISH ARAN

	AN	TOTAU
VIATGÈRS	2012	12.419
	2013	11.104
	<b>2014</b>	<b>11.992</b>

PERNOCTACIONS	2012	36.015
	2013	32.205
	<b>2014</b>	<b>34.645</b>

Entàs següentes donades sonque se dispòse des donades des zònes de Naut Aran e Vielha-Mijaran, se trabalhe damb era soma d'aguesti dus punts toristics contemplats per INE. Comparats es principaus mercats emissors per origen, eth torisme nacionau rebut per Val a contunhat redusint en an 2014, mès aguesta baishada s'a vist contrarestada per un increment **important enes pernoctacions deth mercat estrangèr qu'a alongat considerablement era sua estada respècte as ans anteriors.**

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

SUMA ZÒNES	PROCEDÈNCIA	2012	2013	2014	Increment 2013/2014
VIATGÈRS	NACIONAUS	176.607	162.731	152.903	-6,04%
	ESTRANGÈRS	49.695	47.910	45.967	-4,06%
PERNOCTACIONS	NACIONAUS	517.414	454.208	446.596	-1,68%
	ESTRANGÈRS	118.105	119.593	131.406	9,88%
ESTADA MITJANA	NACIONAUS	2,93	2,79	2,92	0,13
	ESTRANGÈRS	2,38	2,50	2,86	0,36

## NAUT ARAN

NAUT ARAN	PROCEDÈNCIA	2012	2013	2014
VIATGÈRS	NACIONAUS	60.461	52.146	47.581
	ESTRANGÈRS	22.256	23.094	20.632
PERNOCTACIONS	NACIONAUS	198.952	170.638	165.169
	ESTRANGÈRS	63.243	67.164	69.971

## VIELHA e MIJARAN

VIELHA e MIJARAN	PROCEDÈNCIA	2012	2013	2014
VIATGÈRS	NACIONAUS	116.146	110.585	105.322
	ESTRANGÈRS	27.439	24.816	25.335
PERNOCTACIONS	NACIONAUS	318.462	283.570	281.427
	ESTRANGÈRS	54.862	52.429	61.435



*Eth torisme d'origen estrangèr a representat en an 2014 eth 23% dera demana dera Val que se lotge en establiments toristics regladi, autan a nivèu de viatgèrs coma pernoctacions, e eth torisme estrangèr se contunhe consolidant cada viatge mès ena destinacion.*

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

### Sistèma Pròpi (SPFTVA). Aucupacion per setmanes

Era Val d'Aran presente en an 2014 un balanç d'ocupacion damb resultats similars as des ans anteriors, en tot remarcar era recuperacion dera ocupacion entara zòna deth Baish Aran.

Enes següentes tables se mòstren es resultats d'ocupacion per mes, es donades son proporcionades dirèctament pes establiments, atengudi a trucades que s'executen semanaument.

### NAUT ARAN

	GER	HER	MAR	ABR	MAI	JUN	JUR	AGO	SET	OCT	NOV	DES	MIEJA
<b>2010</b>	61,80%	59,93%	53,94%	14,36%	8,17%	13,40%	31,66%	54,39%	20,08%	24,53%	16,35%	51,56%	<b>34,18%</b>
<b>2011</b>	53,92%	63,45%	52,45%	18,81%	7,18%	14,62%	29,67%	55,67%	26,98%	19,82%	7,36%	32,65%	<b>31,88%</b>
<b>2012</b>	55,95%	65,38%	49,82%	19,25%	4,96%	9,73%	28,22%	53,16%	28,21%	8,40%	5,81%	39,13%	<b>30,67%</b>
<b>2013</b>	51,75%	55,26%	52,63%	21,93%	5,97%	7,86%	31,69%	51,67%	27,02%	8,13%	17,11%	46,51%	<b>31,46%</b>
<b>2014</b>	50,31%	58,61%	51,77%	38,10%	4,03%	10,72%	33,34%	58,84%	17,42%	6,12%	11,33%	35,45%	<b>31,34%</b>

### MIEI ARAN

	GER	HER	MAR	ABR	MAI	JUN	JUR	AGO	SET	OCT	NOV	DES	MIEJA
<b>2010</b>	52,12%	50,33%	46,62%	26,49%	18,66%	27,29%	41,67%	63,56%	35,83%	30,78%	24,73%	40,15%	<b>38,19%</b>
<b>2011</b>	55,83%	48,37%	43,77%	20,71%	15,63%	26,15%	36,89%	71,57%	34,36%	30,40%	21,79%	31,39%	<b>36,41%</b>
<b>2012</b>	61,69%	59,78%	51,06%	27,94%	18,76%	24,54%	39,75%	60,17%	41,44%	27,74%	27,74%	33,34%	<b>38,57%</b>
<b>2013</b>	44,31%	49,19%	49,38%	29,87%	17,71%	22,61%	31,61%	61,03%	40,85%	28,50%	19,83%	43,71%	<b>36,55%</b>
<b>2014</b>	48,53%	49,49%	45,39%	28,13%	16,82%	25,44%	35,96%	67,58%	31,25%	30,31%	28,18%	34,70%	<b>36,82%</b>



## BAISH ARAN

	GER	HER	MAR	ABR	MAI	JUN	JUR	AGO	SET	OCT	NOV	DES	MIEJA
<b>2010</b>	32,55%	15,86%	10,80%	27,67%	25,62%	35,39%	33,27%	62,89%	34,65%	24,78%	28,05%	22,47%	<b>29,50%</b>
<b>2011</b>	30,91%	25,63%	30,29%	19,20%	28,91%	30,44%	36,40%	64,15%	36,80%	31,54%	31,53%	16,81%	<b>31,88%</b>
<b>2012</b>	16,49%	11,90%	12,39%	12,88%	13,40%	26,78%	26,26%	42,89%	29,70%	22,97%	9,33%	20,85%	<b>18,75%</b>
<b>2013</b>	10,03%	10,74%	21,65%	9,40%	12,19%	9,33%	19,39%	44,63%	20,77%	12,29%	18,30%	23,33%	<b>17,67%</b>
<b>2014</b>	47,00%	31,07%	26,89%	18,62%	11,03%	18,54%	42,86%	47,68%	22,59%	7,95%	10,58%	27,57%	<b>26,20%</b>



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

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

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

Des des oficines de torisme se liuren es servicis següents:

- Informacion toristica comarcau e locau
- Distribucion de materiau toristic: mapes, tríptics, huelhetons, *flyers*,...
- Atencion de consultes telefoniques de toristes potenciaus interessadi en visitar era Val d'Aran, atau coma er enviament de informacion per corrèu postau e electronic.
- Venta d'entrades entà diuèrsi actes e activitats qu'an lòc en país.
- Ajuda ena preparacion de materiau entà hèires toristiques e merchandising d'activitats de promocion
- Confeccion agenda setmanau d'activitats ena Val d'Aran.
- Collaboracion ena elaboracion e rectificacion des huelhetons e mapes.
- Revision i preparacion ena gestion dera Q de Qualitat.
- Recuelhuda de donades des visitants en programa de gestion dera Generalitat.





### Es oficines dubèrtes tot er an son:

**Oficina de Torisme de Vielha** (o.torisme@aran.org) damb er orari de 9:30 a 13:30 h e de 16.00 a 20.00h toti es dies, a excepcion dera sason baisha qu'ei de deluns a dissabte de 10:00 a 13.30 e de 16.30 a 20.00 h. dimenges barrada. En mes d'agost dubèrta toti es dies de 09.30 h a 20.00 h.

**Oficina de Torisme de Salardú** (o.s.torisme@aran.org) damb un orari en temporada nauta de 09:30 a 12:30 h e de 16.00 a 19.00 h de deluns a dissabte, es dimenges barrada en iuèrn. Dehòra de temporada era oficina se daurís de deluns a dissabte de 9.00 a 15.00h.

### Es oficines dubèrtes e gestionades per FTVA en ostiu es mesi de juriòl e agost son:

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

▮ Punt d'Informacion **Aiguamòg- Banhs de Tredos**.

▮ Punt d'Informacion **Aran Park**, dubèrt des der an 2014.

## Quantificacion deth servici e caracterizacion des visitants

*Es oficines de torisme de Vielha e Salardú an atengut pendent er an 2014 a 62.445 visitants, eth 89% d'eri ena oficina de torisme de Vielha.*

*En tot somar es d'auti punts d'informacion toristica dubèrts temporaument, era chifra totau de visitants atengudi puge a 76.232 persones.*

Principaus caracteristiques deth visitante des oficines de torisme en 2014 e cambis significatius en sòn comportament respècte ar an 2013:

- Eth 98,26% des toristes visite era Val per motius vacacionaus, percentatge semblant ath comportament en 2012.
- Eth 69,49% des toristes an edats comprenudes entre es 36 e es 65 ans, s'amplie de manèra notabla respècte ar an anterior eth segment de mès grani de 65 ans.
- Eth 58,00% pernòcte en ofèrta de lotjament ostalèr, percentatge un shinhau superior ar an 2013 en 3,5 punts percentuaus. Tanben s'incrementen es viatgèrs que declaren pernoctar en apartaments toristics.
- Era màger part dera informacion sollicitada ei sus era ofèrta toristica en generau, un 54,00% des visitants, tanben puge en relevància era sollicitud d'informacion sus ofèrta de restauracion, 15,2%, e eveniments un 11,3%.
- Eth materiau que mès s'a liurat enes oficines ei eth mapa toristic (36.466 exemplars) e eth mapa de senderisme (21.454 exemplars), seguit deth mapa de Vielha (10.153 exemplars). En totau s'a incrementat eth materiau liurat en 31.813 unitats.
- En 2014 eth 84% des visitants des oficines de torisme son d'origen nacionau e eth 16% d'origen estrangèr, un per cent mès qu'er an anterior.



Es toristes que més s'adrecen as oficines de torisme procedissen de Catalunya, representen eth 46% deth totau de visitants, es arribats dera provincia de Barcelona representen ath madeish temps eth 35% de totes es persones atengudes enes oficines de torisme. Siguessen en mercat nacionau es dera Comunidad Valenciana que representen eth 10% de visitants, seguits des dera Comunidad de Madrid (8%) e País Basc (6%).

En cas des visitants estrangèrs, es que més s'adrecen as oficines de torisme son francesi, en tot representar eth 9,5% deth totau de visitants, seguidi pes procedents de Israel, que representen eth 1,4%, pes de Benelux damb 1% e es visitants britanics que representen eth 0,8% deth totau.

Ara seguida se detalhen es resultats d'afluència des visitants as OT dubèrtes pendent tot er an per

## OIT VIELHA

TORISTES	GER	HER	MAR	ABR	MAI	JUN	JUR	AGO	SET	OCT	NOV	DES	TOTAU
2010	4,50%	4,60%	5,70%	6,70%	4,30%	7,40%	14,70%	26,20%	9,70%	8,20%	2,70%	5,30%	50.820
2011	3,50%	3,00%	4,30%	7,50%	3,60%	8,00%	15,10%	28,60%	9,90%	8,20%	2,70%	5,60%	58.758
2012	4,50%	4,40%	5,10%	9,40%	4,60%	5,90%	15,70%	29,00%	8,50%	4,80%	3,50%	5,20%	45.108
2013	4,00%	4,30%	8,00%	4,80%	4,00%	5,00%	12,90%	32,70%	11,00%	6,20%	4,20%	5,00%	47.282
2014	3,40%	3,30%	4,20%	7,84%	2,60%	5,80%	16,00%	33,60%	9,50%	4,99%	2,50%	4,70%	55.482

## OIT SALARDÚ

TORISTES	GER	HER	MAR	ABR	MAI	JUN	JUR	AGO	SET	OCT	NOV	DES	TOTAU
2010	2,00%	2,70%	3,90%	2,20%	0,50%	0,10%	24,11%	53,30%	6,20%	0,80%	0,10%	4,30%	6.358
2011	1,40%	1,30%	1,30%	3,90%	0,60%	7,40%	26,90%	41,70%	7,90%	3,10%	0,00%	4,40%	8.755
2012	2,80%	2,40%	2,70%	4,30%	0,10%	5,10%	22,90%	47,30%	6,70%	1,40%	0,20%	3,70%	7.332
2013	2,40%	2,00%	4,80%	0,50%	0,50%	2,10%	21,10%	52,00%	10,10%	1,00%	1,40%	1,80%	7.013
2014	1,30%	1,30%	1,00%	4,70%	1,00%	2,50%	20,70%	59,64%	4,30%	0,50%	0,50%	2,90%	6.973

## Perfil des visitants des oficines d'informacion toristica

### Motiu dera visita

MOTIVACION	PERSONES 2013	PERSONES 2014	PERCENTATGES 2013	PERCENTATGES 2014
Vacances	46.301	54.517	97,93%	98,26%
Negòcis	121	22	0,26%	0,04%
Léser	842	888	1,78%	1,6%
Donades non informades	18	55	0,04%	0,1%
<b>Totau</b>	<b>47.282</b>	<b>55.482 %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Edat

INTERVALS	PERSONES 2013	PERSONES 2014	PERCENTATGES 2013	PERCENTATGES 2014
16 a 25 ans	456	433	0,96%	0,78%
26 a 35 ans	12.552	12.289	26,55%	22,15%
36 a 65 ans	32.039	38.554	67,76%	69,49%
> 65 ans	2.235	4.205	4,73%	7,58%
<b>Totau</b>	<b>47.282</b>	<b>55.482</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Tipe de pernòctacions

	PERSONES 2013	PERSONES 2014	PERCENTATGES 2013	PERCENTATGES 2014
Òtels	25.793	32.179	54,55%	58,00%
Campings	1.277	4.677	2,70%	8,43%
Torisme rurai	5.532	3.418	11,70%	6,16%
Apartaments toristics	7.305	9.027	15,45%	16,27%
2ª Residència	3.064	3.773	6,48%	6,8%
Familiars	1.877	760	3,97%	1,37%
Albèrges	1.891	311	4,00%	0,56%
D'auti	543	1.337	1,15%	2,41%
<b>Totau</b>	<b>47.282</b>	<b>55.482</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Informacion sollicitada

	PERSONES 2013	PERSONES 2014	PERCENTATGES 2013	PERCENTATGES 2014
Informacion dera ofèrta toristica	32.152	30.237	68,00%	54,50%
Transpòrts	906	1.370	1,92%	2,47%
Seguretat ciutadana	12	94	0,03%	0,17%
Lotjaments	3.125	2.513	6,61%	4,53%
Restauracion	5.370	8.433	11,36%	15,20%
Léser	2.489	4.194	5,26%	7,56%
Eveniments	2.692	6.275	5,69%	11,31%
Comèrç	363	2.097	0,77%	3,78%
D'auti	174	266	0,37%	0,48%
<b>Totau</b>	<b>47.282</b>	<b>55.482</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



## Materiau liurat ena oficina de Torisme.

<b>HUELHETONS</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Mapa de senderisme	16.994	18.066	21.454
Libre Senderisme	381	244	554
BTT-Ciclotorisme	1.703	2.368	7.465
Mapa Toristic	37.282	34.319	36.466
Pesca	3.529	164	1.145
Torisme d'aventura	192	3.529	9.872
Mòstra gastronòmica	1.740	730	730
Aiguamòg-Valarties	3.529	721	1.835
Raquetes	2.790	2.368	1.863
Restaurants	6.021	4.477	8.734
Lotjaments	2.672	2.200	2.200
Taxis	260	150	0
Patrimòni	5.162	7.614	13.753
Artiga de Lin	720	336	336
Oraris Bus	4.752	2.526	5.867
Mapa de Vielha	0	8.428	10.153
Wildlife	0	1.075	3.322



# era accion de marketing toristic dera Val d'Aran

Er equip professionau de FTVA, estructurat per airaus de marqueting toristic, a desvolopat ath long der an 2014 nombroses accions de comunicacion, promocion e comercializacion, tanben er objectiu d'atrèir mercat toristic tara destinación.

Es accions que se detalhen ara seguida, ena presenta memòria, son alinhades damb es estratègias generaus mercades entara destinacion en Plan Estrategic de Torisme dera val.

## Accions destacades der an 2014

Ara seguida se remèrquen dus des projectes enes qu'a trabalhat FTVA ath long der an 2014 e que peth sòn caractèr transversau e de fortaleiment d'imatge dera destinacion en ambit internacionau repercutissen en moltes des accions de comunicacion, promocion e comercializacion amiades a tèrme.

### Val d'Aran Biosphere Destination



En gèr de 2014, era Val d'Aran a arthenhut era certificacion BiosphereDestination a través dera quau s'a implantat un Sistèma de Torisme Responsable. BiosphereDestination, ei un sistèma de certificacion privada, voluntari e independent promogut per Institut de Torisme Responsable (ITR), entitat associada ara UNESCO e ara Organizacion Mondiau deth Torisme. Damb era implantacion d'aguest sistèma, era Val d'Aran, trabalhe en entorn deth Torisme responsable, atier ath Plan Estrategic de Torisme dera Val, concrètament ena sua linha d'actuacion de qualitat e sostenibilitat. Tamb aguesta certificacion era Val d'Aran se compromet a mantier es accions sostenibles amiades a tèrme enquiath moment, e a complir un plan d'accion a tres ans. Pendent enguan se destaque era aplicacion des següents mesures.





## RESUMEN D'ACCIONS 2014 DERIVADES DERA CERTIFICACION BIOSPHERE DESTINATION ENA VAL D'ARAN

### A. ESTURMENTS ENTÀ UA PÒLITICA DE TORISME RESPONSABLE

- S'a difonut era Politica de Torisme Responsable a residents e toristes a través dera web deth Conselh Generau d'Aran e Torisme, e es ajuntaments dera Val, revirada a diuèrs idiòmes.
- S'a difonut tanben era Politica de Torisme Responsable dera Val d'Aran dehòra deth territòri menjançant es comunicacions presentades en: eth Congrès internacionau de Torisme sostenible (GTSC, Barcelona), Fitur Green e ena Jornada de Torisme responsable organizada pera Diputacion de Barcelona.
- S'editen toti es huelhetons toristiques tamb materiau mès sostenible, tamb papèr ecologic e liure de clòro.
- Se proporcione informacion sus eth compromís damb era sostenibilitat dera destinacion enes punts d'informacion toristica dera Val.
- S'an plaçat paperères de recuelhuda selectiva de residus enes bastisses d'us toristic.
- Des deth departament de Miei Ambient deth Govern d'Aran, se promò un protocòl de bones practiques enes Oficines de Torisme dera Val d'Aran, e ena rèsta de dependències deth Conselh, tanben er us de papèr reciclat o liure de clòro e tanben er us responsable des aparelhs electricus e materiaus dera oficina.

### B. DESVOLOPAMENT SOCIAU E ECONOMIC DETH DESTIN E ERA COMUNITAT LOCAU

- Se da continuïtat ath plan de comunicacion dera Memòria de Torisme, en tot includir un apartat de sostenibilitat damb eth resumen dera Memòria de Sostenibilitat e Politica de Torisme Responsable coma carta de presentacion.
- S'a impulsat era adesion efectiva des ajuntaments dera Val ara Carta d'Alborg, en tot fomentar igualment era signatura deth Pacte des Alcaldes.
- S'a hèt efectiva era inclusion de critàris mieiambientaus e sociaus enes procèssi de compra e ena politica de contractacion e subcontractacion, coma pòt èster era exigència de certificacions ambientaus, de qualitat, critàris de proximitat...

### C. CONSERVACION E MELHORA DETH PATRIMÒNI CULTURAU

- Eth Departament de Cultura e Musèus dera Val d'Aran an contunhat damb era sua labor de conservacion, promocion e difusion deth patrimòni e era cultura aranesa.
- S'an realizat formacions deth patrimòni naturau e culturau aranés damb er objectiu de melhorar era formacion des agents toristics deth territòri.
- S'a contunhat tanben damb era promocion des productes agroalimentaris mejançant era marca de garantia dera Val d'Aran e es productes artesanaus mejançant era hèira "Hèt a Man Hèt Aciu".

### D. CONSERVACION AMBIENTAU

- Des deth departament de Miei Ambient deth Conselh Generau d'Aran se contunhe trabalhant entara conservacion dera biodiversitat dera Val, es projectes a destacar pendent aguest 2014 son:

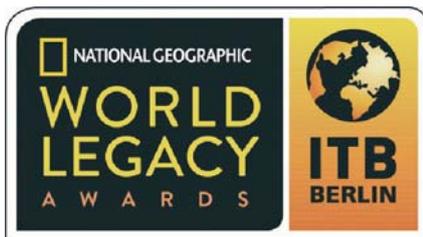
Era regulaci3n dera recuelhuda de misharnons enes b3sqi publics dera Val d'Aran menjançant era Ordenança (BLOPI N3 73 DETH 15/04/2014)

El projecte de recuperacion e conservacion dera trueita e deth Cabilac ena conca deth Garona, ([www.garona.lorg](http://www.garona.lorg))

El projecte LifeLimpopirineus, de conservacion d'abitas e espècies acuatiques dera nauta montanha deth Pirinèu.

- S'an realizat auditories energetiques enes principaus edificis publics, damb er objectiu de melhorar eth s3n consum e hèr-les mès sostenibles.
- S'an realizat dues jornades entà empresaris dera Val d'Aran sus era biomasa forestau coma alternativa energetica.
- S'a melhorat eth sistèma de recuelhuda selectiva de residus urbans deth territ3ri, en tot incorporar era facci3n organic realizant tanben diuèrses campanhas de sensibilizaci3n.

## Val d'Aran finalista enes National Geographic World legacy Awards



Pedent eth 2014, Foment Torisme Val d'Aran se presentèc ena prumèra edici3n des NationalGeographicWorldlegacyAwards, ua iniciatiua dera NationalGeographicSociety en collaboraci3n tamb era ITB de Berlin.

Aguest guerdons s'autregen as destins, organizacions e empreses que trabalhen ena transformaci3n dera indústria toristica, potenciant eth Torisme sostenible, e se dividissen en cinc categories:

Earthchangers, Sense of place, Conserving natural world, EngagingCommunities i Destinationleadership

([www.nationalgeographic.com/worldlegacyawards/](http://www.nationalgeographic.com/worldlegacyawards/))

Era Val d'Aran siguec nomentada finalista en octubre ena ITB de Singapor. Se hec ua selecci3n de 15 finalistes (entre es cinc categories) d'un totau de 150 participants. Concrètaments siguec finalista ena categoria Destinationleadership, amassa damb Yosemite (Estats Units d'America) e era isla d'Aruba. Aquesta categoria, prèmie ath destin lidèr que demòstre era aplicaci3n des meliores practiques ena protecci3n dera natura e era cultura, e que trabalhe damb es sues visitants entà sensibilizar-les ena protecci3n deth miei ambient.

Es prèmis s'an liurat enguan, 2015, pendent era ITB de Berlin, eth guanhador siguec finaument Aruba, maugrat açò cau remarcar qu'era Val d'Aran, siguec er unic finalista Europèu, çò que represente ua oportunitat de promoci3n e de internalizaci3n f3rça importanta, e un alici3nt mès entà contunhar en tot trabalhar per un torisme mès responsable e peth futur dera Val d'Aran.

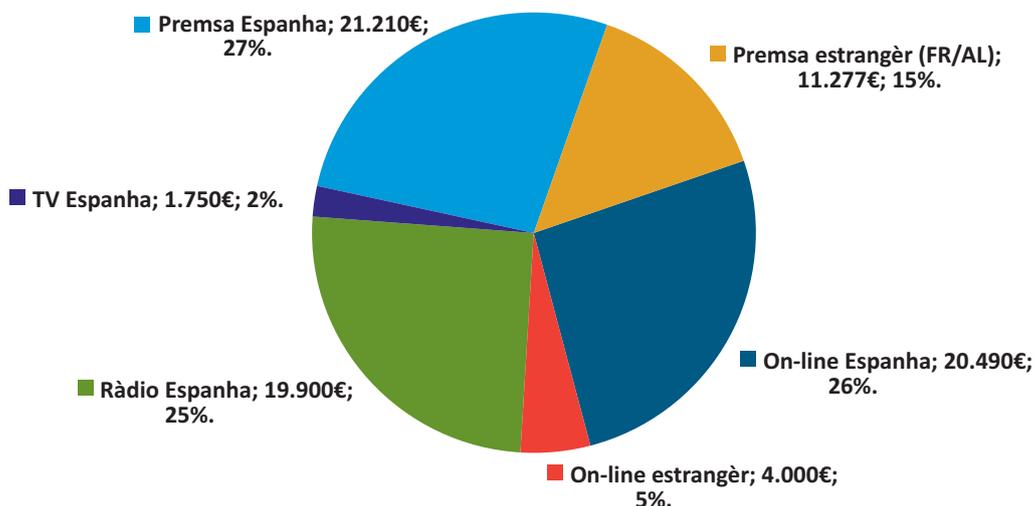
Autant es guanhadors coma es finalistes des prèmis Prèmis Legadi recibiràn cobertura en NationalGeographicTraveler e d'auti mejans impresis e digitaus de NationalGeographic, en tot arténher ua audiència globau.



## Comunicacion

En an 2014 eth pressupòst invertit en comunicacion a estat de 78.627 €, e era sua distribució per mejans e abast geografic a estat era següenta:

### • Distribucion deth pressupòst per tipologia e abast, 2014



En aquest pressupòst calerie somar-li er impacte qu'a generat era agència de relacions damb es mieis que s'estime en més de 500.000€ e d'autres insercions a còst zèro.

### PREMSA ESCRITA

MIEI NACIONAL	INSERCIÓN	REPORTATGES
RACC		1
VIAJAR		1
EVASION		1
NATURA		1
VIAJAR CON HIJOS	1	1
ARAN NAU	8	
GUIA GUM	1	
VIU ERA VAL	1	
EXCELENCIAS	1	1
GRANDES ESPACIOS	1	1
DESCOBRIR CATALUNYA	6	
PANXING	1	1
MUANTAIN BIKER	1	
MUNTANYA	1	
REVISTA BAQUEIRA INVIERNO/VERANO	2	
MIEI INTERNACIONAL	INSERCIÓN	REPORTATGES
LA DEPECHE (BAQUEIRA)		1
LA GAZETTE DU COMMINGES	1	
GUIDE ETE	1	
GUIA VERANO SUD OUEST	1	
PERIODICO SUD OEST	1	
LA DEPECHE DU MIDI	1	
PYRENEES MAGAZINE	1	
MAGAZINE RESPYR	1	

Prensa escrita generica e especializada  
 Pendent er an 2014 era Val d'Aran a estat presenta en:

- Mieis : 24 mieis
- Insercions publicitàries: 19 mieis
- Reportatges sense còst: 5 mieis

Es campanhes contractades en ràdio e TV an estat es següentes:

RÀDIO	
MIEI	CAMPANHA
CADENA COPE	IUÈRN
CADENA COPE	ESTIU
PRISA RADIO INVIERNO	IUÈRN
PRISA RADIO VERANO	ESTIU
RADIO GUM FM	ANNAU

TV	
MIEI	PROGRAMA
25 TELEVISION	REPORTATGE FITUR
TV MAGAZINE (BAQUEIRA)	50 ANIVERSARI BAQUEIRA
EVASION TV	REPORTATGE FERRATAS

Es principaus accions on-line an estat es següentes:

ON-LINE	
MIEI	DESCRIPCION ACCION
CRECER FELIZ	VIAJAR EN FAMILIA - SETMANA SANTA
VIAJAR	REPORTAJE VIA FERRATA
EVASION	REPORTAJE FERRATAS
MOUNTAINBIKER	REPORTAJE BTT
INOUTVIJES	VAL D'ARAN Y DEPORTES DE INVIERNO
INFO SPAIN PORTAL TURESPAÑA	VAL D'ARAN EN EL PORTAL
EXPOCULTUR	ROMANIC MUSICAO
NEWSLETTER NAVARTUR	NEWSLETTER INVIERNO EN LA VAL D'ARAN
RESTAURANTHOTELBAR.COM	BANNER PORTAL WEB RESTAURANTHOTELBAR
OC ESTUDIO	WEB TURISMO FAMILIAR
VOYAGES	BANNER VAL D'ARAN
FEM TURISME	BANNER PORTAL WEB FEM TURISME
TRIPADVISOR	PATROCINIO FICHA DESTINO VAL D'ARAN
APP BAQUEIRA 365	ICONO ESENCIA EN SOCIOS FTVA
APP "NATURA"	APLICACIÓN MOVIL FTVA
WIKILOC	BANNER CONCURSO ARAN PARK
LUGARES DE NIEVE	2 REPORTAJES SORTEO ARAN PARK

### Donades dera preséncia online dera destinacion

Eth departament de FTVA responsable dera preséncia online dera destinacion s'encargue de gestionar era preséncia en web, es esturments de comunicacion damb eth sector e dinamizar es canaus pròpris en hilats sociaus; eth responsable d'aguest departament s'aucepe principauments dera dinamizacion e creacion de contenguts entà difóner en mieis convencionaues e hilats sociaus.

#### RESULTATS PORTAU WEB:

Visites: 2013 – 300.906 // 2014 – 342.652 (+13.87%)

Visitants unics: 2013- 218.754 // 2014 – 255.215 (+16.67%)

Pagines vistes: 2013 – 1.076.070 // 2014 – 1.095.470 (+1.80%)



## RESULTATS COMUNICACION E HILATS SOCIAUS:

- **NEWSLETTER**

Lectures. 2013 - 41.20% // 2014 - 17.07% **(-141%)**

Suscriptors. 2013 - 1561 // 2014 - 2157 **(+38.1)**

- **FACEBOOK**

Fans. 2013 – 8.347 // 2014 – 11.287 **(+35%)**

Alcance. 2013 - 1.265.045 // 2014 - 2.460.462 **(+194%)**

- **TWITTER**

Seguidors. 2013 – 2.766 // 2014 – 4.077 **(+147%)**

- **INSTAGRAM**

Seguidors. 2013 - 221 // 2014 - 686 **(+310%)**

Me gusta recibidos 2013 - 383 // 2014 - 886 **(+231%)**

- **YOUTUBE**

Suscriptors 93

Visualizacions 40.706

## Accions de comunicacion conjunta tamb tercèrs

Ua auta des accions en comunicacion especificques impulsades des de FTVA a estat promòir ua **campanha conjunta dera destinacion Val d'Aran damb Viajes el Corte Inglés**. Aquesta campanha a estat finançada per part dera Agència Catalana de Turisme e Viajes el Corte Inglés. Ara seguida s'especificque eth contengut e abast dera campanha:

### Planificacacion Premsa

#### Val d'Aran 2014

Supòrt	Format	Data
EL PAIS	½ PAGINA COLOR	20/12/2014
EL PAIS	½ PAGINA COLOR	27/12/2014
EL MUNDO	½ PAGINA COLOR	20/12/2014
EL MUNDO	½ PAGINA COLOR	28/12/2014

Planificacacion Premsa

Val d'Aran 2014

Supòrt	Format	Data
ABC	½ PAGINA COLOR	20/12/2014
ABC	½ PAGINA COLOR	23/12/2014
ABC	½ PAGINA COLOR	27/12/2014
LA RAZÓN	½ PAGINA COLOR	19/12/2014
LA RAZÓN	½ PAGINA COLOR	21/12/2014
LA RAZÓN	½ PAGINA COLOR	28/12/2014
LA VANGUARDIA	½ PAGINA COLOR	20/12/2014
LA VANGUARDIA	½ PAGINA COLOR	28/12/2014
20 MINUTOS	½ PAGINA COLOR	19/12/2014
20 MINUTOS	½ PAGINA COLOR	22/12/2014



Ath delà, s'an realizat 29 micros de ràdio, deth 22 ath 29 de deseme 2014, enes principaus emissores nacionaus.

## Edicions e reedicions

FTVA elabòre cada an disparières publicacions impreses damb era finalitat de satisfèr es diuèrses demanes d'informacion.

Aguestes demanes pòden procedir de quate canaus:

- Clients des Oficines de Torisme dera Val d'Aran
- Disparières accions de promocion a on participam: Hèires, workShops, viatges de premsa e d'agents de viarjes.
- Liuraments que se hèn as diferents establiments toristics dera val entà informar as sòns clients.
- Collaboracions enes diuèrses pròves esportives e d'autres accions de dinamizacion que s'organizen en territòri.

En tot seguir era linha d'ans anteriors enes publicacions tematiques, e damb era finalitat de promòir as empreses collaboradores damb FTVA, se hèn a constar es empreses prestatàries des servicis relacionats damb



cada ua des publicacions. Eth materiau s'a editat en papèr reciclat, en tot seguir era madeisha linha editoriau entath conjunt de publicacions.

Eth totau de publicacions editades enguan a estat de 153.000, 75.000 unitats mens qu'er an 2013, a causa dera menor produccion de materiau de merchandising e utilizacion deth materiau en stock der an anterior.

PUBLICACIONS 2014	QUANTITAT
MAPA TORISTIC CASTELHAN	30.000
MAPA TORISTIC CATALAN	25.000
MAPA TORISTIC FRANCÉS	10.000
MAPA SENDERISME	15.000
MAPA BTT-CICLOTURISME	12.000
MAPA NHÈU	10.000
VAL D'ARAN WILDLIFE	5.000
MAPA AVENTURA	10.000
MAPA PATRIMONI CULTURAU	10.000
PESCA	2.500
LISTAT LOJATMENT	4.000
RESTAURANTS	8.000
ORARIS AUTOBUSI	3.500
MAPA VIELHA	5.000
AIGUAMÒG VALARTIES	1.500
USB 2 GB	1500
<b>TOTAU</b>	<b>153.000</b>

## Promocion e supòrt ara comercializacion turistica

Atau e coma se hèc en ans anteriors, en 2014 era promocion e supòrt ara comercializacion toristica dera destinacion s'a centrat enes productes definidi en Plan de Marqueting e principaument enes mercats de proximitat damb recorsi pròpris, e en mercats de mieja distància en collaboracion damb d'autres entitats de promocion turistica.

Ath long der an s'a informat puntuaument de tota era activitat de promocion desenvolopada a través des newsletter dirigides ath sector; ara seguida se mòstre er extracte dera activitat a mòde de resum

### Promocion a través de "hilats de collaboracion"

FTVA collabore e participe activament damb d'autres entitats de promocion toristica damb era finalitat de profitar sinèrgies e optimizar recorsi. Aguestes entitats son principaument dera Agència Catalana de Torisme e eth Patronat de Torisme Terres de Lleida.

#### Agència Catalana de Torisme

En prumèr cas, era ACT compde damb diferents vies e canaus, coma son es Clubs de Producte, linhas de promocion especifica e es Centres de Promocion Toristica de Catalunya en estrangèr.

FTVA participe iguament qu'enes ans anteriors enes accions de promocion damb es avantatges de sòci, participant dera organizacion de workshops, famtrips, presstrips e utilitzant es canaus de promocion off e on-line des que dispòse era ACT.

FTVA a ua relacion fòrça estreta damb quauqui des CPT's que Catalunya a repartidi peth món. Se mantie ua relacion propèra damb es CPT'S de França, Alemanha, Belgica e Reiaume Unit, mercats estrangèrs prioritaris.

### **Catalunya Convention Bureau**

Er Aran Natura Convention Bureau ei ua plataforma qu'aglutine tota era ofèrta dera Val especializada en torisme de negòcis, viatges d'incentius e empreses. Actuaument formen part ues 40 empreses deth territòri, entre lotjaments, agéncies de viatges e empreses de servicis.

Er ANCB forme part deth CCB (Catalunya Convention Bureau) e d'aguesta forma profite aqueres accions que s'organizen des der organisme. Quaqu'ues d'aguestes accions enes que s'a participat activament des de FTVA son:

- HÈIRA EIBTM (Barcelona)
- Fam Trip organizat per era ACT en marc dera hèira EIBTM, mercats Israel, Reiaume Unit, Alemanha e França
- Workshops en Lyon e en Toulouse
- Aparicion en catalòg deth CCB

Tanben coma ANCB s'a participat en Salons de Comité d'empresa francesi.

### **Patronat de Torisme Terres de Lleida**

Era collaboracion damb eth Patronat Torisme de Lleida s'amie a través de diuèrses amassades periodiques entara elaboracion deth Pla d'Accions.

### **Programa Pirenèus**

FTVA forme part deth programa PIRENÈUS, deth quau tanben formen part des Patronats de Torisme de Lleida, Girona e Barcelona e era Agència Catalana de Torisme e er IDAPA. A través d'ua Secretaria Tecnica e en collaboracion damb toti es membres s'elabore un complet Pla d'Accions, que va des dera assisténcia a hèires generiques o tematiques dejós deth paraigües PIRINÈUS a elaboracion de material grafic (mapes e publicacions), accions de collaboracion, organizacion e assisténcia a workshops, famtrips, presstrip, etc...

### **Accions de promocion dirigides ath public professionau**

Ath long der an 2014 s'a intensificat eth trabalh de FTVA dirigit a actors toristics deth trade o miei, promocionant de forma intermediada es productes dera destinacion en diuèrsi mercats, desvolopant un totau de 106 accions, practicament eth doble qu'er an anterior.

### **Assisténcia a hèires e workshops**

FTVA elabore cada an un calendari entara preséncia dera Val d'Aran enes principaus hèires toristiques des mercats objectiu entara Val. Er airau que s'encuede dera promocion e estructura era sua participacion en foncion des critèris següents:

- Caractèr professionau o es orientades ath public finau.
- Segontes era sua modalitat, era assisténcia pòt èster:



- En un modul dera Agència Catalana de Torisme, deth Patronat de Torisme ARA LLEIDA o dejós dera marca PIRÈNEUS.

- Stand Pròpri.

Era assistència a hèires de torisme, salons professionaus e jornades s'a consolidat coma airina indispensabla deth marqueting toristic pr'amor que, ath delà de dar a conéisher era destinacion e era imatge de marca toristica dera destinacion, permet establir contacte damb un gran nombre de prescriptors e clients finaus actuaus e potenciaus en un període de temps e espaci determinat. Toti aguesti contactes se gestionen ena base de donades pròpies de FTVA entara sua activacion en foncion des accions deth plan de marqueting operatiu annau. Pendent er an 2014 FTVA a assistit as hèires e workshops següents:

MERCAT	PRODUCTE	HÈIRA
ALEMAND	NATURA-SENDERISME	HÈIRA TOUR NATUR
BENELUX	SENDERISME/CICLOTURISME/BTT	FIETS & WANDELBEURS
CATALUNYA	ARTESANIA	"SETMANA D'ARTESANIA DE CATALUNYA - THE CRAFTROOM"
	GASTRONOMIA GASTRONOMIA GASTRONOMIA E MARCA GARANTIA VAL D'ARAN	FIRA DE SANT JOSEP DE MOLLERUSA HÈIRA DE SANT MIQUEL HÈIRA DE SANT ERMENGOL MERCAT DE MERCATS
ESPAÑA	MARCA VAL D'ARAN NATURA-SENDERISME	S.I.T.C. SALÓ DE L'ESPORT I TURISME DE MUNTANYA
	MARCA VAL D'ARAN	FITUR NAVARTUR FIO
EUROPA DER EST	MICE-LUXE-NHÈU	OTDYKH INTERNATIONAL RUSSIAN TRAVEL MARKET
FRANÇA	MARCA VAL D'ARAN	SALON COMITÉE ENTREPRISE 1 SALON COMITÉE ENTREPRISE 2 SALON COMITÉE ENTREPRISE 3 CONFOREXPO - SALON DE TOURISME «VIVONS 100% SPORT »
HOLANDA	NATURA-SENDERISME	BERSTPORTDAG
INTERNACIONAL	CICLOTURISME MICE-AMASSADES	VELOFOLLIES EIBTM
ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN	IMTM
REIAUME UNIT E IRLANDA	NATURA-WILDLIFE MARCA VAL D'ARAN	BRITISH BIRDWATCHING FAIR WORLD TRAVEL MARKET
RUS	MARCA VAL D'ARAN	MITT

MERCAT	PRODUCTE	WORKSHOP
BENELUX / ISRAEL / ALEMANHA	MARCA VAL D'ARAN	WORKSHOP PIRINEUS
CATALUNHA	TURISME RURAL	WORKSHOP INTERCOMARCAL TURISME RURAL
ESPAÑA	NATURA-NHÈU NATURA-NHÈU NATURA-NHÈU	WORKSHOP NHÈU E INTERIOR 1 WORKSHOP NHÈU E INTERIOR 2 WORKSHOP NHÈU E INTERIOR 3
FRANÇA	MICE-AMASSADES MICE-AMASSADES	WORKSHOP LYON WORKSHOP EN TOULOUSE
INTERNACIONAL	MARCA VAL D'ARAN MARCA VAL D'ARAN	JORNADES DE MERCATS EMISSORS BUY CATALUNYA
ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN	WORKSHOP PIRENÈUS - ISRAEL
REIAUME UNIT	NATURA-NHÈU	LIXTEX / LONDON INTERNATIONAL SKI TRAVEL EXCHANGE

### Presstrips, Famtrips, Eveniments esportius e Dinamizacion dera destinacion

En aquest apartat se contemplen es accions d'assisténcia a persones e grups prescriptors "receptius", "decisionmakers". FTVA considèra receptius toti aqueri prescriptors dera ofèrta toristica dera Val d'Aran, se prèsten diuersi e variats servicis as persones e as grups que visiten era ofèrta toristica dera Val damb era collaboracion indispensable des sòcis de FTVA: visites d'inspeccion e lotjament en hotels, dossièrs de premsa, servici de guides, documentacion e tramitacion de resèrves e entrevistes damb es responsables de diferents ofèrtas toristiques e culturaus dera Val, servicis de transpòrt, invitacions a dinars e sopars, acompanyament a diferents ofèrtas ludiques e culturaus, entrega de materiau promocionau e merchandising, etc. Laguens dera accion receptiva de FTVA, pendent er an 2014 se detalhen tipas d'accions diferenciadas, Presstrips e Famtrips.

MERCAT	PRODUCTE	PRESSTRIP-MIEI COMUNICACION
ALEMANHA	NHÈU	MANUEL MEYER
CATALUNHA	MARCA VAL D'ARAN NATURA-WILDLIFE	TV3 - CATALUNYA EXPERIENCE INSTAGRAMER
ESPAÑA	MARCA VAL D'ARAN	LA VANGUARDIA - MELARGO RADIO NACIONAL - NO ES UN DÍA CUALQUIERA JIMMY PONS RAFAEL RUIZ REVISTA TELVA
	NATURA-WILDLIFE/PESCA	CANAL PLUS
	NHÈU	NAVARTUR PROGRAMA DE TV "CON MIS OJOS" CARMEN BARCELÓ
	NHÈU-TORISME FAMILIAR	REVISTA HOLA.COM VIAJES NATIONAL GEOGRAFIC



MERCAT	PRODUCTE	PRESSTRIP-MIEI COMUNICACION
FRANÇA	MARCA VAL D'ARAN NATURA-SENDERISME	CAP CATALOGNE PRESS TRIP FEDERACION FRANCESA DE SENDERISME
INTERNACIONAU	MARCA VAL D'ARAN TORISME SOSTENIBLE	ACCION VIDEO MARKÉTNG ACT - KrautsouAliaksandr NATIONAL GEOGRAPHIC
ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN	VOL ARKIA
PAÏSSI NÓRDICS	NHÈU	TEEMU VIRTANEN CATALUNYA BLANCA
REIAUME UNIT	NHÈU	NATIONAL GEOGRAPHIC THE TIMES / PERIODISTA ROGER ALTON

MERCAT	PRODUCTE	PRESSTRIP-MIEI COMUNICACION
ALEMANHA	NHÈU	FAM TRIP OPERADORS ALEMANYA
CATALUNHA	NATURA-WILDLIFE	JULIAN SYKES HOLIDAYS Y SPEYSICE CO.
EEUU	NATURA-MONTANHISME	RUN & TUR SPAIN
ESPAÑA	NHÈU	PYRÉNÉES HELISKI
INTERNACIONAU	MARCA VAL D'ARAN NHÈU MICE-AMASSADES	FAM TRIP BUY CATALUNYA KABI TRAVELS FAMTRIP EIBTM
ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN NATURA E CULTURA	DECISION MAKERS OFAKIM ASTHA & SURANGA
PORTUGAL	NHÈU	FAMTRIP PORTUGUESSI
REIAUME UNIT	NATURA-WILDLIFE	BIRDS & HOLIDAYS BIRDQUEST THE BIGGEST TWICH
RUSSIA	NHÈU	DSBW

- **D'alti:** Persones o grups que representen a collectius d'interès entà aumentar eth torisme ena Val d'Aran, equips esportius, associacions, escòles professionaus, entitats, ambaishades,...FTVA collabore de disparièra forma entara promocion toristica dera destinacion.

Pendent er an 2014 s'a collaborat damb associacions e entitats de caractèr esportiu, periodistic, culturau, social, culturau e internacionau. Cau remarcar era colaboracion enes eveniments de caractèr esportiu, en totau FTVA a collaborat en mèis de 18 eveniments e pròves, e s'an realizat 15 accions de dinamizacion intèrna dera destinacion.

### Accions de promocion dirigides ath public finau

Ath delà des anteriores accions de promocion FTVA particeps enes diferents accions dirigides ath public finau, pendent er an 2014 s'an desvolopat es accions següentes:

- VILLAGE CATALÁN, Lyon
  - Accion conjunta damb era ACT
  - Generic
  - Mercat francés
- DÍA D'ARAN, Barcelona
  - Stand individuau
  - Generic
  - Mercat catalan
- JAZZALDIA,
  - Accion conjunta con ACT
  - Generic
  - Mercat catalan

## Assistència a jornades techniques

En marc dera certificacion Biosphere, e en consonància d'optar ath desenvolopament toristic sostenible dera destinacion, des de FTVA s'a assistit en qualitat de ponent a dus eveniments relacionadi:

- Congrès deth "Global Sustainable Tourism Council", amiat a tèrme en Barcelona, e a on participen totes es destinacions toristiques mondias que vòlen desenvolopar era sua estratègia en torisme responsable.
- Torisme responsable - oportunitats de melhora, amiat a tèrme en Montesquiu, Catalonha, jornada organizada per Airau de Territori e Sostenibilitat dera Diputacion de Barcelona.

## Promocion e dinamizacion deth comèrç

Era Agència deth Comèrç d'Aran a per objectiu promòir, assessorar e dinamizar eth comèrç dera Val, entà coordinar e promòir accions encaminades a melhorar era competitivitat deth sector; un sector composat per 390 comèrçi e tres associacions de comerçants: Vielha, Bossòst e Baqueira.

Pendent er an 2014 s'an realizat diferents accions, des quaus a mode de resum se destaquen es següentes:

- **Associacion de Comerciants de Vielha**
  - VI Concors d'aparadors. Participèren 14 comèrçi deth 20 de deseme 2013 ath 6 de gèr de 2014.
  - Snowfest Val d'Aran. Eveniment que se realizèc era dimenjada deth 28 e 29 de noveme entà dar començament era naua sason d'iuèrn, damb era celebracion d'ua hèira de nhèu damb stands de marques de esquí, comèrçi, clubs d'esquí e Baqueira Beret, atau coma diuèrses activitats entàs diferents publics.
- **Associacion de Comerciants e Empresaris de Bossòst**
  - Jeudi Promo, participèren en aguesta promocion 30 comèrçi de Bossòst.



- **Assessorament**

- Pendent er an 2014, s'a seguit informant sus es ajudes e subvencions d'interès entàs diferents tipes d'establiments.

Collaboracion damb era Generalitat de Catalunya deth Consorci de Comèrç, Artesania e Mòda de Catalunya

- **D'autres accions**

- Hèira de Sant Josep de Mollerusa deth 20 ath 23 de març, damb era exposicion, informacion e degustacion des productes agroalimentaris dera Marca de Garantía.
- Fira de Sant Miquèu de Lleida deth 25 ath 28 de seteme, damb era exposicion, informacion e degustacion des productes agroalimentaris dera Marca de Garantía.
- Fira de Sant Ermengol dera Seu d'Urgell eth 18 e 19 d'octubre, damb era exposicion, informacion e degustacion des productes agroalimentaris dera Marca de Garantía.
- Hèira Hèt a Man , Hèt Aciu, deth 19 al 21 d'agost, participeren ena edicion 2013, 22 artesans.
- Aran Market, Botigues en carrèr, deth 22 ath 25 d'agost. Ena edicion deth 2013 participèren 24 comèrçi
- Salón "TheCraftroom", organizat peth Consorci de Comèrç, Artesania e Mòda de Catalunya, der 11 ath 13 de junhsèga. Ei ua hèira de promocion e venda d'artesanía a nivèu estatau e internacionau, a on participèren 11 artesans en stand deth Conselh Generau d'Aran e d'auti dus artesans damb stand propi.
- Hèira Mercat de Mercats en Barcelona, a on i aiuen representadi 120 stands a on poder véner e promòir producte, degustar e participar enes diferents activitats relacionades damb productes agroalimentaris, ena Aula Gastronomic, deth 17 ath 19 d'octubre de 2014

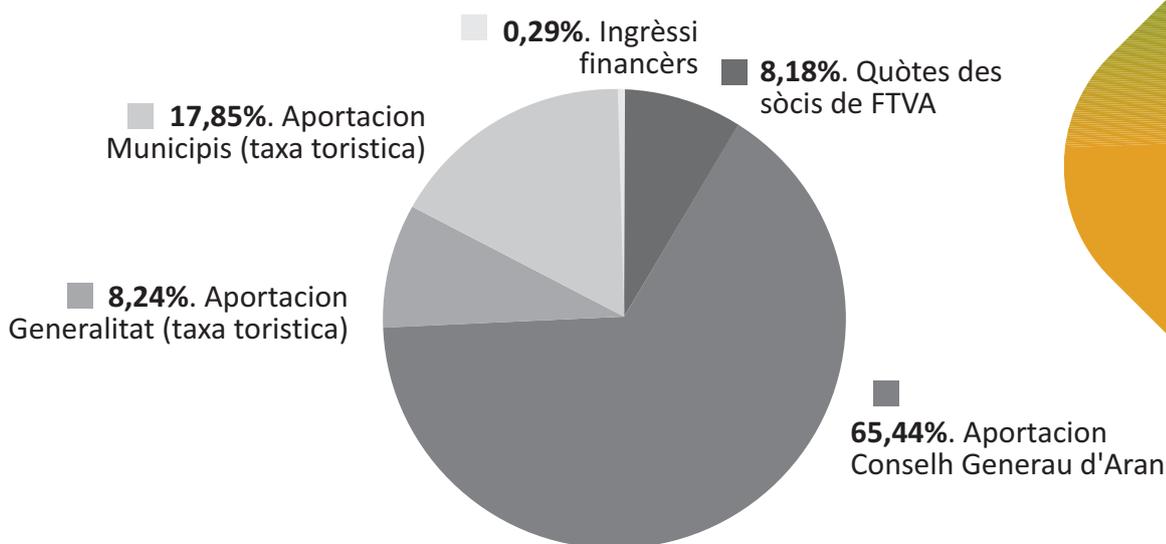
- **Accions de gastronomia**

- Fitur- Pati Gastronomic deth 22 ath 24 de gèr. Era Agència Catalana de Torisme compdèc damb era Val d'Aran entà promòir era gastronomia aranesa, damb plats elaboradi pera Escòla d'Ostaleria de Les.
- Alimentària 2014, deth 31 de març ath 3 d'abriu en Barcelona. En aguesta edicion dus restaurants dera Val d'Aran participèren en Showcooking, damb era degustacion de diuèrsi plats, elaboradi damb productes dera Marca de Garantia, coma eth caviar, esturion, foie,...
- Era Olhada, s'amièc a tèrme eth dia 9 de març en Pla de Beret, damb era degustacion deth plat tipic dera olha aranesa, damb era collaboracion dera Escòla d'Ostaleria de Les, Bodega Príncipe de Viana e productes agroalimentaris dera Marca de Garantia.
- Mòstra Gastronomic dera Codina Aranesa, s'amièc a tèrme deth 23 ath 29 de seteme, a on participèren 8 restaurants e a on se podèc degustar pendent ua setmana de plats dera codina aranesa elaboradi damb productes dera Val.

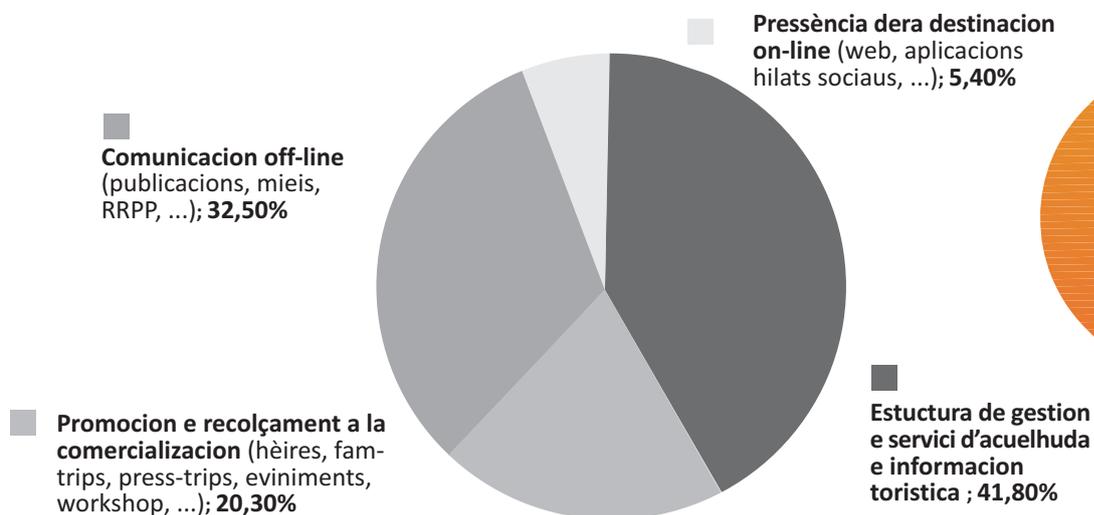


# RESUM D'ERA ACCION DE MARQUETING TURISTIC DE FTVA 2014

## Origen. Hònts de financiacion an 2014



## Aplicacion. Distribucion pressupostària an 2014



## **Redaccion e contingut:**

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

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

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

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

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

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

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

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

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



# VAL D'ARAN

Era essència des Pirenèus

+ info

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

Tel. 973 64 06 88

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

Conselh  Generau d'Aran



# M

**memoria**  
TORISME VAL D'ARAN  
2 0 1 4



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

# contingut

	<b>INTRODUCCIÓ</b>	<b>3</b>
	<b>EL TURISME DE LA VAL D'ARAN EN XIFRES</b>	<b>7</b>
	<b>Oferta turística i de comerç</b>	<b>7</b>
	<b>Demanda turística</b>	<b>8</b>
	INE. Viatgers, pernотacions, estada mitja i origen	<b>8</b>
	Sistema Propi (SPTVA). Ocupació per setmanes	<b>10</b>
	<b>EL SERVEI D'INFORMACIÓ I ACOLLIDA DEL VISITANT DE LA VAL D'ARAN</b>	<b>12</b>
	<b>Servei d'informació i acollida del visitant de la Val d'Aran</b>	<b>12</b>
	<b>Quantificació del servei i caracterització dels visitants</b>	<b>13</b>
	Perfil dels visitants de les oficines d'informació turística	<b>14</b>
	<b>L'ACCIÓ DE MARKETING TURÍSTIC DE LA VAL D'ÁRAN</b>	<b>17</b>
	<b>Accions destacades de l'any 2014</b>	<b>17</b>
	<b>Comunicació</b>	<b>20</b>
	Premsa escrita genèrica i especialitzada	<b>20</b>
	Donades de la presència online de la destinació	<b>21</b>
	Accions de comunicació conjuntes amb tercers	<b>22</b>
	Edicions i reedicions	<b>23</b>
	<b>Promoció i suport a la comercialització turística</b>	<b>24</b>
	Promoció a través de "xarxes de col.laboració"	<b>24</b>
	Accions de promoció dirigides al públic professional	<b>25</b>
	Accions de promoció dirigides al públic final	<b>28</b>
	Assistència a jornades tècniques	<b>29</b>
	<b>Promoció i dinamització del comerç</b>	<b>29</b>
	<b>Resum de l'acció de marketing turístic de FTVA 201429</b>	<b>31</b>

## ¿Què és FTVA?

- És l'organisme tècnic de promoció turística per a la Val d'Aran, creat l'any 1998 i format pel Conselh Generau d'Aran i el sector empresarial aranès. És l'eina de promoció de la Val d'Aran com a destinació turística, de forma conjunta amb totes les empreses, entitats i organismes vinculats al turisme de forma directa o indirecta, fet pel qual hi és present a totes aquelles accions orientades a promoure i atraure visitants a la Vall.

## ¿Què fa FTVA?

- El.laborar un plan de màrqueting turístic annual de forma consensuada amb les empreses membre que volen participar. Implementar les accions de màrqueting (promoció, comercialització i mitjans) definides.
- Donar assessorament professional als membres, en matèria de promoció, basat en el coneixement i anàlisi de cada un dels mercats
- Definir les estratègies promocionals i d'ajuda a la comercialització, ajustades a les exigències de la demanda i de les característiques de cada mercat.
- Garantir l'acompliment del Pla Estratègic de Turisme de la Val d'Aran.

## ¿Qui en forma part?

- Consell Rector:
  - CGA Mgfc. Sr. Carlos Barrera Sánchez
  - CGA. Mgfc. Sra. Anna Díaz Morelló
  - A. VIELHA-MIJARAN. Iltre. Sr. Alex Moga Vidal
  - A. NAUT ARAN. Iltre. Sr. César Ruiz-Canela Nieto
  - A. BOSSÒST. Iltre. Sr. Francisco Rodríguez Miranda
  - CGA. Mgfc. Sr. Jose Enrique Arró Cuny
  - CGA. Mgfc. Sr. Eduardo Valdecantos Dedieu
- Consel Tècnic:
  - Hotel Urogallo. Sr. Jusèp Calbetò Giménez
  - Baqueira Beret. Sr.Xavi Ubeira
  - Cambra Comèrç. Sr. Javier Bordes Claveria
  - Cava Beso. Sr. Antonio Beso
  - Camins. Sr. José Luis Garcia
  - CGA. Magnífica Sra. Anna Díaz Morelló
  - Gremi d'Ostalèria. Sr. Juan Antonio Serrano
  - Foment del Torisme Val d'Aran. Sra. Marisol Ariño Collo
  - Naut Viajes. Sr. Manuel Mosteiro
  - Taxis. Sr. José Maria Vergés.

## ¿Què ofereix FTVA a les empreses membre?

- Participació als processos de decisió dels objectius, estratègies i accions de FTVA. Pla de màrqueting turístic d'Aran definit amb els empresaris.
- Participació activa a les accions del pla annual.



- Presència a les campanyes de promoció conjuntes amb els operadors.
- Presència de l'oferta de l'empresa a la guia de serveis recomanada de FTVA.
- Distribució del material de promoció als principals mercats emissors.
- Presència de les empreses membre a les accions dels diferents clubs de producte, segells i avals dels que FTVA forma part.
- Presència de les empreses membre a les accions de premsa i comunicació generals i específiques del producte.
- Informes periòdics de les accions realitzades.
- Assistència tècnica en matèria de promoció a les empreses membre.
- Distribució del material promocional a les empreses membre.
- Utilització dels recursos e infraestructures d'altres institucions mitjançant el conveni de col.laboració (*Turespaña, Agència Catalana de Turisme i Terres de Lleida.*)
- Accés a estudis de mercat actualitzats sobre les tendències de mercat, tant de l'oferta com de la demanda.
- Base de dades per a enviament de mailing
- *Foment Torisme Val d'Aran i l'Agència deth Comerç d'Aran posen en maxa accions per a la dinamització i assessorament del comerç d'Aran. L'agència és un òrgan actiu, capaç de coordinar i promoure accions de millora per a la competitivitat del comerç.*

## ¿Quines són les funcions de FTVA?

- 1. Promoció turística**
- 2. Suport a la comercialització**
- 3. Creació de nous productes**
- 4. Seguiment dels mercats**
- 5. Informació turística**

## ¿Quins són els reptes generals de Foment Torisme Val d'Aran?

- Desestacionalitzar la temporada. Allargar el número d'arribades de l'actual temporada turística, promocionant productes alternatius en períodes de menor afluència turística.
- Incrementar el número de pernотacions i la despesa mitjana per turista. L'objectiu és avançar i mantenir un turisme de qualitat, captant un turisme de major poder adquisitiu que pugui apreciar el valor afegit dels productes ofertats.
- Optimitzar recursos, introduir indicadors de retorn de la inversió. Gestionar de forma eficaç i eficient els recursos públics i privats que formen part del pressupost anual.

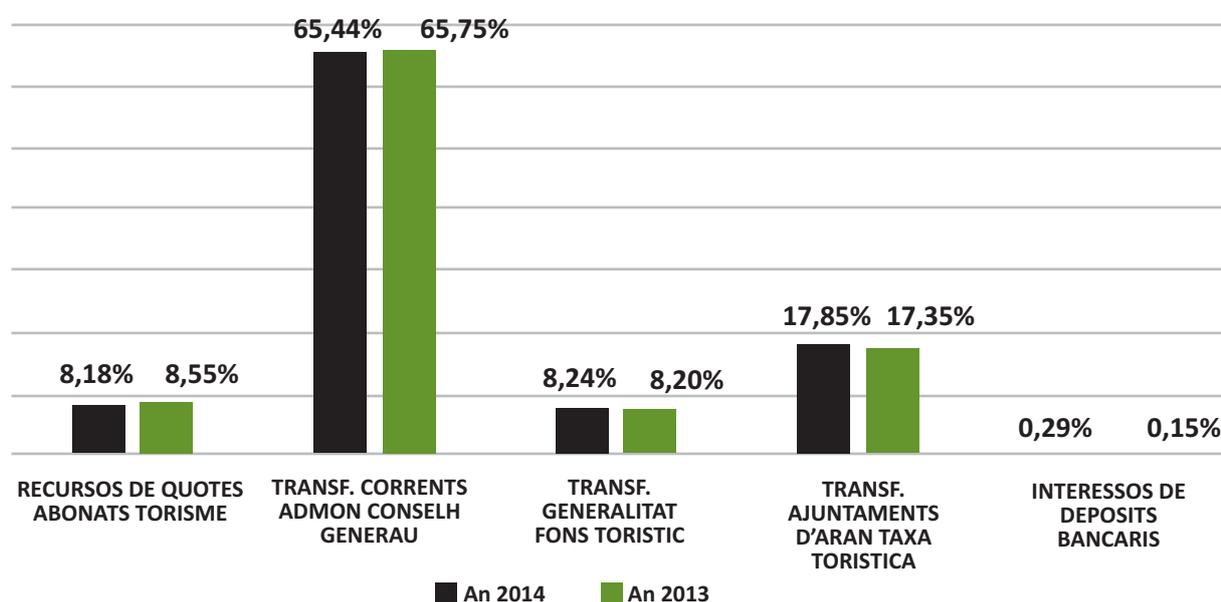
## ¿Quin ha estat el pressupost gestionat per FTVA durant l'exercici 2014?

Durant l'any 2014, l'equip de FTVA ha gestionat un pressupost de 664.723,80€ destinats a informació, promoció i suport a la comercialització turística.

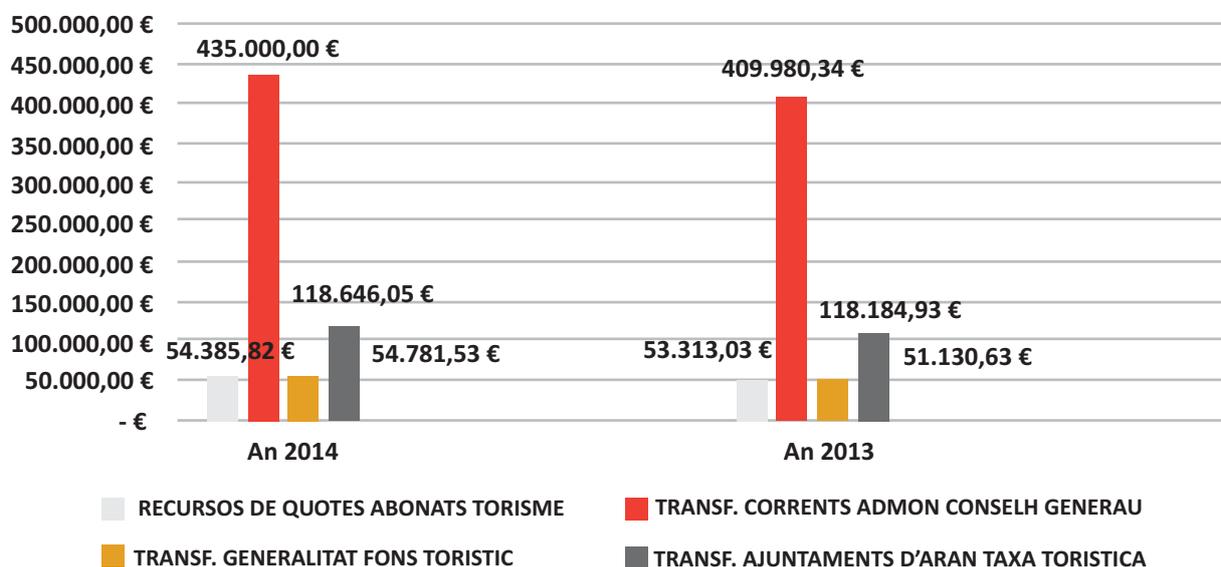
L'import gestionat ha estat un 7% més elevat que l'any anterior, a més cal sumar-li més de 20.000€ que es van invertir en una campanya conjunta financada per l'Agència Catalana de Turisme.

A continuació es desglossen les fonts de financiació de FTVA, cal destacar una major aportació econòmica de tots els integrants de FTVA, sumada a un major ingrés pel concepte de taxa turística assolida per un increment en el nombre de turistes que van pernoctar a la vall.

### Distribució del pressupost per procedència d'ingressos (%), 2013-2014



### Distribució del pressupost per procedència d'ingressos (€), 2013-2014





## ¿Quines són les quotes anuals per a participar com a soci de FTVA?

- Grans empreses 1.835,40€ y 917,70 €
- Oferta d'allotjament (> de 15 habitacions) 441,00 €
- Oferta d'allotjament, restaurants, empreses d'activitats, comerç, 220,50 €
- Agències de viatge i immobiliàries: 441,00 €

\*No existeix quota inicial per a ser soci.

## ¿Quants són i com es distribueixen els socis actuals per sectors d'activitat?

L'any 2014 s'han produït 4 baixes i 17 altes en nombre de socis, sent aquests formats en l'actualitat per **204 empreses que representen els següents percentatges de l'oferta global de la destinació:**

- Allotjaments **48,99%**
- Restaurants **13,91%**
- Bars **5,88%**
- Turisme actiu **54,76%**
- Comerç i serveis **13,41%**



# el turisme de la Val d'Aran en xifres

L'any 2014 es va continuar amb el perfeccionament de l'àrea denominat “**Sistema de Intel·ligència i Informació Turística de la Val d'Aran**”, àrea responsable del procés d'anàlisi i monitoratge de les fonts d'informació disponibles sobre l'activitat turística, tant dades relatives a l'oferta turística, com a dades que permeten aprofundir en el coneixement de la demanda, així com aixecament d'informació primària a través del sistema de recopilació d'informació sobre el visitant actual que es duu a terme des de les oficines de turisme de la Vall.

Des del punt de vista de la planificació, disposar de sèries de dades històriques, recopilades amb els mateixos paràmetres metodològics, permet realitzar projeccions i previsions més encertades i fiables cara al futur.

Amb les dades recopilades l'any 2014 ja es disposa d'una **sèrie de 3 anys consecutius**, en els quals s'ha utilitzat la mateixa metodologia per conèixer tant les magnituds de l'oferta com aprofundir en el coneixement del nombre, procedència i altres dades relatives al perfil de la demanda turística de la vall.

## Oferta turística i de comerç

L'oferta turística de la Val d'Aran, molt consolidada, ha registrat un fort increment en nombre d'allotjaments turístics, a causa de la nova legislació que ha fet aflorar i legalitzar els allotjaments en apartaments turístics, passant de 151 a 604 establiments comptabilitzats. També es van registrar lleus creixements de l'oferta complementària, component-se a l'any 2014 de 194 bars i restaurants, 33 equipaments culturals, esportius i d'oci, 44 empreses de turisme actiu i 334 comerços.

En nombre de llits es comptabilitzen aproximadament 12.000 places d'allotjament turístic reglat, el 41% de totes les places d'allotjament de la província de Lleida, a les quals se sumen aproximadament 18.000 en segones residències. En total la capacitat d'allotjament de la destinació s'estima en aproximadament 30.000 llits.

*L'oferta reglada d'allotjament de la vall s'ha vist incrementada en un nombre molt important a causa de la nova legislació que ha fet aflorar i legalitzar els allotjaments en apartaments turístics, passant de 151 a 604 establiments registrats. En la resta de l'oferta complementària, excepte la d'equipaments esportius i lúdics, s'han registrat lleus augments, en total l'oferta complementària ha crescut un 2,4% en nombre d'establiments.*





	Establiments 2013	Establiments 2014	Increment 2013/2014
Allotjament turístic	151	604*	300,00%
Bars i restaurants	194	198	2,06%
Equipaments culturals, esportius i d'oci	33	33	0,00%
Empreses de turisme actiu	44	45	2,27%
Comerços	334	342	2,40%

\*L'increment en els allotjaments turístics és tan elevat a causa de la nova normativa dels apartaments turístics i la seva legalització.

## demanda turística

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

**Institut Nacional d'Estadística (INE).**(font secundària externa). Proporciona les següents dades: nombre de viatgers, pernoctacions 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 d'allotjament hotelier de la Vall, i per zones de la Vall. Aquesta enquesta permet conèixer en temps real l'ocupació hotelera a les tres zones de la Vall per categories.

**Gestor Estadístic Oficines de Turisme (GEOT).**(font primària). Dades recollides a les oficines de Turisme de Vielha i Salardú dels turistes que visiten la destinació i utilitzen el servei d'informació turística. Les enquestes permeten conèixer el perfil del visitant actual, amb variables com a nacionalitat, motiu de viatge, llocs d'interès, segment d'edat, tipus d'allotjament utilitzat, companyia en el viatge i idioma emprat. La mostra recopilada és molt significativa, l'any 2014 s'han realitzat més de 45.000 enquestes.

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

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

Durant l'any 2014 Val d'Aran ha rebut 210.995 viatgers allotjats en establiments hotelers, que han generat 612.864 pernoctacions. Les taules següents mostren els resultats dels cinc últims anys per zones dins de la Vall.

*L'any 2014 s'han registrat resultats similars als anys 2010 i 2011, no obstant això respecte al 2013 ha disminuït un -4,8% el nombre de viatgers comptabilitzats, però ha pujat 1,1% el nombre de pernoctacions, a causa de l'allargament de l'estada mitjana que passa de 2,7 a 2,9 nits.*

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		2013	11.104	
	2012	82.718		2012	146.627		2014	11.992	
	2013	75.240		2013	135.401		PERNOCTACIONS	2012	36.015
	2014	68.211		2014	130.792			2013	32.205
PERNOCTACIONS	2010	239.877	PERNOCTACIONS	2010	343.422	PERNOCTACIONS	2014	34.645	
	2011	230.996		2011	347.850				
	2012	262.195		2012	373.324				
	2013	238.222		2013	335.999				
	2014	235.140		2014	342.862				

Per a les següents dades solament es disposa de dades de las zones de Naut Aran i Vielha-Mijaran, es treballa amb la suma d'aquests dos punts turístics contemplats per l'INE. Comparats els principals mercats emissors per origen, el turisme nacional rebut per la Vall s'ha seguit reduint l'any 2014, però aquesta baixada s'ha vist contrarestada per una **pujada important en les pernoctacions del mercat estranger que ha allargat considerablement la seva estada respecte a anys anteriors**. En les següents taules es mostren els resultats per zones i la comparativa per anys.

SUMA ZONES	PROCEDÈNCIA	2012	2013	2014	Increment 2013/2014
VIATGERS	NACIONALS	176.607	162.731	152.903	-6,04%
	EXTRANGERS	49.695	47.910	45.967	-4,06%
PERNOCTACIONS	NACIONALS	517.414	454.208	446.596	-1,68%
	EXTRANGERS	118.105	119.593	131.406	9,88%
ESTADA MITJANA	NACIONALS	2,93	2,79	2,92	0,13
	EXTRANGERS	2,38	2,50	2,86	0,36

NAUT ARAN	NAUT ARAN	PROCEDÈNCIA	2012	2013	2014
	VIATGERS		NACIONALS	60.461	52.146
EXTRANGERS			22.256	23.094	20.632
PERNOCTACIONS		NACIONALS	198.952	170.638	165.169
		EXTRANGERS	63.243	67.164	69.971

VIELHA e MIJARAN	VIELHA e MIJARAN	PROCEDÈNCIA	2012	2013	2013
	VIATGERS		NACIONALS	116.146	110.585
EXTRANGERS			27.439	24.816	25.335
PERNOCTACIONS		NACIONALS	318.462	283.570	281.427
		EXTRANGERS	54.862	52.429	61.435



*El turisme d'origen estranger ha representat l'any 2014 el 23% de la demanda de la Vall que s'allotja en establiments turístics reglats, tant a nivell de viatgers, com pernотacions el turisme estranger se segueix consolidant cada vegada més en la destinació.*

SUMA ZONES	PROCEDÈNCIA	2012	2013	2014
VIATGERS	NACIONALS	78%	77%	77%
	EXTRANGERS	22%	23%	23%
PERNOCTACIONS	NACIONALS	81%	80%	77%
	EXTRANGERS	19%	20%	23%

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

La Val d'Aran presenta l'any 2014 un balanç d'ocupació amb resultats similars als anys anteriors, destacant la recuperació de l'ocupació per a la zona de Baish Aran.

En les següents taules es mostren els resultats d'ocupació per mesos, les dades són proporcionades directament pels establiments, atenent a trucades que s'executen setmanalment.

### NAUT ARAN

	GEN	FEB	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DES	MITJANA
<b>2010</b>	61,80%	59,93%	53,94%	14,36%	8,17%	13,40%	31,66%	54,39%	20,08%	24,53%	16,35%	51,56%	<b>34,18%</b>
<b>2011</b>	53,92%	63,45%	52,45%	18,81%	7,18%	14,62%	29,67%	55,67%	26,98%	19,82%	7,36%	32,65%	<b>31,88%</b>
<b>2012</b>	55,95%	65,38%	49,82%	19,25%	4,96%	9,73%	28,22%	53,16%	28,21%	8,40%	5,81%	39,13%	<b>30,67%</b>
<b>2013</b>	51,75%	55,26%	52,63%	21,93%	5,97%	7,86%	31,69%	51,67%	27,02%	8,13%	17,11%	46,51%	<b>31,46%</b>
<b>2014</b>	50,31%	58,61%	51,77%	38,10%	4,03%	10,72%	33,34%	58,84%	17,42%	6,12%	11,33%	35,45%	<b>31,34%</b>

### MIEI ARAN

	GEN	FEB	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DES	MITJANA
<b>2010</b>	52,12%	50,33%	46,62%	26,49%	18,66%	27,29%	41,67%	63,56%	35,83%	30,78%	24,73%	40,15%	<b>38,19%</b>
<b>2011</b>	55,83%	48,37%	43,77%	20,71%	15,63%	26,15%	36,89%	71,57%	34,36%	30,40%	21,79%	31,39%	<b>36,41%</b>
<b>2012</b>	61,69%	59,78%	51,06%	27,94%	18,76%	24,54%	39,75%	60,17%	41,44%	27,74%	27,74%	33,34%	<b>38,57%</b>
<b>2013</b>	44,31%	49,19%	49,38%	29,87%	17,71%	22,61%	31,61%	61,03%	40,85%	28,50%	19,83%	43,71%	<b>36,55%</b>
<b>2014</b>	48,53%	49,49%	45,39%	28,13%	16,82%	25,44%	35,96%	67,58%	31,25%	30,31%	28,18%	34,70%	<b>36,82%</b>



## BAISH ARAN

	GEN	FEB	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DES	MITJANA
<b>2010</b>	32,55%	15,86%	10,80%	27,67%	25,62%	35,39%	33,27%	62,89%	34,65%	24,78%	28,05%	22,47%	<b>29,50%</b>
<b>2011</b>	30,91%	25,63%	30,29%	19,20%	28,91%	30,44%	36,40%	64,15%	36,80%	31,54%	31,53%	16,81%	<b>31,88%</b>
<b>2012</b>	16,49%	11,90%	12,39%	12,88%	13,40%	26,78%	26,26%	42,89%	29,70%	22,97%	9,33%	20,85%	<b>18,75%</b>
<b>2013</b>	10,03%	10,74%	21,65%	9,40%	12,19%	9,33%	19,39%	44,63%	20,77%	12,29%	18,30%	23,33%	<b>17,67%</b>
<b>2014</b>	47,00%	31,07%	26,89%	18,62%	11,03%	18,54%	42,86%	47,68%	22,59%	7,95%	10,58%	27,57%	<b>26,20%</b>



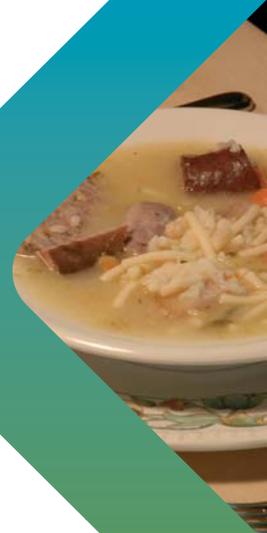
# el servei d'informació i acolliment del visitant de la Vall d'Aran

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

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

Des de les oficines de turisme presten els següents serveis:

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





Las oficinas obertes tot l'any són:

**Oficina de Turisme de Vielha** (o.torisme@aran.org) amb horari de 9:30 a 13:30 h i de 16.00 a 20.00h tots els dies, excepte temporada baixa de dilluns a dissabte de 10:00 a 13.30 h i de 16.30 a 20.00 h. diumenges tancada. Al mes d'agost oberta tots els dies de 09:30 h a 20:00h.

**Oficina de Turismo de Salardú**(o.s.torisme@aran.org) amb un horari en temporada alta de 09:30 a 12:30 h i de 16.00 a 19.00 h de dilluns a dissabte, els diumenges tancada a l'hivern. Fora de temporada l'oficina obre de dilluns a dissabte de 09:00 a 15.00h.

Les oficines obertes i gestionades per FTVA a l'estiu els mesos de juliol i agost són:

**L'Oficina de Turisme de Arties** (o.a.torisme@aran.org) amb horari de 09.00 a 14:00 h i 16.00 a 19:00 h de dimarts a diumenge.

Punt d'Informació **Aiguamòg- Banhs de Tredós**

Punt d'Informació **Aran Park**, obert des de l'any 2014

## Quantificació del servei i caracterització dels visitants

*Les oficines de turisme de Vielha i Salardú han atès durant l'any 2014 a 62.445 visitants, el 89% d'ells en l'oficina de turisme de Vielha.*

*Sumant els altres punts d'informació turística oberts temporalment, la xifra total de visitants atesos ascendeix a 76.232 persones.*

Principals característiques del visitant de les oficines de turisme l'any 2014 i canvis significatius en el seu comportament respecte l'any 2013:

- El 98,26% dels turistes visita la Vall per motius de vacances, percentatge similar al comportament del 2012.
- El 69,49% dels turistes té edats compreses entre els 36 i els 65 anys, s'amplia de forma notable respecte l'any anterior el segment de majors de 65 anys.
- El 58,00% pernocta en oferta d'allotjament hotelier, percentatge superior a l'any 2013 en 3,5 punts percentuals. També s'incrementen els viatgers que declaren pernoctar en apartaments turístics.
- La major part de la informació sol.licitada sobre l'oferta turística en general, la sol.licita un 54,00% dels visitants, també puja en rellevància la sol.licitud d'informació sobre oferta de restauració,15,2%, i esdeveniments 11,3%.
- El material que més s'ha lliurat a les oficines és el mapa turístic (36.466 exemplars) i el mapa de senderisme (21.454 exemplars), seguit pel mapa de Vielha (10.153 exemplars). En total s'ha incrementat el material lliurat en 31.813 unitats.
- L'any 2014 el 84% dels visitants de les oficines de turisme són d'origen nacional i el 16% d'origen estranger, un per cent més que l'any anterior.



Els turistes que més acudeixen a les oficines de turisme procedeixen de Catalunya, representen el 46% del total de visitants, els arribats de la província de Barcelona representen al seu torn el 35% de totes les persones ateses en les oficines de turisme. Els segueixen al mercat nacional els arribats de la Comunitat Valenciana que representen el 10% de visitants, seguits dels de la Comunitat de Madrid (8%) i País Basc(6%).

En el cas dels visitants estrangers, els que més acudeixen a les oficines de turisme son francesos, representant el 9,5% del total de visitants, seguits pels procedents d'Israel, que representen el 1,4%, pels de Benelux amb 1% i els visitants britànics que representen el 0,8% del total

A continuació se detallen els resultats d'afluència dels visitants a les OT obertes tot l'any per mesos:

## OIT VIELHA

TURISTES	GEN	FEB	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DES	TOTAL
2010	4,50%	4,60%	5,70%	6,70%	4,30%	7,40%	14,70%	26,20%	9,70%	8,20%	2,70%	5,30%	50.820
2011	3,50%	3,00%	4,30%	7,50%	3,60%	8,00%	15,10%	28,60%	9,90%	8,20%	2,70%	5,60%	58.758
2012	4,50%	4,40%	5,10%	9,40%	4,60%	5,90%	15,70%	29,00%	8,50%	4,80%	3,50%	5,20%	45.108
2013	4,00%	4,30%	8,00%	4,80%	4,00%	5,00%	12,90%	32,70%	11,00%	6,20%	4,20%	5,00%	47.282
2014	3,40%	3,30%	4,20%	7,84%	2,60%	5,80%	16,00%	33,60%	9,50%	4,99%	2,50%	4,70%	55.482

## OIT SALARDÚ

TURISTES	GEN	FEB	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DES	TOTAL
2010	2,00%	2,70%	3,90%	2,20%	0,50%	0,10%	24,11%	53,30%	6,20%	0,80%	0,10%	4,30%	6.358
2011	1,40%	1,30%	1,30%	3,90%	0,60%	7,40%	26,90%	41,70%	7,90%	3,10%	0,00%	4,40%	8.755
2012	2,80%	2,40%	2,70%	4,30%	0,10%	5,10%	22,90%	47,30%	6,70%	1,40%	0,20%	3,70%	7.332
2013	2,40%	2,00%	4,80%	0,50%	0,50%	2,10%	21,10%	52,00%	10,10%	1,00%	1,40%	1,80%	7.013
2014	1,30%	1,30%	1,00%	4,70%	1,00%	2,50%	20,70%	59,64%	4,30%	0,50%	0,50%	2,90%	6.973

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

### Motiu de la visita.

MOTIVACIÓ	PERSONES 2013	PERSONES 2014	PERCENTATGES 2013	PERCENTATGES 2014
Vacances	46.301	54.517	97,93%	98,26%
Negocis	121	22	0,26%	0,04%
Oci	842	888	1,78%	1,6%
Dades no informades	18	55	0,04%	0,1%
<b>Total</b>	<b>47.282</b>	<b>55.482</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



## Edat

INTERVALS	PERSONES 2013	PERSONES 2014	PERCENTATGES 2013	PERCENTATGES 2014
16 a 25 anys	456	433	0,96%	0,78%
26 a 35 anys	12.552	12.289	26,55%	22,15%
36 a 65 anys	32.039	38.554	67,76%	69,49%
> 65 anys	2.235	4.205	4,73%	7,58%
<b>Total</b>	<b>47.282</b>	<b>55.482</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Tipus de pernoctacions

	PERSONES 2013	PERSONES 2014	PERCENTATGES 2013	PERCENTATGES 2014
Hotels	25.793	32.179	54,55%	58,00%
Campings	1.277	4.677	2,70%	8,43%
Torisme rural	5.532	3.418	11,70%	6,16%
Apartaments turístics	7.305	9.027	15,45%	16,27%
2ª Residència	3.064	3.773	6,48%	6,8%
Familiars	1.877	760	3,97%	1,37%
Albèrgs	1.891	311	4,00%	0,56%
Auti	543	1.337	1,15%	2,41%
<b>Total</b>	<b>47.282</b>	<b>55.482</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Informació sol.licitada

	PERSONES 2013	PERSONES 2014	PERCENTATGES 2013	PERCENTATGES 2014
Informació de la oferta turística	32.152	30.237	68,00%	54,50%
Transports	906	1.370	1,92%	2,47%
Seguretat ciutadana	12	94	0,03%	0,17%
Allotjaments	3.125	2.513	6,61%	4,53%
Restauració	5.370	8.433	11,36%	15,20%
Oci	2.489	4.194	5,26%	7,56%
Esdeveniments	2.692	6.275	5,69%	11,31%
Comerç	363	2.097	0,77%	3,78%
Altres	174	266	0,37%	0,48%
<b>Total</b>	<b>47.282</b>	<b>55.482</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Material lliurat en l'oficina de Torisme.

FULLETONS	2012	2013	2014
Mapa de senderisme	16.994	18.066	21.454
Llibre Senderisme	381	244	554
BTT- Cicloturisme	1.703	2.368	7.465
Mapa Turístic	37.282	34.319	36.466
Pesca	3.529	164	1.145
Turisme d'Aventura	192	3.529	9.872
Mòstra gastronòmica	1.740	730	730
Aiguamòg-Valarties	3.529	721	1.835
Raquetes	2.790	2.368	1.863
Restaurants	6.021	4.477	8.734
Allotjaments	2.672	2.200	2.200
Taxis	260	150	0
Patrimoni	5.162	7.614	13.753
Artiga de Lin	720	336	336
Busos	4.752	2.526	5.867
Mapa de Vielha	0	8.428	10.153
Wildlife	0	1.075	3.322



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

L'equip professional de FTVA, estructurat per àrees de màrqueting turístic, ha desenvolupat al llarg de l'any 2014 nombroses accions de comunicació, promoció y comercialització, amb l'objectiu d'atreure mercat turístic cap a la destinació.

Les accions que es detallen a continuació en la present memòria estan alineades amb les estratègies generals marcades per a la destinació en el Pla Estratègic de Turisme de la Vall per al període 2012-2014, complementat amb el Pla de Màrqueting Operatiu 2014.

## Accions destacades de l'any 2014

A continuació es destaquen dos dels projectes en els quals ha treballat FTVA al llarg de l'any 2014 i que pel seu caràcter transversal i d'enfortiments d'imatge de la destinació en l'àmbit internacional repercuteixen en moltes de les accions de comunicació, promoció i comercialització dutes a terme.

### Val d'Aran Biosphere Destination



Al gener de 2014, la Val d'Aran ha obtingut la certificació *Biosphere Destination* a través de la qual s'ha implantat un Sistema de Turisme Responsable. *Biosphere Destination*, és un sistema de certificació privat i independent promogut per l'Institut de Turisme Responsable (ITR), entitat associada a la UNESCO i a la Organització Mundial del Turisme. Amb la implantació d'aquest sistema, la Val d'Aran, està treballant entorn el turisme responsable, atenent al Pla Estratègic de Turisme de la Vall, concretament en la seva línia d'actuació de qualitat i sostenibilitat. Amb aquesta certificació, la Val d'Aran es compromet a mantenir les accions sostenibles dutes a terme fins al moment i a complir un pla d'acció a tres anys. Durant aquest any es destaca l'aplicació de les següents mesures:





## RESUME D'ACCIONS 2014 DERIVADES DE LA CERTIFICACIÓ BIOSPHERE DESTINATION A LA VAL D'ARAN

### A. INSTRUMENTS PER A UNA POLÍTICA DE TURISME RESPONSABLE

- S'ha difós la Política de Turisme Responsable a residents i turistes a través de la web del Conselh Generau d'Aran i Turisme, i els ajuntaments de la Vall, traduïda a diversos idiomes.
- S'ha difós també la Política de Turisme Responsable de la Val d'Aran fora del territori mitjançant les comunicacions presentades en: el Congrès internacional de turisme sostenible (GTSC, Barcelona), Fitur Green i en la Jornada de Turisme responsable organitzada per la Diputació de Barcelona.
- Se estan editant tots els fulletons turístics amb material més sostenible, amb paper ecològic i lliure de clor.
- Es proporciona informació sobre el compromís amb la sostenibilitat de la destinació als punts d'informació turística de la Vall.
- S'han col·locat papereres de recollida selectiva de residus als edificis d'ús turístic.
- Des del departament de Medi Ambient del Govern d'Aran, es promou un protocol de bones pràctiques a les oficines de Turisme de la Val d'Aran i a la resta de dependències del Consell, amb l'ús de paper reciclat o lliure de clor i amb l'ús responsable dels aparells elèctrics i materials de l'oficina.

### B. DESENVOLUPAMENT SOCIAL I ECONÒMIC DE LA DESTINACIÓ I LA COMUNITAT LOCAL

- Es dona continuïtat al pla de comunicació de la Memòria de Turisme, incloent un apartat de sostenibilitat amb el resum de la Memòria de Sostenibilitat i Política de Turisme Responsable amb carta de presentació.
- S'ha impulsat l'adhesió efectiva dels ajuntaments de la Vall a la Carta d'Aalborg, fomentant igualment la firma del Pacte dels Batlles.
- S'ha fet efectiva la inclusió de criteris mediambientals i socials als processos de compra i en la política de contractació i subcontractació, com pot ser l'exigència de certificacions ambientals, de qualitat, criteris de proximitat...

### C. CONSERVACIÓ I MILLORA DEL PATRIMONI CULTURAL

- El Departament de Cultura i Museus de la Val d'Aran han continuat amb la seva labor de conservació, promoció i difusió del patrimoni i la cultura aranesa.
- S'han realitzat formacions del patrimoni natural i cultural aranès amb l'objectiu de millorar la formació dels agents turístics del territori.
- S'ha continuat també amb la promoció dels productes agroalimentaris mitjançant la marca de garantia de la Val d'Aran i els productes artesanals mitjançant la fira "Hèt a man, hèt aciu".

### D. CONSERVACIÓ AMBIENTAL

- Des del departament de Medi Ambient del Conselh Generau d'Aran es continua treballant per a la conservació de la biodiversitat de la Vall, els projectes a destacar durant aquest 2014 són:

La regulació de la recollida de bolets als boscos públics de la Val d'Aran mitjançant l'ordenança (BOPLI N° 73 del 15/04/2014).

El Projecte de recuperació i conservació de la truita i del Cabilat a la conca del Garona, ([www.garona.org](http://www.garona.org)).

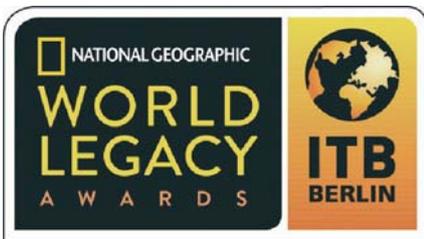
El projecte LifeLimnopirineus, de conservació d'hàbitats i espècies aquàtiques d'alta muntanya del Pirineu.

- S'han realitzat auditories energètiques als principals edificis públics, amb l'objectiu de millorar el seu consum i fer-los més sostenibles.

- S'han realitzat dues jornades per als empresaris de la Val d'Aran sobre la biomassa forestal com alternativa energètica.

S'ha millorat el sistema de recollida selectiva de residus urbans del territori, incorporant la fracció orgànica. Realitzant també diverses campanyes de sensibilització.

### Val d'Aran finalista als "National Geographic World Legacy Awards"



Durant el 2014, Foment Torisme Val d'Aran es va presentar a la primera edició dels *National Geographic Legacy Awards*, una iniciativa de la National Geographic Society en col·laboració amb la ITB de Berlín.

Aquests guardons s'atorguen a les destinacions, organitzacions i empreses que treballen en la transformació de la indústria turística, potenciant el turisme sostenible, i es divideixen en cinc categories: Earth Changers, Sense of place, Conserving Natural World, Engaging Communities i Destination Leadership ([www.nationalgeographic.com/worldlegacyawards/](http://www.nationalgeographic.com/worldlegacyawards/)).

La Val d'Aran va ser nominada finalista a l'octubre, a l'ITB de Singapur; es va fer una selecció de 15 finalistes (entre les cinc categories) d'un total de 150 participants. Concretament va ser finalista a la categoria *Destination Leadership*, conjuntament amb Yosemite (Estats Units d'Amèrica) i l'illa d'Aruba. Aquesta categoria, premia la destinació líder que demostra l'aplicació de les millors pràctiques en la protecció de la natura i la cultura, i que treballa amb els seus visitants per a sensibilitzar-los en la protecció del medi ambient.

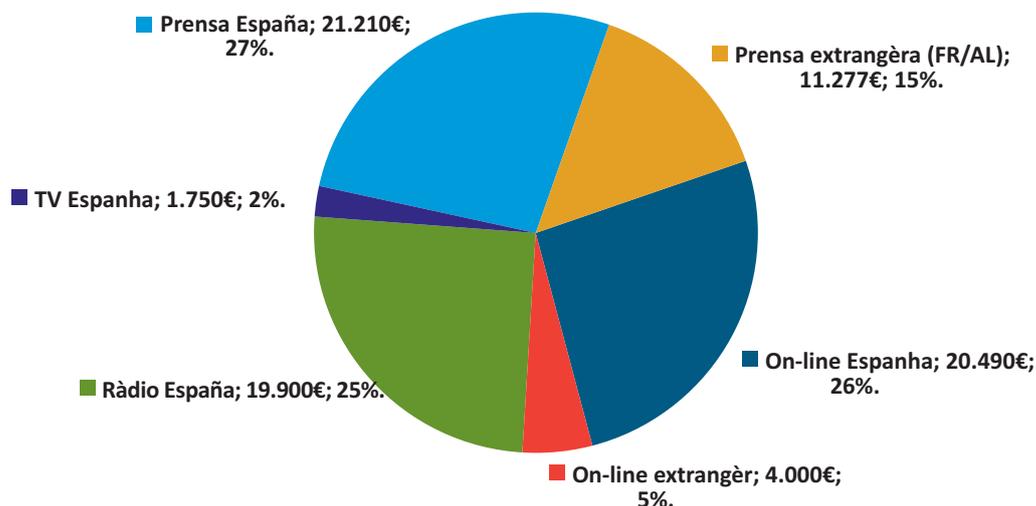
Els premis s'han entregat aquest any 2015 durant l'ITB de Berlín, el guanyador va ser finalment Aruba; tot i així, cal destacar que la Val d'Aran va ser l'única finalista Europea, fet que representa una oportunitat de promoció i d'internalització molt important i un al·licient més per a continuar treballant per un turisme més responsable i pel futur de la Val d'Aran.

Tant els guanyadors com els finalistes dels premis 'Premios Legado' rebran cobertura al National Geographic Traveler i altres mitjans impresos i digitals de National Geographic, assolint una audiència global.

## Comunicació

L'any 2014 el pressupost invertit en comunicació ha estat de 78.627 euros i la seva distribució per mitjans i abast geogràfic ha estat la següent:

### • Distribució del pressupost per tipologia de mitjans i abast, 2014



A aquest pressupost caldria afegir l'impacte que ha generat l'agència de relacions amb els mitjans, que s'estima en més de 500.000€, i altres insercions a cost zero.

### PRENSA ESCRITA

MEDI NACIONAL	INSERCIÓ	REPORTATGES
RACC		1
VIAJAR		1
EVASION		1
NATURA		1
VIAJAR CON HIJOS	1	1
ARAN NAU	8	
GUIA GUM	1	
VIU ERA VAL	1	
EXCELENCIAS	1	1
GRANDES ESPACIOS	1	1
DESCOBRIR CATALUNYA	6	
PANXING	1	1
MUANTAIN BIKER	1	
MUNTANYA	1	
REVISTA BAQUEIRA INVIERNO/VERANO	2	
MEDI INTERNACIONAL	INSERCIÓ	REPORTATGES
LA DEPECHE (BAQUEIRA)		1
LA GAZETTE DU COMMINGES	1	
GUIDE ETE	1	
GUIA VERANO SUD OUEST	1	
PERIODICO SUD OEST	1	
LA DEPECHE DU MIDI	1	
PYRENEES MAGAZINE	1	
MAGAZINE RESPYR	1	

### Premsa escrita genèrica i especialitzada

Durant l'any 2014 la Val d'Aran ha estat present a:

- Mitjans : 24 mitjans
- Insercions publicitàries: 19 mitjans
- Reportatges sense cost: 5 mitjans

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

RÀDIO	
MITJÀ	CAMPANYA
CADENA COPE	HIVERN
CADENA COPE	ESTIU
PRISA RADIO INVIERNO	HIVERN
PRISA RADIO VERANO	ESTIU
RADIO GUM FM	ANUAL

TV	
MITJÀ	PROGRAMA
25 TELEVISION	REPORTATGE FITUR
TV MAGAZINE (BAQUEIRA)	50 ANIVERSARI BAQUEIRA
EVASION TV	REPORTATGE FERRATAS

Les principals accions on-line han estat les següents:

ON-LINE	
MITJÀ	DESCRIPCIÓ ACCIÓ
CRECER FELIZ	VIAJAR EN FAMILIA - SETMANA SANTA
VIAJAR	REPORTATGE VIA FERRATA
EVASION	REPORTATGE FERRATAS
MOUNTAINBIKER	REPORTATGE BTT
INOUTVIAGES	VAL D'ARAN I ESPORT D'HIVERN
INFO SPAIN PORTAL TURESPAÑA	VAL D'ARAN AL PORTAL
EXPOCULTUR	ROMANIC MUSICAU
NEWSLETTER NAVARTUR	NEWSLETTER HIVERN EA LA VAL D'ARAN
RESTAURANTHOTELBAR.COM	BANNER PORTAL WEB RESTAURANTHOTELBAR
OC ESTUDIO	WEB TURISME FAMILIAR
VOYAGES	BANNER VAL D'ARAN
FEM TURISME	BANNER PORTAL WEB FEM TURISME
TRIPADVISOR	PATROCINI FITXA DESTINACIÓ VAL D'ARAN
APP BAQUEIRA 365	ICONA ESSÈNCIA A SOCIOS FTVA
APP "NATURA"	APLICACIÓ MÒBIL FTVA
WIKILOC	BANNER CONCURS ARAN PARK
LUGARES DE NIEVE	2 REPORTATGES SORTEIG ARAN PARK

## Dades de la presència online de la destinació

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

### RESULTATS PORTAL WEB:

- Visites: 2013 - 300.906 // 2014 - 342.652 **(+13.87%)**
- Visitants únics: 2013 - 218.754 // 2014 - 255.215 **(+16.67)**
- Pàgines vistes: 2013 - 1.076.070 // 2014 - 1.095.470 **(+1.80%)**



### RESULTATS COMUNICACIÓ I XARXES SOCIALS:

- NEWSLETTER
  - Lectures. 2013 - 41.20% // 2014 - 17.07% **(-141%)**
  - Subscriptors. 2013 - 1561 // 2014 - 2157 **(+38.1)**
- FACEBOOK
  - Fans. 2013 – 8.347 // 2014 – 11.287 **(+35%)**
  - Abast. 2013 - 1.265.045 // 2014 - 2.460.462 **(+194%)**
- TWITTER
  - Seguidors. 2013 – 2.766 // 2014 – 4.077 **(+147%)**
- INSTAGRAM
  - Seguidors. 2013 - 221 // 2014 - 686 **(+310%)**
  - M'agrada rebuts. 2013 - 383 // 2014 - 886 **(+231%)**
- YOUTUBE
  - Subscriptors 93
  - Visualitzacions 40.706

### Accions de comunicació conjuntes amb tercers

Una altra de les accions en comunicació específiques impulsades des de FTVA ha estat promoure una **campanya conjunta de la destinació Val d'Aran amb Viatges el Corte Inglés**. Aquesta campanya ha estat finançada per part de l'Agència Catalana de Turisme i Viatges el Corte Inglés. A continuació s'especifica el contingut i l'abast de la campanya:

#### Planificacació Prensa

##### Val d'Aran 2014

Supòrt	Format	Data
EL PAIS	½ PAGINA COLOR	20/12/2014
EL PAIS	½ PAGINA COLOR	27/12/2014
EL MUNDO	½ PAGINA COLOR	20/12/2014
EL MUNDO	½ PAGINA COLOR	28/12/2014

Planificació Prensa

Val d'Aran 2014

Supòrt	Format	Data
ABC	½ PAGINA COLOR	20/12/2014
ABC	½ PAGINA COLOR	23/12/2014
ABC	½ PAGINA COLOR	27/12/2014
LA RAZÓN	½ PAGINA COLOR	19/12/2014
LA RAZÓN	½ PAGINA COLOR	21/12/2014
LA RAZÓN	½ PAGINA COLOR	28/12/2014
LA VANGUARDIA	½ PAGINA COLOR	20/12/2014
LA VANGUARDIA	½ PAGINA COLOR	28/12/2014
20 MINUTOS	½ PAGINA COLOR	19/12/2014
20 MINUTOS	½ PAGINA COLOR	22/12/2014



A més s'han realitzat 29 micros de ràdio del 22 al 29 de desembre 2014, a les principals emissores nacionals.

### Edicions i reedicions

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

Aquestes demandes poden procedir de 4 canals:

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



Seguint la línia d'anys anteriors en les publicacions temàtiques, i amb la finalitat de promocionar les empreses col·laboradores amb FTVA es fan constar les empreses prestatàries dels serveis relacionats amb cada una de les publicacions. El material s'ha editat en paper reciclat, seguint la mateixa línia editorial per al conjunt de publicacions.

El total de publicacions editades aquest any ha estat de 153.000, 75.000 unitats menys que l'any 2013, donada la menor producció de material de merchandising i utilització del material en estoc de l'any anterior.

En tot seguir era linha d'ans anteriors enes publicacions tematiques, e damb era finalitat de promòir as empreses colaboradores damb FTVA, se hèn a constar es empreses prestatàries des servicis relacionats damb cada ua des publicacions. Eth materiau s'a editat en papèr reciclat, en tot seguir era madeisha linha editoriau entath conjunt de publicacions.

Eth totau de publicacions editades enguan a estat de 153.000, 75.000 unitats mens qu'er an 2013, a causa dera menor produccion de materiau de merchandising e utilizacion deth materiau en stock der an anterior.

PUBLICACIONS 2014	QUANTITAT
MAPA TURÍSTIC CASTELLÀ	30.000
MAPA TURÍSTIC CATALÀ	25.000
MAPA TURÍSTIC FRANCÈS	10.000
MAPA SENDERISME	15.000
MAPA BTT-CICLOTURISME	12.000
MAPA NEU	10.000
VAL D'ARAN WILDLIFE	5.000
MAPA AVENTURA	10.000
MAPA PATRIMONI CULTURAL	10.000
PESCA	2.500
LLISTAT ALLOTJAMENT	4.000
RESTAURANTS	8.000
HORARIS AUTOBUSOS	3.500
MAPA VIELHA	5.000
AIGUAMÒG VALARTIES	1.500
USB 2 GB	1500
<b>TOTAL</b>	<b>153.000</b>

## Promoció i suport a la comercialització turística

Tal i com s'ha fet en anys anteriors, en 2014 la promoció i suport a la comercialització turística de la destinació s'ha centrat als productes definits al Pla de Marketing i principalment als mercats de proximitat amb recursos propis, així com als mercats de mitja distància en col·laboració amb altres entitats de promoció turística.

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

### **Promoció a través de “xarxes de col·laboració”**

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

#### **Agència Catalana de Turisme**

En el primer cas, l'ACT compta amb diferents vies i canals, com són els Clubs de Producte, línies de promoció específica i els Centres de Promoció Turística de Catalunya a l'estranger. FTVA participa igual que en anys anteriors en les accions promocionals amb els avantatges de soci, participant de l'organització de workshops, famtrips, presstrips i fent servir els canals de promoció off i on-line dels quals disposa l'ACT.

FTVA té una relació molt estreta amb alguns dels CPT's que Catalunya té repartits pel món. Es manté una relació molt propera amb els CPT's de França, Alemanya, Bèlgica i el Regne Unit, mercats estrangers prioritaris.

#### **Catalunya Convention Bureau**

L'Aran Natura Convention Bureau és la plataforma que aglutina tota l'oferta de la Vall especialitzada en turisme de negocis, viatges d'incentius i empreses. Actualment formen part unes 40 empreses del territori, entre allotjaments, agències de viatges i empreses de serveis. L'ANCB forma part del CCB (Catalunya Convention Bureau) i d'aquesta forma aprofita aquelles accions que s'organitzen des d'aquest organisme. Algunes d'aquestes accions en les que s'ha participat activament des de FTVA són:

- FIRA EIBTM (Barcelona)
- FamTrip organitzat per l'ACT dins el marc de la fira EIBTM, mercats Israel, Regne Unit, Alemanya i França
- Workshops a Lyon i a Toulouse
- Aparició al catàleg del CCB

També com ANCB s'ha participat a Salons de Comitè d'empresa francesos.

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

La col·laboració amb el Patronat de Turisme de Lleida es porta a terme a través de diferents reunions periòdiques per a l'elaboració del Pla d'Accions.

#### **Programa Pirineus**

FTVA forma part del programa PIRINEUS, del qual també formen part els Patronats de Turisme de Lleida, Girona i Barcelona així com l'Agència Catalana de Turisme i IDAPA. A través d'una Secretaria Tècnica i en col·laboració amb tots els membres s'elabora un complet Pla d'Accions, que va des de l'assistència a fires genèriques o temàtiques sota el paraigües PIRINEUS a elaboració de material gràfic (mapes i publicacions), accions de col·laboració, organització i assistència a workshops, famtrips, presstrip, etc...

### **Accions de promoció dirigides al públic professional**

Al llarg del 2014 s'ha intensificat la tasca de FTVA dirigida a actors turístics del trade o dels mitjans, fent promoció mitjançant els productes de la destinació en múltiples mercats, desenvolupant un total de 106 accions, pràcticament el doble que l'any anterior.

#### **Assistència a fires i workshops**

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



dels 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 o sota la marca PIRINEUS.
  - Estand Propi.

L'assistència a fires de turisme, salons professionals i jornades s'ha consolidat com a eina indispensable del marketing turístic ja que, a més de donar a conèixer la destinació i la imatge de marca turística de la destinació, permet establir contacte amb un gran número de prescriptors i clients finals actuals i potencials en un període de temps i espai determinat. Tots aquests contactes es gestionen en la base de dades pròpia de FTVA per a la seva activació en funció de les accions del pla de marketing operatiu anual. Durant l'any 2014 FTVA ha estat present a les següents fires i workshops:

MERCAT	PRODUCTE	FIRA
ALEMAND	NATURA-SENDERISME	HÈIRA TOUR NATUR
BENELUX	SENDERISME/CICLOTURISME/BTT	FIETS & WANDELBEURS
CATALUNYA	ARTESANIA	“SETMANA D'ARTESANIA DE CATALUNYA - THE CRAFTROOM”
	GASTRONOMIA GASTRONOMIA GASTRONOMIA E MARCA GARANTIA VAL D'ARAN	FIRA DE SANT JOSEP DE MOLLERUSA HÈIRA DE SANT MIQUEL HÈIRA DE SANT ERMENGOL MERCAT DE MERCATS
ESPAÑA	MARCA VAL D'ARAN NATURA-SENDERISME	S.I.T.C. SALÓ DE L'ESPORT I TURISME DE MUNTANYA
	MARCA VAL D'ARAN	FITUR NAVARTUR FIO
EUROPA DER EST	MICE-LUXE-NHÈU	OTDYKH INTERNATIONAL RUSSIAN TRAVEL MARKET
FRANÇA	MARCA VAL D'ARAN	SALON COMITÉE ENTREPRISE 1 SALON COMITÉE ENTREPRISE 2 SALON COMITÉE ENTREPRISE 3 CONFOREXPO - SALON DE TOURISME «VIVONS 100% SPORT »
HOLANDA	NATURA-SENDERISME	BERSTPORTDAG
INTERNACIONAL	CICLOTURISME MICE-AMASSADES	VELOFOLLIES EIBTM
ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN	IMTM
REIAUME UNIT E IRLANDA	NATURA-WILDLIFE MARCA VAL D'ARAN	BRITISH BIRDWATCHING FAIR WORLD TRAVEL MARKET
RUS	MARCA VAL D'ARAN	MITT

MERCAT	PRODUCTE	WORKSHOP
BENELUX / ISRAEL / ALEMANHA	MARCA VAL D'ARAN	WORKSHOP PIRINEUS
CATALUNHA	TURISME RURAL	WORKSHOP INTERCOMARCAL TURISME RURAL
ESPAÑA	NATURA-NHÈU NATURA-NHÈU NATURA-NHÈU	WORKSHOP NHÈU E INTERIOR 1 WORKSHOP NHÈU E INTERIOR 2 WORKSHOP NHÈU E INTERIOR 3
FRANÇA	MICE-AMASSADES MICE-AMASSADES	WORKSHOP LYON WORKSHOP EN TOULOUSE
INTERNACIONAL	MARCA VAL D'ARAN MARCA VAL D'ARAN	JORNADES DE MERCATS EMISSORS BUY CATALUNYA
ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN	WORKSHOP PIRENÈUS - ISRAEL
REIAUME UNIT	NATURA-NHÈU	LIXTEX / LONDON INTERNATIONAL SKI TRAVEL EXCHANGE

### Presstrips, Famtrips, Esdeveniments esportius i Dinamització de la destinació

En aquest apartat es contemplen les accions d'assistència a persones i grups prescriptors “receptius”, “*decisionmakers*”. FTVA considera receptius tots aquells prescriptors de l'oferta turística de la Val d'Aran, que ofereixen 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, serveis 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 merchandising, etc. Dins de l'acció “receptiva” de FTVA, durant l'any 2014 destaquen dos tipus d'accions diferenciades: Presstrips i Famtrips.

MERCAT	PRODUCTE	PRESSTRIP-MITJÀ COMUNICACIÓ
ALEMANYA	NEU	MANUEL MEYER
CATALUNYA	MARCA VAL D'ARAN NATURA-WILDLIFE	TV3 - CATALUNYA EXPERIENCE INSTAGRAMER
ESPAÑA	MARCA VAL D'ARAN	LA VANGUARDIA - MELARGO RADIO NACIONAL - NO ES UN DÍA CUALQUIERA JIMMY PONS RAFAEL RUIZ REVISTA TELVA
	NATURA-WILDLIFE/PESCA	CANAL PLUS
	NEU	NAVARTUR PROGRAMA DE TV “CON MIS OJOS” CARMEN BARCELÓ
	NEU-TURISME FAMILIAR	REVISTA HOLA.COM VIAJES NATIONAL GEOGRAFIC



MERCAT	PRODUCTE	PRESSTRIP-MITJÀ COMUNICACIÓ
FRANÇA	MARCA VAL D'ARAN NATURA-SENDERISME	CAP CATALOGNE PRESS TRIP FEDERACION FRANCESA DE SENDERISME
INTERNACIONAL	MARCA VAL D'ARAN TURISME SOSTENIBLE	ACCIÓ VIDEO MARKÉTNG ACT - KrautsouAliaksandr NATIONAL GEOGRAPHIC
ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN	VOL ARKIA
PAÏSOS NÒRDICS	NEU	TEEMU VIRTANEN CATALUNYA BLANCA
REGNE UNIT	NEU	NATIONAL GEOGRAPHIC THE TIMES / PERIODISTA ROGER ALTON

MERCAT	PRODUCTE	PRESSTRIP-MITJÀ COMUNICACIÓ
ALEMANYA	NEU	FAM TRIP OPERADORS ALEMANYA
CATALUNYA	NATURA-WILDLIFE	JULIAN SYKES HOLIDAYS Y SPEYSICE CO.
EEUU	NATURA-MONTANHISME	RUN & TUR SPAIN
ESPANYA	NEU	PYRÉNÉES HELISKI
INTERNACIONAL	MARCA VAL D'ARAN NEU MICE-AMASSADES	FAM TRIP BUY CATALUNYA KABI TRAVELS FAMTRIP EIBTM
ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN NATURA I CULTURA	DECISION MAKERS OFAKIM ASTHA & SURANGA
PORTUGAL	NEU	FAMTRIP PORTUGUESSI
REGNE UNIT	NATURA-WILDLIFE	BIRDS & HOLIDAYS BIRDQUEST THE BIGGEST TWICH
RUSSIA	NEU	DSBW

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

Durant l'any 2014 s'ha col·laborat amb associacions i entitats de caràcter esportiu, periodístic, cultural, social, cultural i internacional. A destacar la col·laboració als esdeveniments de caràcter esportiu, en total FTVA ha col·laborat en més de 18 esdeveniments i proves i s'han realitzat 15 accions de dinamització interna de la destinació.

### 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 2014 s'han desenvolupat les següents accions:

- VILLAGE CATALÁN, Lyon
  - Acció conjunta amb ACT
  - Genèric
  - Mercat francès
- DÍA DE ARAN, Barcelona
  - Estand individual
  - Genèric
  - Mercat català
- JAZZ AL DIA,
  - Acció conjunta amb ACT
  - Genèric
  - Mercat català

### Assistència a jornades tècniques

Dins del marc de la certificació Biosphere i en consonància d'optar pel desenvolupament turístic sostenible de la destinació, des de FTVA s'ha assistit en qualitat de ponent a dos esdeveniments relacionats:

- Congrés del “Global Sustainable Tourism Council”, celebrat a Barcelona i a on participen totes les destinacions turístiques mundials que volen desenvolupar la seva estratègia en turisme responsable
- Turisme responsable – oportunitats de millora, celebrat a Montesquiú, Catalunya, jornada organitzada per l'Àrea de Territori i Sostenibilitat de la Diputació de Barcelona.

## Promoció i dinamització del comerç

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

Durant l'any 2014 s'han realitzat diferents accions, com a resumem destaquem les següents:

#### • Associació de Comerciants de Vielha

VI Concurso d'aparadors. Van participar 14 comerços del 20 de desembre del 2013 al 6 de gener del 2014.

Snowfest Val d'Àran. Esdeveniment que es va realitzar el cap de setmana del 28 i 29 de novembre per a iniciar la nova temporada de hivern, amb la celebració d'una fira de la neu amb estands de marques d'esquí, comerços, clubs de esquí i Baqueira Beret, així com diverses activitats per a diferents públics.

#### • Associació de Comerciants i Empresaris de Bossòst

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

#### • Assessorament

Durant l'any 2014, s'ha continuat informant sobre les ajudes i subvencions d'interès per a diferents tipus de establiments. Col·laboració amb la Generalitat de Catalunya del Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya.



#### • Altres accions

Fira de Sant Josep de Mollerussa del 20 al 23 de març, amb l'exposició, informació i degustació dels productes agroalimentaris de la Marca de Garantia.

Fira de Sant Miquel de Lleida del 25 al 28 de setembre, amb l'exposició, informació i degustació dels productes agroalimentaris de la Marca de Garantia.

Fira de Sant Ermengol a la Seu d'Urgell el 18 i 19 d'octubre, amb l'exposició, informació i degustació dels productes agroalimentaris de la Marca de Garantia.

Fira "Hèt a Man, Hèt Aciu", del 19 al 21 d'agost. A l'edició del 2013 hi van participar 22 artesans.

Aran Market, Botigues en carrèr, del 22 al 25 d'agost. A l'edició del 2013 hi van participar 24 comerços.

Saló "The Craftroom", organitzat pel Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya, del 11 al 13 de juliol. És una fira de promoció i venda d'artesanía a nivell estatal i internacional, a on van participar 11 artesans a l'estand del Conselh Generau d'Aran i altres dos artesans amb estand propi.

Feria Mercat de Mercats a Barcelona, a on hi havia representats 120 estands on poder vendre i promocionar productes, degustar i participar en les diferents activitats relacionades amb productes agroalimentaris, a l'Aula Gastronòmica, del 17 al 19 d'octubre de 2014.

#### • Accions de gastronomia

Fitur-Pati Gastronòmic del 22 al 24 de gener. L'Agència Catalana de Turisme va comptar amb la Val d'Aran per a promocionar la gastronomia aranesa, amb plats elaborats per l'Escola d'Hostaleria de Les.

Alimentària 2014, del 31 de març al 3 d'abril a Barcelona. En aquesta edició dos restaurants de la Val d'Aran van participar al Showcooking, amb la degustació de diferents plats, elaborats amb productes de la Marca de Garantia, com caviar, esturió, foie,...

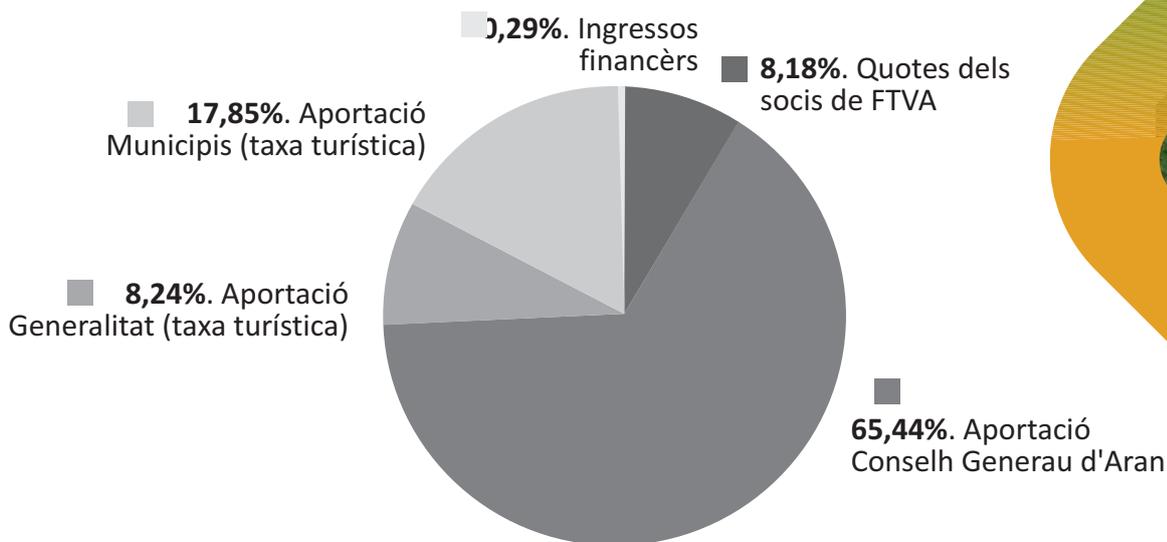
Era Olhada, es va celebrar el dia 9 de març al Pla de Beret, amb la degustació del plat típic d'olla aranesa, amb la col·laboració de l'Escola d'Hostaleria de Les, Bodegas Príncipe de Viana i productes agroalimentaris de la Marca de Garantia.

Mòstra Gastronòmica dera Codina Aranesa, es va celebrar del 23 al 29 de setembre a on van participar 8 restaurants i a on es van poder degustar durant una setmana diferents plats de la cuina aranesa, elaborats amb productes de la Vall.

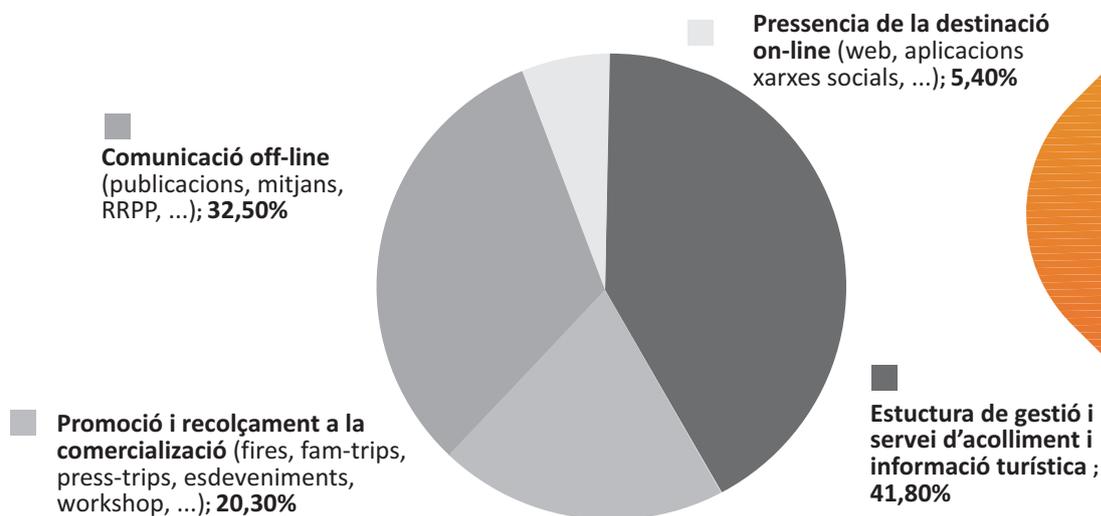


# RESUM DE L'ACCIÓ DE MARKETING TURÍSTIC DE FTVA 2014

Origen. Fonts de finançament any 2014



Aplicació. Distribució pressupostària any 2014



## **Redacció i contingut:**

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

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

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

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

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

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

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

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

**Maquetació i disseny:**  
**Publigraf.** Alèxia Grustan



# VAL D'ARAN

Era essència des Pirenèus

+ info

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

Tel. 973 64 06 88

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

Conselh  Generau d'Aran



# M

**memoria**  
TORISME VAL D'ARAN  
2 0 1 4



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

# contenido

	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
	<b>EL TURISMO DE LA VAL D'ARAN EN CIFRAS</b>	<b>7</b>
	<b>Oferta turística y de comercio</b>	<b>7</b>
	<b>Demanda turística</b>	<b>8</b>
	INE. Viajeros, pernoctaciones, estancia media y origen.	<b>8</b>
	Sistema Propio (SPTVA). Ocupación por semanas	<b>10</b>
	<b>EL SERVICIO DE INFORMACIÓN Y ACOGIDA DEL VISITANTE DE LA VAL D'ARAN</b>	<b>12</b>
	<b>Servicio de información i acogida del visitante de la Val d'Aran</b>	<b>12</b>
	<b>Cuantificación del servicio y caracterización de los visitantes</b>	<b>13</b>
	Perfil de los visitantes de las oficinas de información turística	<b>14</b>
	<b>LA ACCIÓN DE MARKETING TURÍSTICO DE LA VAL D'ARAN</b>	<b>17</b>
	<b>Acciones destacadas del año 2014</b>	<b>17</b>
	<b>Comunicación</b>	<b>20</b>
	Prensa escrita genérica y especializada	<b>20</b>
	Datos de la presencia online del destino	<b>21</b>
	Acciones de comunicación conjuntas con terceros	<b>22</b>
	Ediciones y reediciones	<b>23</b>
	<b>Promoción y apoyo a la comercialización turística</b>	<b>24</b>
	Promoción a través de "redes de colaboración"	<b>24</b>
	Acciones de promoción dirigidas al público profesional	<b>25</b>
	Acciones de promoción dirigidas a público final	<b>28</b>
	Asistencia a jornadas técnicas	<b>29</b>
	<b>Promoción y dinamización del comercio</b>	<b>29</b>
	<b>RESUMEN DE LA ACCIÓN DE MARKETING TURÍSTICO DE FTVA 2014</b>	<b>31</b>

## ¿Que es FTVA?

- Es el organismo técnico de promoción turística para la Val d'Aran, creado en el año 1998 y formado por el Conselh Generau d'Aran y el sector empresarial aranés. Es la herramienta de promoción de la Val d'Aran como destino turístico, de forma conjunta con todas las empresas, entidades y organismos vinculados al turismo de forma directa o indirecta, por lo que esta presente en todas aquellas acciones orientadas a promover y atraer visitantes a la Val.

## ¿Que hace FTVA?

- Elaborar un plan de marketing turístico anual de forma consensuada con las empresas miembros que quieren participar. Implementar las acciones de marketing (promoción, comercialización y medios) definida.
- Prestar asesoramiento profesional a los miembros, en materia de promoción, basado en el conocimiento y en el análisis de cada uno de los mercados
- Definir las estrategias promocionales y de ayuda a la comercialización, ajustadas a las exigencias de la demanda y de las características de cada mercado
- Garantizar que se cumple el Plan Estratégico de Turismo de la Val d'Aran.

## ¿Quien forma parte?

- Consejo Rector:
  - CGA Mgfc. Sr. Carlos Barrera Sánchez
  - CGA. Mgfc. Sra. Anna Díaz Morelló
  - A. VIELHA-MIJARAN. Iltre. Sr. Alex Moga Vidal
  - A. NAUT ARAN. Iltre. Sr. César Ruiz-Canela Nieto
  - A. BOSSÒST. Iltre. Sr. Francisco Rodríguez Miranda
  - CGA. Mgfc. Sr. Jose Enrique Arró Cuny
  - CGA. Mgfc. Sr. Eduardo Valdecantos Dedieu
- Consejo Técnico:
  - Hotel Urogallo. Sr. Jusèp Calbetò Giménez
  - Baqueira Beret. Sr. Xavi Ubeira
  - Cambra Comèrç. Sr. Javier Bordes Claveria
  - Cava Beso. Sr. Antonio Beso
  - Camins. Sr. José Luis Garcia
  - CGA. Magnifica Sra. Anna Díaz Morelló
  - Gremi d'Ostalèria. Sr. Juan Antonio Serrano
  - Foment del Torisme Val d'Aran. Sra. Marisol Ariño Collo
  - Naut Viajes. Sr. Manuel Mosteiro
  - Taxis. Sr. José Maria Vergés.

## ¿Que ofrece FTVA a las empresas miembro?

- Participación en los procesos de decisión de los objetivos, estrategias y acciones de FTVA. Plan de marketing turístico de Aran definido con los empresarios



- Participación activa en las acciones del plan anual
- Presencia en las campañas de promoción conjuntas con los operadores
- Presencia de la oferta de la empresa en la guía de servicios recomendada de FTVA
- Distribución del material de promoción en los principales mercados emisores.
- Presencia de las empresas miembros en las acciones de los diferentes clubes de producto, sellos y avales de los que FTVA forma parte.
- Presencia de las empresas miembros en las acciones de prensa y comunicación generales y específicos del producto
- Informes periódicos de las acciones realizadas
- Asistencia técnica en materia de promoción a las empresas miembros
- Distribución del material promocional a las empresas miembros
- Utilización de los recursos e infraestructuras de otras instituciones mediante convenio de colaboración (*Turespaña, Agencia catalana de Turismo, y Terres de Lleida*)
- Acceso a estudio de mercado actualizados sobre las tendencias de mercado, tanto de la oferta como de la demanda
- Base de datos para envío mailing
- *Foment Torisme Val d'Aran y la Agència deth Comèrç d'Aran* ponen en marcha acciones para la dinamización y asesoramiento del comercio de Aran. La agencia es un órgano activo, capaz de coordinar y promover acciones de mejora para la competitividad del comercio

## ¿Cuáles son las funciones de FTVA?

- 1. Promoción turística**
- 2. Soporte a la comercialización**
- 3. Creación de nuevos productos**
- 4. Seguimiento de los mercados**
- 5. Información turística**

## ¿Cuales son los retos generales de Foment Torisme Val d'Aran?

- Desestacionalizar la temporada. Alargar el número de llegadas de la actual temporada turística, promocionando productos alternativos en periodos de menor afluencia turística.
- Incrementar el número de pernoctaciones y el gasto medio por turista. El objetivo es avanzar y mantener un turismo de calidad, captando un turismo de mayor poder adquisitivo que pueda apreciar el valor añadido de los productos ofertados.
- Optimizar recursos, introducir indicadores de retorno de la inversión. Gestionar de forma eficaz y eficiente los recursos públicos y privados que forman parte del presupuesto anual.

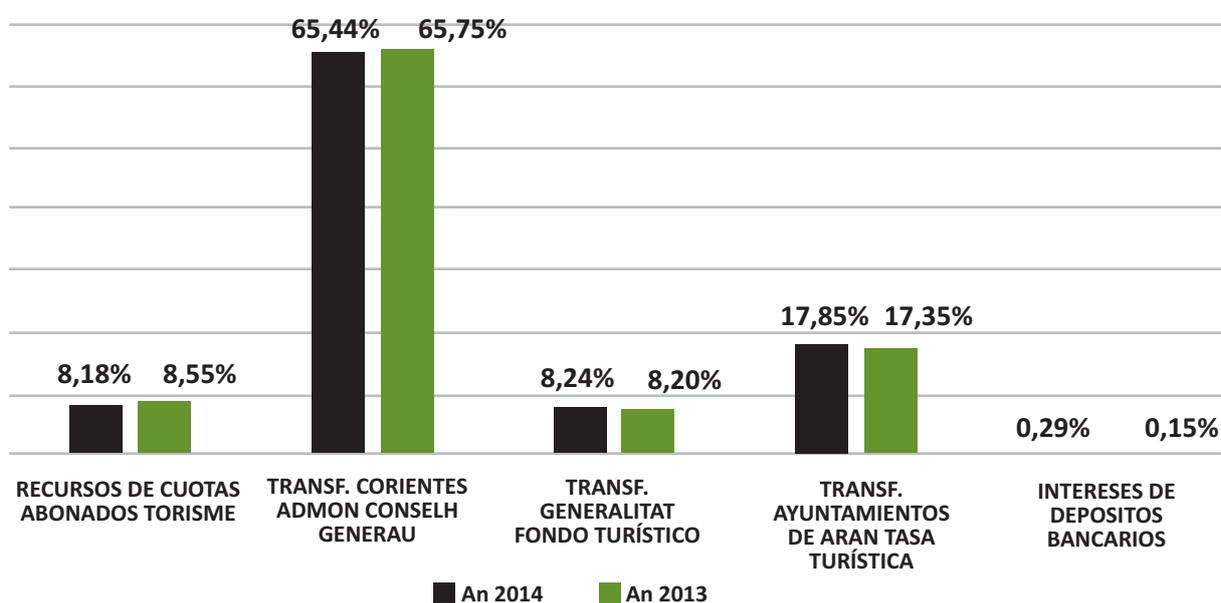
## ¿Cuál ha sido el presupuesto gestionado por FTVA durante el ejercicio 2014?

Durante el año 2014, el equipo de FTVA ha gestionado un presupuesto de 664.723,80€ destinados a información, promoción y apoyo a la comercialización turística.

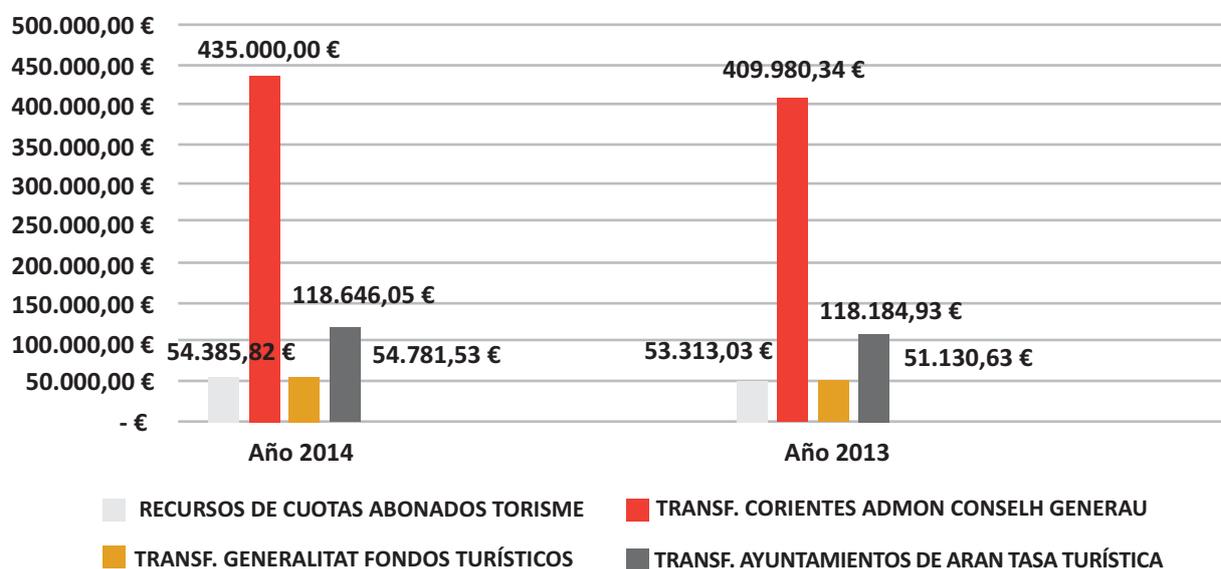
El importe gestionado ha sido un 7% más elevado que el año anterior, además hay que sumarle más de 20.000€ que se invirtieron en una campaña conjunta financiada por la Agencia Catalana de Turismo.

A continuación se desglosan las fuentes de financiación de FTVA, cabe destacar una mayor aportación económica de todos los integrantes de FTVA, sumada a un mayor ingreso por el concepto de tasa turística lograda por un incremento en el número de turistas que pernoctaron en el valle.

### Distribución del presupuesto por procedencia de ingresos (%), 2013-2014



### Distribución del presupuesto por procedencia de ingresos (€), 2013-2014





## ¿Cuáles son las cuotas anuales para participar como socio de FTVA?

- Grandes empresas 1.835,40€ y 917,70 €
- Oferta de alojamiento (> de 15 habitaciones) 441,00 €
- Oferta de alojamiento, restaurantes, empresas de actividades, comercio, 220,50 €
- Agencias de viaje e inmobiliarias: 441,00 €

\*No existe cuota inicial para ser socio.

## ¿Cuántos son y cómo se distribuyen los socios actuales por ramas de actividad?

- En el año 2014 se han producido 4 bajas y 17 altas en número de socios, siendo éstos formados en la actualidad por **204 empresas que representan los siguientes porcentajes de la oferta global del destino:**
  - **Alojamientos 48,99%**
  - **Restaurantes 13,91%**
  - **Bares 5,88%**
  - **Turismo activo 54,76%**
  - **Comercio y servicios 13,41%**



# el turismo de la Val d'Aran en cifras

En el año 2014 se continúa con el perfeccionamiento del área denominado “**Sistema de Inteligencia e Información Turística de la Val d’Aran**”, área responsable del proceso de análisis y monitorización de las fuentes de información disponibles sobre la actividad turística, tanto datos relativos a la oferta turística, como datos que permiten profundizar en el conocimiento de la demanda, así como levantamiento de información primaria a través del sistema de recopilación de información sobre el visitante actual que se lleva a cabo desde las oficinas de turismo del Valle.

Desde el punto de vista de la planificación, disponer de series de datos históricos, recopilados con los mismos parámetros metodológicos, permite realizar proyecciones y previsiones más acertadas y fiables cara al futuro.

Con los datos recopilados en el año 2014 ya se dispone de una **serie de 3 años consecutivos**, en los que se ha utilizado la misma metodología para conocer tanto las magnitudes de la oferta como profundizar en el conocimiento del número, procedencia y otros datos relativos al perfil de la demanda turística del valle.

## **Oferta turística y de comercio**

La oferta turística de Val d’Aran, muy consolidada, ha registrado un fuerte incremento en número de alojamientos turísticos, debido a la nueva legislación que ha hecho aflorar y legalizar los alojamientos en apartamentos turísticos, pasando de 151 a 604 establecimientos contabilizados. También se registraron leves crecimientos de la oferta complementaria, componiéndose esta en el año 2014 de 194 bares y restaurantes, 33 equipamientos culturales, deportivos y de ocio, 44 empresas de turismo activo y 334 comercios.

En número de camas se contabilizan aproximadamente 12.000 plazas de alojamiento turístico reglado, el 41% de todas las plazas de alojamiento de la provincia de Lleida, a las que se suman aproximadamente 18.000 camas en segundas residencias. En total la capacidad alojativa del destino se estima en aproximadamente 30.000 camas.

*La oferta reglada de alojamiento del valle se ha visto incrementada en un número muy importante debido a la nueva legislación que ha hecho aflorar y legalizar los alojamientos en apartamentos turísticos, pasando de 151 a 604 establecimientos registrados.*





	Establecimientos 2013	Establecimientos 2014	Incremento 2013/2014
Alojamiento turístico	151	604*	300,00%
Bares y restaurantes	194	198	2,06%
Equipamientos culturales, deportivos y de ocio	33	33	0,00%
Empresas de turismo activo	44	45	2,27%
Comercios	334	342	2,40%

*\*El incremento en los alojamientos turísticos es tan elevado debido a la nueva normativa de los apartamentos turísticos y su legalización.*

## demanda turística

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.

**Gestor Estadístico Oficinas de Turismo (GEOT).**(fuente primaria). Datos recogidos en las oficinas de Turismo de Vielha y Salardú de los turistas que visitan el destino y utilizan el servicio de información turística. Las encuestas permiten conocer el perfil del visitante actual, con variables como nacionalidad, motivo de viaje, lugares de interés, segmento de edad, tipo de alojamiento utilizado, compañía en el viaje e idioma empleado. La muestra recopilada es muy significativa, **en el año 2014 se han realizado más de 45.000 encuestas.**

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

El Instituto Nacional de Estadística proporciona datos relativos a demanda turística de los denominados puntos turísticos que corresponden a las zonas de Vielha-Mijaran y Naut Aran. Para disponer de datos relativos a las tres zonas del Valle, para la zona de Baish Aran se utiliza la metodología de estimación extrapolada, basada en la ocupación de las plazas hoteleras existentes en la zona recopilada por Torisme Val d'Aran y la estancia media de los viajeros extrapolada del INE.

Durante el año 2014 Val d'Aran ha recibido 210.995 viajeros alojados en establecimientos hoteleros, que han generado 612.864 pernoctaciones. Las tablas siguientes muestran los resultados de los cinco últimos años por zonas dentro del Valle.

*En el año 2014 se han registrado resultados similares a los años 2010 y 2011, sin embargo respecto al 2013 ha disminuido un -4,8% el número de viajeros contabilizados, pero ha subido 1,1% el número de pernoctaciones, debido al alargamiento de la estancia media que pasa de 2,7 a 2,9 noches.*

### NAUT ARAN

	AÑO	TOTAL
VIAJEROS	2010	70.983
	2011	69.094
	2012	82.718
	2013	75.240
	<b>2014</b>	<b>68.211</b>

PERNOCTACIONES	2010	239.877
	2011	230.996
	2012	262.195
	2013	238.222
	<b>2014</b>	<b>235.140</b>

### VIELHA e MIJARAN

	AÑO	TOTAL
VIAJEROS	2010	127.706
	2011	147.110
	2012	146.627
	2013	135.401
	<b>2014</b>	<b>130.792</b>

PERNOCTACIONES	2010	343.422
	2011	347.850
	2012	373.324
	2013	335.999
	<b>2014</b>	<b>342.862</b>

### BAISH ARAN

	AÑO	TOTAL
VIAJEROS	2012	12.419
	2013	11.104
	<b>2014</b>	<b>11.992</b>

PERNOCTACIONES	2012	36.015
	2013	32.205
	<b>2014</b>	<b>34.645</b>

Para los siguientes datos solo se dispone de datos de las zonas de Naut Arán y Vielha-Mijarán, se trabaja con la suma de estos dos puntos turísticos contemplados por el INE. Comparados los principales mercados emisores por origen, el turismo nacional recibido por el Valle se ha seguido reduciendo en el año 2014, pero esta bajada se ha visto contrarrestada por una **subida importante en las pernoctaciones del mercado extranjero que ha alargado considerablemente su estancia respecto a años anteriores**. En las siguientes tablas se muestran los resultados por zonas y la comparativa por años.

SUMA ZONAS	PROCEDENCIA	2012	2013	2014	Incremento 2013/2014
VIAJEROS	NACIONALES	176.607	162.731	152.903	-6,04%
	EXTRANJEROS	49.695	47.910	45.967	-4,06%
PERNOCTACIONES	NACIONALES	517.414	454.208	446.596	-1,68%
	EXTRANJEROS	118.105	119.593	131.406	9,88%
ESTANCIA MEDIA	NACIONALES	2,93	2,79	2,92	0,13
	EXTRANJEROS	2,38	2,50	2,86	0,36

## NAUT ARAN

NAUT ARAN	PROCEDENCIA	2012	2013	2014
VIAJEROS	NACIONALES	60.461	52.146	47.581
	EXTRANJEROS	22.256	23.094	20.632
PERNOCTACIONES	NACIONALES	198.952	170.638	165.169
	EXTRANJEROS	63.243	67.164	69.971

## VIELHA e MIJARAN

VIELHA e MIJARAN	PROCEDENCIA	2012	2013	2014
VIAJEROS	NACIONALES	116.146	110.585	105.322
	EXTRANJEROS	27.439	24.816	25.335
PERNOCTACIONES	NACIONALES	318.462	283.570	281.427
	EXTRANJEROS	54.862	52.429	61.435



*El turismo de origen extranjero ha representado en el año 2014 el 23% de la demanda del Valle que se aloja en establecimientos turísticos reglados, tanto a nivel de viajeros, como pernoctaciones el turismo extranjero se sigue consolidando cada vez más en el destino.*

SUMA ZONAS	PROCEDENCIA	2012	2013	2014
VIAJEROS	NACIONALES	78%	77%	77%
	EXTRANJEROS	22%	23%	23%
PERNOCTACIONES	NACIONALES	81%	80%	77%
	EXTRANJEROS	19%	20%	23%

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

La Val d'Aran presenta en el año 2014 un balance de ocupación con resultados similares a los años anteriores, destacando la recuperación de la ocupación para la zona de Baish Aran.

En las siguientes tablas se muestran los resultados de ocupación por meses, los datos son proporcionados directamente por los establecimientos, atendiendo a llamadas que se ejecutan semanalmente.

### NAUT ARAN

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	MEDIA
<b>2010</b>	61,80%	59,93%	53,94%	14,36%	8,17%	13,40%	31,66%	54,39%	20,08%	24,53%	16,35%	51,56%	<b>34,18%</b>
<b>2011</b>	53,92%	63,45%	52,45%	18,81%	7,18%	14,62%	29,67%	55,67%	26,98%	19,82%	7,36%	32,65%	<b>31,88%</b>
<b>2012</b>	55,95%	65,38%	49,82%	19,25%	4,96%	9,73%	28,22%	53,16%	28,21%	8,40%	5,81%	39,13%	<b>30,67%</b>
<b>2013</b>	51,75%	55,26%	52,63%	21,93%	5,97%	7,86%	31,69%	51,67%	27,02%	8,13%	17,11%	46,51%	<b>31,46%</b>
<b>2014</b>	50,31%	58,61%	51,77%	38,10%	4,03%	10,72%	33,34%	58,84%	17,42%	6,12%	11,33%	35,45%	<b>31,34%</b>

### MIEI ARAN

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	MEDIA
<b>2010</b>	52,12%	50,33%	46,62%	26,49%	18,66%	27,29%	41,67%	63,56%	35,83%	30,78%	24,73%	40,15%	<b>38,19%</b>
<b>2011</b>	55,83%	48,37%	43,77%	20,71%	15,63%	26,15%	36,89%	71,57%	34,36%	30,40%	21,79%	31,39%	<b>36,41%</b>
<b>2012</b>	61,69%	59,78%	51,06%	27,94%	18,76%	24,54%	39,75%	60,17%	41,44%	27,74%	27,74%	33,34%	<b>38,57%</b>
<b>2013</b>	44,31%	49,19%	49,38%	29,87%	17,71%	22,61%	31,61%	61,03%	40,85%	28,50%	19,83%	43,71%	<b>36,55%</b>
<b>2014</b>	48,53%	49,49%	45,39%	28,13%	16,82%	25,44%	35,96%	67,58%	31,25%	30,31%	28,18%	34,70%	<b>36,82%</b>



## BAISH ARAN

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	MEDIA
<b>2010</b>	32,55%	15,86%	10,80%	27,67%	25,62%	35,39%	33,27%	62,89%	34,65%	24,78%	28,05%	22,47%	<b>29,50%</b>
<b>2011</b>	30,91%	25,63%	30,29%	19,20%	28,91%	30,44%	36,40%	64,15%	36,80%	31,54%	31,53%	16,81%	<b>31,88%</b>
<b>2012</b>	16,49%	11,90%	12,39%	12,88%	13,40%	26,78%	26,26%	42,89%	29,70%	22,97%	9,33%	20,85%	<b>18,75%</b>
<b>2013</b>	10,03%	10,74%	21,65%	9,40%	12,19%	9,33%	19,39%	44,63%	20,77%	12,29%	18,30%	23,33%	<b>17,67%</b>
<b>2014</b>	47,00%	31,07%	26,89%	18,62%	11,03%	18,54%	42,86%	47,68%	22,59%	7,95%	10,58%	27,57%	<b>26,20%</b>



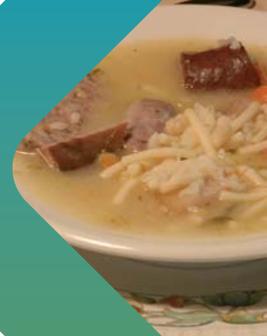
# el servicio de información y acogida del visitante de la Val d'Aran

## Servicio de información i 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 comarcal y local.
- 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 el Valle
- 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.





Las oficinas abiertas todo el año son:

**Oficina de Turismo de Vielha** (o.torisme@aran.org) con horario de 9:30 a 13:30 h y de 16.00 a 20.00h todos los días, excepto temporada baja de lunes a sábado de 10:00 a 13.30 h y de 16.30 a 20.00 h. domingos cerrada. En el mes de agosto abierta todos los días de 09:30 h a 20:00 h.

**Oficina de Turismo de Salardú** (o.s.torisme@aran.org) con un horario en temporada alta de 09:30 a 12:30 h y de 16.00 a 19.00 h de lunes a sábado, los domingos cerrada en invierno. Fuera de temporada la oficina abre de lunes a sábado de 09:00 a 15.00h.

Las oficinas abiertas y gestionadas por FTVA en verano los meses de julio y agosto son:

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

Punto de Información **Aiguamòg- Banhs de Tredos**

Punto de Información **Aran Park**, abierto desde el año 2014

## Cuantificación del servicio y caracterización de los visitantes

*Las oficinas de turismo de Vielha y Salardú han atendido durante el año 2014 a 62.445 visitantes, el 89% de ellos en la oficina de turismo de Vielha.*

*Sumando los otros puntos de información turística abiertos temporalmente, la cifra total de visitantes atendidos asciende a 76.232 personas.*

Principales características del visitante de las oficinas de turismo en el año 2014 y cambios significativos en su comportamiento respecto al año 2013:

- El 98,26% de los turistas visita el Valle por motivos de vacaciones, porcentaje similar al comportamiento en el 2012.
- El 69,49% de los turistas tiene edades comprendidas entre los 36 y los 65 años, se amplía de forma notable respecto al año anterior el segmento de mayores de 65 años.
- El 58,00% pernocta en oferta de alojamiento hotelero, porcentaje superior al año 2013 en 3,5 puntos porcentuales. También se incrementan los viajeros que declaran pernoctar en apartamentos turísticos.
- La mayor parte de la información solicitada en sobre la oferta turística en general, la solicita un 54,00% de los visitantes, también sube en relevancia la solicitud de información sobre oferta de restauración, 15,2%, y acontecimientos 11,3%.
- El material que más se ha entregado en las oficinas es el mapa turístico (36.466 ejemplares) y el mapa de senderismo (21.454 ejemplares), seguido por el mapa de Vielha (10.153 ejemplares). En total se ha incrementado el material entregado en 31.813 unidades.
- En el año 2014 el 84% de los visitantes de las oficinas de turismo son de origen nacional y el 16% de origen extranjero, un por ciento más que el año anterior.



- Los turistas que más acuden a las oficinas de turismo proceden de Cataluña, representan el 46% del total de visitantes, los llegados de la provincia de Barcelona representan a su vez el 35% de todas las personas atendidas en las oficinas de turismo. Les siguen en el mercado nacional los llegados de la Comunidad Valenciana que representan el 10% de visitantes, seguidos de los de la Comunidad de Madrid (8%) y País Vasco (6%).

- En el caso de los visitantes extranjeros, los que más acuden a las oficinas de turismo son franceses, representando el 9,5% del total de visitantes, seguidos por los procedentes de Israel, que representan el 1,4%, por los de Benelux con 1% y los visitantes británicos que representan el 0,8% del total

A continuación se detallan los resultados de afluencia de los visitantes a las OT abiertas todo el año por meses:

## OIT VIELHA

TURISTAS	EN	FE	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
2010	4,50%	4,60%	5,70%	6,70%	4,30%	7,40%	14,70%	26,20%	9,70%	8,20%	2,70%	5,30%	50.820
2011	3,50%	3,00%	4,30%	7,50%	3,60%	8,00%	15,10%	28,60%	9,90%	8,20%	2,70%	5,60%	58.758
2012	4,50%	4,40%	5,10%	9,40%	4,60%	5,90%	15,70%	29,00%	8,50%	4,80%	3,50%	5,20%	45.108
2013	4,00%	4,30%	8,00%	4,80%	4,00%	5,00%	12,90%	32,70%	11,00%	6,20%	4,20%	5,00%	47.282
2014	3,40%	3,30%	4,20%	7,84%	2,60%	5,80%	16,00%	33,60%	9,50%	4,99%	2,50%	4,70%	55.482

## OIT SALARDÚ

TURISTAS	EN	FE	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
2010	2,00%	2,70%	3,90%	2,20%	0,50%	0,10%	24,11%	53,30%	6,20%	0,80%	0,10%	4,30%	6.358
2011	1,40%	1,30%	1,30%	3,90%	0,60%	7,40%	26,90%	41,70%	7,90%	3,10%	0,00%	4,40%	8.755
2012	2,80%	2,40%	2,70%	4,30%	0,10%	5,10%	22,90%	47,30%	6,70%	1,40%	0,20%	3,70%	7.332
2013	2,40%	2,00%	4,80%	0,50%	0,50%	2,10%	21,10%	52,00%	10,10%	1,00%	1,40%	1,80%	7.013
2014	1,30%	1,30%	1,00%	4,70%	1,00%	2,50%	20,70%	59,64%	4,30%	0,50%	0,50%	2,90%	6.973

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

### Motivo de la visita.

MOTIVACIÓN	PERSONAS 2013	PERSONAS 2014	PORCENTAJES 2013	PORCENTAJES 2014
Vacaciones	46.301	54.517	97,93%	98,26%
Negocios	121	22	0,26%	0,04%
Ocio	842	888	1,78%	1,6%
Datos no informados	18	55	0,04%	0,1%
Total	47.282	55.482	100%	100%



## Edad

INTERVALOS	PERSONAS 2013	PERSONAS 2014	PORCENTAJES 2013	PORCENTAJES 2014
16 a 25 años	456	433	0,96%	0,78%
26 a 35 años	12.552	12.289	26,55%	22,15%
36 a 65 años	32.039	38.554	67,76%	69,49%
> 65 años	2.235	4.205	4,73%	7,58%
<b>Total</b>	<b>47.282</b>	<b>55.482</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Tipos de pernoctaciones

	PERSONAS 2013	PERSONAS 2014	PORCENTAJES 2013	PORCENTAJES 2014
Hoteles	25.793	32.179	54,55%	58,00%
Campings	1.277	4.677	2,70%	8,43%
Turismo rural	5.532	3.418	11,70%	6,16%
Apartamentos turísticos	7.305	9.027	15,45%	16,27%
2ª Residencia	3.064	3.773	6,48%	6,8%
Familiares	1.877	760	3,97%	1,37%
Albergues	1.891	311	4,00%	0,56%
Otros	543	1.337	1,15%	2,41%
<b>Total</b>	<b>47.282</b>	<b>55.482</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Información solicitada

	PERSONAS 2013	PERSONAS 2014	PORCENTAJES 2013	PORCENTAJES 2014
Información de la oferta turística	32.152	30.237	68,00%	54,50%
Transportes	906	1.370	1,92%	2,47%
Seguridad ciudadana	12	94	0,03%	0,17%
Alojamientos	3.125	2.513	6,61%	4,53%
Restauración	5.370	8.433	11,36%	15,20%
Ocio	2.489	4.194	5,26%	7,56%
Acontecimientos	2.692	6.275	5,69%	11,31%
Comercio	363	2.097	0,77%	3,78%
Otros	174	266	0,37%	0,48%
<b>Total</b>	<b>47.282</b>	<b>55.482</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Material entregado en la Oficina de Turismo.

FOLLETOS	2012	2013	2014
Mapa de senderismo	16.994	18.066	21.454
Libro Senderismo	381	244	554
BTT- Cicloturismo	1.703	2.368	7.465
Mapa Turístico	37.282	34.319	36.466
Pesca	3.529	164	1.145
Turismo de Aventura	192	3.529	9.872
Mòstra gastronòmica	1.740	730	730
Aiguamòg-Valarties	3.529	721	1.835
Raquetas	2.790	2.368	1.863
Restaurantes	6.021	4.477	8.734
Alojamientos	2.672	2.200	2.200
Taxis	260	150	0
Patrimonio	5.162	7.614	13.753
Artiga de Lin	720	336	336
Buses	4.752	2.526	5.867
Mapa de Vielha	0	8.428	10.153
Wildlife	0	1.075	3.322



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

El equipo profesional de FTVA, estructurado por áreas de marketing turístico, ha desarrollado a lo largo del año 2014 numerosas acciones de comunicación, promoción y comercialización, con el objetivo de atraer mercado turístico hacia el destino.

Las acciones que se detallan a continuación en la presente memoria están alineadas con las estrategias generales marcadas para el destino en el Plan Estratégico de Turismo del Valle para el período 2012-2014, complementado con el Plan de Marketing Operativo 2014.

## Acciones destacadas del año 2014

A continuación se destacan los proyectos en los que ha trabajado FTVA a lo largo del año 2014 y que por su carácter transversal y de fortalecimientos de imagen del destino en el ámbito internacional repercuten en muchas de las acciones de comunicación, promoción y comercialización llevadas a cabo.

### Val d'Aran Biosphere Destination



En enero de 2014, la Val d'Aran ha obtenido la certificación *BiosphereDestination* a través de la cual se ha implantado un Sistema de Turismo Responsable. *BiosphereDestination*, es un sistema de certificación privado, voluntario e independiente promovido por el Instituto de Turismo Responsable (ITR), entidad asociada a la UNESCO y a la Organización Mundial del Turismo. Con la implantación de este sistema, la Val d'Aran, está trabajando en torno al turismo responsable, atendiendo al Plan Estratégico de Turismo del Valle, concretamente en su línea de actuación de calidad y sostenibilidad. Con esta certificación, la Val d'Aran se compromete a mantener las acciones sostenibles llevadas a cabo hasta el momento y a cumplir un plan de acción a tres años. Durante este año se destaca la aplicación de las siguientes medidas:





## RESUMEN DE ACCIONES 2014 DERIVADAS DE LA CERTIFICACIÓN BIOSPHERE DESTINATION EN LA VAL D'ARAN

### A. INSTRUMENTOS PARA UNA POLÍTICA DE TURISMO RESPONSABLE

- Se ha difundido la Política de Turismo Responsable a residentes y turistas a través de la web del ConselhGeneraud'Aran y Turismo, y los ayuntamientos del Valle, traducida a varios idiomas.
- Se ha difundido también la Política de Turismo Responsable de la Val d'Aran fuera del territorio mediante las comunicaciones presentadas en: el Congreso internacional de turismo sostenible (GTSC, Barcelona), Fitur Green y en la Jornada de Turismo responsable organizada por la Diputación de Barcelona.
- Se están editando todos los folletos turísticos con material más sostenible, con papel ecológico y libre de cloro.
- Se proporciona información sobre el compromiso con la sostenibilidad del destino en los puntos de información turística del Valle.
- Se han colocado papeleras de recogida selectiva de residuos en los edificios de uso turístico.
- Des del departamento de Medio Ambiente del Gobierno de Aran, se promueve un protocolo de buenas prácticas en las oficinas de Turismo Val d'Aran y al resto de dependencias del Consejo, con el uso de papel reciclado o libre de cloro y con el uso responsable de los aparatos eléctricos y materiales de la oficina.

### B. DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DEL DESTINO Y LA COMUNIDAD LOCAL

- Se da continuidad al plan de comunicación de la Memoria de Turismo, incluyendo un apartado de sostenibilidad con el resumen de la Memoria de Sostenibilidad y Política de Turismo Responsable como carta de presentación.
- Se ha impulsado la adhesión efectiva de los ayuntamientos del Valle a la Carta de Aalborg, fomentando igualmente la firma del Pacto de los Alcaldes.
- Se ha hecho efectiva la inclusión de criterios medioambientales y sociales en los procesos de compra y en la política de contratación y subcontratación, como puede ser la exigencia de certificaciones ambientales, de calidad, criterios de proximidad...

### C. CONSERVACIÓN Y MEJORA DEL PATRIMONIO CULTURAL

- El Departamento de Cultura y Museos de la Val d'Aran han continuado con su labor de conservación, promoción y difusión del patrimonio y la cultura aranese.
- Se han realizado formaciones del patrimonio natural y cultural aranés con el objetivo de mejorar la formación de los agentes turísticos del territorio.
- Se ha continuado también con la promoción de los productos agroalimentarios mediante la marca de garantía de la Val d'Aran y los productos artesanales mediante la feria Hèt a manhètaci.

### D. CONSERVACIÓN AMBIENTAL

- Des del departamento de Medio Ambiente del ConselhGeneraud'Aran se continúa trabajando para la conservación de la biodiversidad del Valle, los proyectos a destacar durante este 2014 son:

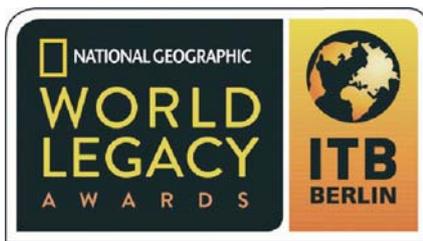
La regulación de la recogida de setas en los bosques públicos de la Val d'Arab mediante la ordenanza (BOPLI N° 73 del 15/04/2014).

El Proyecto de recuperación y conservación de la trucha y del Cabilat en la cuenca del Garona, ([www.garona.org](http://www.garona.org)).

El proyecto LifeLimnopyrineus, de conservación de hábitats y especies acuáticas de la alta montaña del Pirineo.

- Se han realizado auditorías energéticas en los principales edificios públicos, con el objetivo de mejorar su consumo y hacerlos más sostenibles.
- Se ha realizado dos jornadas para los empresarios de la Val d'Aran sobre la biomasa forestal como alternativa energética.
- Se ha mejorado el sistema de recogida selectiva de residuos urbanos del territorio, incorporando la fracción orgánica. Realizando también varias campañas de sensibilización.

### Val d'Aran finalista en los NationalGeographicWorldLegacyAwards



Durante el 2014, FomentTorismo Val d'Aran se presentó en la primera edición de los NationalGeopgraphicLegacyAwards, una iniciativa de la NationalGeographicSociety en colaboración con la ITB de Berlín.

Estos galardones se otorgan a los destinos, organizaciones y empresas que trabajan en la transformación de la industria turística, potenciando el turismo sostenible, y se dividen en cinco categorías:

Earthchangers, Sense of place, Conserving natural world, EngagingCommunities i Destinationleadership

([www.nationalgeographic.com/worldlegacyawards/](http://www.nationalgeographic.com/worldlegacyawards/)).

La Val d'Aran fue nombrada finalista en octubre en la ITB de Singapur, se hizo una selección de 15 finalistas (entre las cinco categorías) de un total de 150 participantes. Concretamente fue finalista en la categoría *Destinationleadership*, conjuntamente con Yosemite (Estados Unidos de América) y la isla de Aruba. Esta categoría, premia al destino líder que demuestra la aplicación de las mejores prácticas en la protección de la naturaleza y la cultura, y que trabaja con sus visitantes para sensibilizarlos en la protección del medio ambiente.

Los premios se han entregado este año 2015 durante la ITB de Berlín, el ganador fue finalmente Aruba, sin embargo hay que destacar que la Val d'Aran, fue el único finalista Europeo, lo que representa una oportunidad de promoción y de internalización muy importante y un aliciente más para continuar trabajando por un turismo más responsable y por el futuro del Valle de Arán.

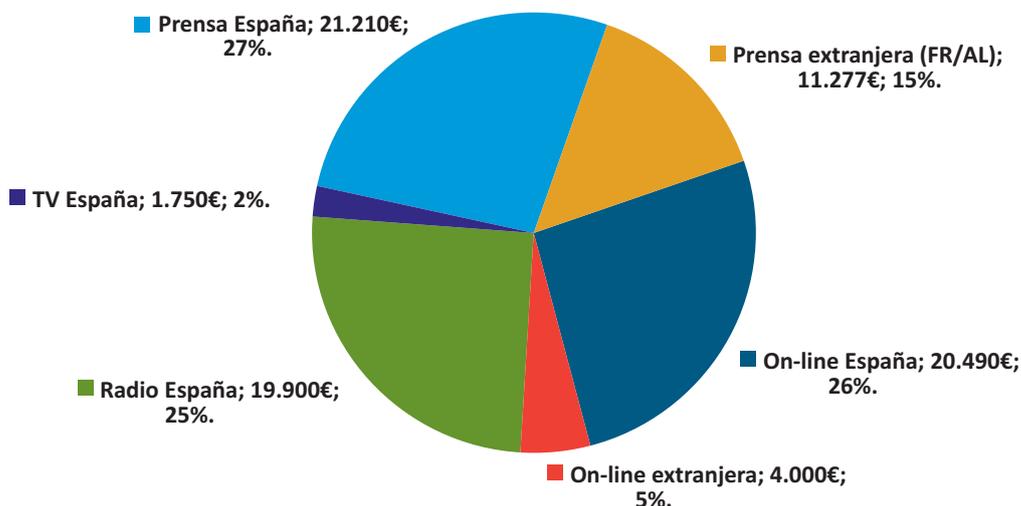
Tanto los ganadores como los finalistas de los premios Premios Legado recibirán cobertura en NationalGeographicTraveler y otros medios impresos y digitales de NationalGeographic, alcanzando una audiencia global.



## Comunicación

En el año 2014 el presupuesto invertido en comunicación ha sido de 78.627 euros y su distribución por medios y alcance geográfico ha sido la siguiente:

### • Distribución del presupuesto por tipología de medios y alcance, 2014



A este presupuesto habría que sumarle el impacto que ha generado la agencia de relaciones con los medios que se estima en más de 500.000€ y otras inserciones a coste cero.

### PRENSA ESCRITA

MEDIO NACIONAL	INSERCIÓN	REPORTAJES
RACC		1
VIAJAR		1
EVASION		1
NATURA		1
VIAJAR CON HIJOS	1	1
ARAN NAU	8	
GUIA GUM	1	
VIU ERA VAL	1	
EXCELENCIAS	1	1
GRANDES ESPACIOS	1	1
DESCOBRIR CATALUNYA	6	
PANXING	1	1
MUANTAIN BIKER	1	
MUNTANYA	1	
REVISTA BAQUEIRA INVIERNO/VERANO	2	
MEDIO INTERNACIONAL	INSERCIÓN	REPORTAJES
LA DEPECHE (BAQUEIRA)		1
LA GAZETTE DU COMMINGES	1	
GUIDE ETE	1	
GUIA VERANO SUD OUEST	1	
PERIODICO SUD OEST	1	
LA DEPECHE DU MIDI	1	
PYRENEES MAGAZINE	1	
MAGAZINE RESPYR	1	

Prensa escrita genérica y especializada durante el año 2014 la Val d'Aran ha estado presente en:

- Medios : 24 medios
- Inserciones publicitarias: 19 medios
- Reportajes sin coste: 5 medios

Las campañas contratadas en radio y TV han sido las siguientes:

RADIO	
MEDIO	CAMPAÑA
CADENA COPE	INVIERNO
CADENA COPE	VERANO
PRISA RADIO INVIERNO	INVIERNO
PRISA RADIO VERANO	VERANO
RADIO GUM FM	ANUAL

TV	
MEDIO	PROGRAMA
25 TELEVISION	REPORTAJE FITUR
TV MAGAZINE (BAQUEIRA)	50 ANIVERSARIO BAQUEIRA
EVASION TV	REPORTAJE FERRATAS

Las principales acciones on-line han sido las siguientes:

ON-LINE	
MEDIO	DESCRIPCIÓN ACCIÓN
CRECER FELIZ	VIAJAR EN FAMILIA - SEMANA SANTA
VIAJAR	REPORTAJE VIA FERRATA
EVASION	REPORTAJE FERRATAS
MOUNTAINBIKER	REPORTAJE BTT
INOUTVIAJES	VAL D'ARAN Y DEPORTES DE INVIERNO
INFO SPAIN PORTAL TURESPAÑA	VAL D'ARAN EN EL PORTAL
EXPOCULTUR	ROMANIC MUSICAO
NEWSLETTER NAVARTUR	NEWSLETTER INVIERNO EN LA VAL D'ARAN
RESTAURANTHOTELBAR.COM	BANNER PORTAL WEB RESTAURANTHOTELBAR
OC ESTUDIO	WEB TURISMO FAMILIAR
VOYAGES	BANNER VAL D'ARAN
FEM TURISME	BANNER PORTAL WEB FEM TURISME
TRIPADVISOR	PATROCINIO FICHA DESTINO VAL D'ARAN
APP BAQUEIRA 365	ICONO ESENCIA EN SOCIOS FTVA
APP "NATURA"	APLICACIÓN MOVIL FTVA
WIKILOC	BANNER CONCURSO ARAN PARK
LUGARES DE NIEVE	2 REPORTAJES SORTEO ARAN PARK

## 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.

### RESULTADOS PORTAL WEB:

- Visitas: 2013 - 300.906 // 2014 - 342.652 **(+13.87%)**
- Visitantes únicos: 2013 - 218.754 // 2014 - 255.215 **(+16.67)**
- Páginas vistas: 2013 - 1.076.070 // 2014 - 1.095.470 **(+1.80%)**



## Datos de la presencia online del destino

### RESULTADOS COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES:

- **NEWSLETTER**

Lecturas. 2013 - 41.20% // 2014 - 17.07% **(-141%)**

Suscriptores. 2013 - 1561 // 2014 - 2157 **(+38.1)**

- **FACEBOOK**

Fans. 2013 – 8.347 // 2014 – 11.287 **(+35%)**

Alcance. 2013 - 1.265.045 // 2014 - 2.460.462 **(+194%)**

- **TWITTER**

Seguidores. 2013 – 2.766 // 2014 – 4.077 **(+147%)**

- **INSTAGRAM**

Seguidores. 2013 - 221 // 2014 - 686 **(+310%)**

Me gusta recibidos 2013 - 383 // 2014 - 886 **(+231%)**

- **YOUTUBE**

Suscriptores 93

Visualizaciones 40.706

## Acciones de comunicación conjuntas con terceros

Otra de las acciones en comunicación específicas impulsadas desde FTVA ha sido promover una **campaña conjunta del destino Val d'Aran con Viajes el Corte Inglés**. Esta campaña ha sido financiada por parte de la Agencia Catalana de Turismo y Viajes el Corte Inglés. A continuación se especifica el contenido y alcance de la campaña:

### Planificacación Prensa

#### Val d'Aran 2014

Suporte	Formato	Fecha
EL PAIS	½ PAGINA COLOR	20/12/2014
EL PAIS	½ PAGINA COLOR	27/12/2014
EL MUNDO	½ PAGINA COLOR	20/12/2014
EL MUNDO	½ PAGINA COLOR	28/12/2014

Planificacación Prensa

Val d'Aran 2014

Suporte	Formato	Fecha
ABC	½ PAGINA COLOR	20/12/2014
ABC	½ PAGINA COLOR	23/12/2014
ABC	½ PAGINA COLOR	27/12/2014
LA RAZÓN	½ PAGINA COLOR	19/12/2014
LA RAZÓN	½ PAGINA COLOR	21/12/2014
LA RAZÓN	½ PAGINA COLOR	28/12/2014
LA VANGUARDIA	½ PAGINA COLOR	20/12/2014
LA VANGUARDIA	½ PAGINA COLOR	28/12/2014
20 MINUTOS	½ PAGINA COLOR	19/12/2014
20 MINUTOS	½ PAGINA COLOR	22/12/2014



Ediciones y reediciones

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

Estas demandas pueden proceder de 4 canales:

- Clientes de las Oficinas de turismo de la Val d'Aran
- Diferentes acciones de promoción donde participamos: Ferias, workshops, viajes de prensa y de agentes de viajes.
- Entregas que se hacen a los diferentes establecimientos turísticos del valle para informar a sus clientes.
- Colaboraciones en las diferentes pruebas deportivas y otras acciones de dinamización que se organizan en el territorio.

Siguiendo la línea de años anteriores en las publicaciones temáticas, y con la finalidad de promocionar a las empresas colaboradoras con FTVA se hacen constar las empresas prestatarias de los servicios relacionados con cada una de las publicaciones. El material se ha editado en papel reciclado, siguiendo la misma línea editorial para el conjunto de publicaciones.



El total de publicacions editades este año ha sido de 153.000, 75.000 unidades menos que el año 2013, debido a la menor producción de material de merchandising y utilización del material estocado del año anterior.

PUBLICACIONES 2014	QUANTITAT
MAPA TURÍSTICO CASTELLANO	30.000
MAPA TURISTICO CATALAN	25.000
MAPA TURÍSTICO FRANCÉS	10.000
MAPA SENDERISME	15.000
MAPA BTT-CICLOTURISMO	12.000
MAPA NIEVE	10.000
VAL D'ARAN WILDLIFE	5.000
MAPA AVENTURA	10.000
MAPA PATRIMONIO CULTURAL	10.000
PESCA	2.500
LISTADO ALOJAMIENTO	4.000
RESTAURANTES	8.000
HORARIOS AUTOBUSES	3.500
MAPA VIELHA	5.000
AIGUAMÒG VALARTIES	1.500
USB 2 GB	1500
<b>TOTAL</b>	<b>153.000</b>

## Promoción y apoyo a la comercialización turística

Tal y como se hizo en años anteriores, en 2014 la promoción y apoyo a la comercialización turística del destino se ha centrado en los productos definidos en el Plan de Marketing y principalmente en los mercados de proximidad con recursos propios, y en mercados de media distancia en colaboración con otras entidades de promoción turística.

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”

FTVA colabora y participa activamente con otras entidades de promoción turística con la finalidad de aprovechar sinergias y optimizar recursos. Estas entidades son principalmente la Agencia Catalana de Turismo y el Patronato de Turismo Terres de Lleida.

#### Agencia Catalana de Turismo

En el primer caso, la ACT cuenta con diferentes vías y canales, como son los Clubes de Producto, líneas de promoción específica y los Centros de Promoción Turística de Catalunya en el extranjero.

FTVA participa al igual que en los años anteriores en las acciones promocionales con las ventajas de socio, participando de la organización de workshops, famtrips, presstrips y utilizando los canales de promoción off y on-line de los que dispone la ACT.

FTVA tiene una relación muy estrecha con algunos de los CPT's que Catalunya tiene repartidos por el mundo. Se mantiene relación muy próxima con los CPT's de Francia, Alemania, Bélgica y Reino Unido, mercados extranjeros prioritarios.

### ***Catalunya Convention Bureau***

El Aran Natura Convention Bureau es la plataforma que aglutina toda la oferta del Valle especializada en el turismo de negocios, viajes de incentivos y empresas. Actualmente forman parte unas 40 empresas del territorio, entre alojamientos, agencias de viajes y empresas de servicios. El ANCB forma parte del CCB (Catalunya Convention Bureau) y de esta forma aprovecha aquellas acciones que se organizan desde este organismo. Algunas de estas acciones en las que se participado activamente desde FTVA son:

- FERIA EIBTM (Barcelona)
- FamTriporganizado por la ACT en el marco de la feria EIBTM, mercados Israel, Reino Unido, Alemania y Francia
- Workshops en Lyon y en Toulouse
- Aparición en el catálogo del CCB

También como ANCB se ha participado en Salones de Comité de empresa franceses.

### ***Patronato de Turismo Terres de Lleida***

La colaboración con el Patronato Turismo de Lleida se lleva a cabo a través de diferentes reuniones periódicas para la elaboración del Plan de Acciones.

### ***Programa Pirineus***

FTVA forma parte del programa PIRINEUS, del cual también forman parte los Patronatos de Turismo de Lleida, Girona y Barcelona y la Agencia Catalana de Turismo y el IDAPA. A través de una Secretaría Técnica y en colaboración con todos los miembros se elabora un completo Plan de Acciones, que va desde la asistencia a ferias genéricas o temáticas bajo el paraguas PIRINEUS a elaboración de material gráfico (mapas y publicaciones), acciones de colaboración, organización y asistencia a workshops, famtrips, presstrip, etc...

### ***Acciones de promoción dirigidas al público profesional***

A lo largo del año 2014 se ha intensificado la labor de FTVA dirigida a actores turísticos del trade o de medios, promocionando de forma intermediada los productos del destino en múltiples mercados, desarrollado un total de 106 acciones, prácticamente el doble que el año anterior.

### ***Asistencia a ferias y workshops***

FTVA elabora cada año un calendario para la presencia de la Val d'Aran en las principales ferias turísticas de los 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 turístic ya que, además de dar a conocer el destino y la imagen de marca turística del destino, 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 operativo anual. Durante el año 2014 FTVA ha asistido a las siguientes ferias y workshops:

MERCADO	PRODUCTO	FERIA
ALEMANIA	NATURALEZA-SENDERISMO	HÈIRA TOUR NATUR
BENELUX	SENDERISMO/CICLOTURISMO/BTT	FIETS & WANDELBEURS
CATALUÑA	ARTESANÍA GASTRONOMÍA GASTRONOMÍA GASTRONOMÍA Y MARCA GARANTÍA VAL D'ARAN MARCA VAL D'ARAN NATURALEZA-SENDERISMO	"SETMANA D'ARTESANIA DE CATALUNYA - THE CRAFTROOM" FIRA DE SANT JOSEP DE MOLLERUSA HÈIRA DE SANT MIQUEL HÈIRA DE SANT ERMENGOL MERCAT DE MERCATS S.I.T.C. SALÓ DE L'ESPORT I TURISME DE MUNTANYA
ESPAÑA	MARCA VAL D'ARAN	FITUR NAVARTUR FIO
EUROPA DEL ESTE	MICE-LUXE-NIEVE	OTDYKH INTERNATIONAL RUSSIAN TRAVEL MARKET
FRANCIA	MARCA VAL D'ARAN	SALON COMITÉE ENTREPRISE 1 SALON COMITÉE ENTREPRISE 2 SALON COMITÉE ENTREPRISE 3 CONFOREXPO - SALON DE TOURISME "VIVONS 100% SPORT"
HOLANDA	NATURALEZA-SENDERISMO	BERSTPORTDAG
INTERNACIONAL	CICLOTURISMO MICE-REUNIONES	VELOFOLLIES EIBTM
ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN	IMTM
REINO UNIDO E IRLANDA	NATURALEZA-WILDLIFE MARCA VAL D'ARAN	BRITISH BIRDWATCHING FAIR WORLD TRAVEL MARKET
RUSO	MARCA VAL D'ARAN	MITT

MERCAT	PRODUCTE	WORKSHOP
BENELUX / ISRAEL / ALEMANIA	MARCA VAL D'ARAN	WORKSHOP PIRINEUS
CATALUÑA	TURISMO RURAL	WORKSHOP INTERCOMARCAL TURISMO RURAL
ESPAÑA	NATURALEZA-NIEVE NATURALEZA-NIEVE NATURALEZA-NIEVE	WORKSHOP NIEVE Y INTERIOR 1 WORKSHOP NIEVE Y INTERIOR 2 WORKSHOP NIEVE Y INTERIOR 3
FRANCIA	MICE-REUNIONES MICE-REUNIONES	WORKSHOP LYON WORKSHOP EN TOULOUSE
INTERNACIONAL	MARCA VAL D'ARAN MARCA VAL D'ARAN	JORNADAS DE MERCADOS EMISORES BUY CATALUNYA
ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN	WORKSHOP PIRENÈUS - ISRAEL
REINO UNIDO	NATURALEZA-NIEVE	LIXTEX / LONDON INTERNATIONAL SKI TRAVEL EXCHANGE

### Presstrips, Famtrips, Eventos deportivos y Dinamización del destino

En este apartado se contemplan las acciones de asistencia a personas y grupos prescriptores "receptivos", "decisionmakers". FTVA considera receptivos todos aquellos prescriptores de la oferta turística de la Val d'Aran, 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 2014 se detallando tipos de acciones diferenciadas, Presstrips y Famtrips.

MERCADO	PRODUCTO	PRESSTRIP-MEDIO COMUNICACIÓN
ALEMANIA	NIEVE	MANUEL MEYER
CATALUÑA	MARCA VAL D'ARAN NATURA-WILDLIFE	TV3 - CATALUNYA EXPERIENCE INSTAGRAMER
ESPAÑA	MARCA VAL D'ARAN	LA VANGUARDIA - MELARGO RADIO NACIONAL - NO ES UN DÍA CUALQUIERA JIMMY PONS RAFAEL RUIZ REVISTA TELVA
	NATURA-WILDLIFE/PESCA	CANAL PLUS
	NIEVE	NAVARTUR PROGRAMA DE TV "CON MIS OJOS" CARMEN BARCELÓ
	NIEVE-TURISMO FAMILIAR	REVISTA HOLA.COM VIAJES NATIONAL GEOGRAFIC



MERCADO	PRODUCTO	PRESSTRIP-MEDIO COMUNICACIÓN
FRANCIA	MARCA VAL D'ARAN NATURA-SENDERISMO	CAP CATALOGNE PRESS TRIP FEDERACION FRANCESA DE SENDERISME
INTERNACIONAL	MARCA VAL D'ARAN TURISMO SOSTENIBLE	ACCION VIDEO MARKÉTNG ACT - KrautsouAliaksandr NATIONAL GEOGRAPHIC
ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN	VOL ARKIA
PAISES NÓRDICOS	NIEVE	TEEMU VIRTANEN CATALUNYA BLANCA
REINO UNIDO	NIEVE	NATIONAL GEOGRAPHIC THE TIMES / PERIODISTA ROGER ALTON

MERCADO	PRODUCTO	PRESSTRIP-MEDIO COMUNICACIÓN
ALEMANIA	NIEVE	FAM TRIP OPERADORS ALEMANYA
CATALUÑA	NATURALEZA-WILDLIFE	JULIAN SYKES HOLIDAYS Y SPEYSICE CO.
EEUU	NATURALEZA-MONTAÑISMO	RUN & TUR SPAIN
ESPAÑA	NIEVE	PYRÉNÉES HELISKI
INTERNACIONAL	MARCA VAL D'ARAN NIEVE MICE-REUNIONES	FAM TRIP BUY CATALUNYA KABI TRAVELS FAMTRIP EIBTM
ISRAEL	MARCA VAL D'ARAN NATURALEZA Y CULTURA	DECISION MAKERS OFAKIM ASTHA & SURANGA
PORTUGAL	NIEVE	FAMTRIP PORTUGUESSI
REINO UNIDO	NATURA-WILDLIFE	BIRDS & HOLIDAYS BIRDQUEST THE BIGGEST TWICH
RUSSIA	NIEVE	DSBW

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

Durante el año 2014 se ha colaborado con asociaciones y entidades de carácter deportivo, periodístico, cultural, social, cultural e internacional. A destacar la colaboración en los eventos de carácter deportivo, en total FTVA ha colaborado en más de 18 eventos y pruebas y se han realizado 15 acciones de dinamización interna del destino.

### 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 2014 se han desarrollado las siguientes acciones:

- VILLAGE CATALÁN, Lyon  
Acción conjunta con ACT  
Genérico  
Mercado francés
- DÍA DE ARÁN, Barcelona  
Stand individual  
Genérico  
Mercado catalán
- JAZZALDIA,  
Acción conjunta con ACT  
Genérico  
Mercado catalán

### Asistencia a jornadas técnicas

En el marco de la certificación Biosphere y en consonancia de optar por el desarrollo turístico sostenible del destino, desde FTVA se ha asistido en calidad de ponente a dos eventos relacionados:

- Congreso del “Global Sustainable Tourism Council”, celebrado en Barcelona y donde participan todos los destinos turísticos mundiales que quieren desarrollar su estrategia en turismo responsable
- Turismo responsable – oportunidades de mejora, celebrado en Montesquiú, Cataluña, jornada organizada por el Área de Territorio y Sostenibilidad de la Diputación de Barcelona.

## 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 390 comercios y tres asociaciones de comerciantes: Vielha, Bossòst, y Baqueira.

Durante el año 2014 se han realizado diferentes acciones, a modo de resumen se resaltan las siguientes: Era Agència deth Comèrç d’Aran a per objectiu promòir, assessorar e dinamizar eth comèrç dera Val, entà coordinar e promòir accions encaminades a melhorar era competitivitat deth sector; un sector composat per 390 comèrçi e tres associacions de comerçants: Vielha, Bossòst e Baqueira.

Pendent er an 2014 s’an realizat diferents accions, des quaus a mode de resum se destaquen es següentes:

- **Associacion de Comerciants de Vielha**
  - VI Concors d’aparadors. Participèren 14 comèrçi deth 20 de deseme 2013 ath 6 de gèr de 2014.
  - Snowfest Val d’Aran. Eveniment que se realizèc era dimenjada deth 28 e 29 de noveme entà dar començament era naua sason d’iuèrn, damb era celebracion d’ua hèira de nhèu damb stands de marques de esquí, comèrçi, clubs d’esquí e Baqueira Beret, atau coma diuèrses activitats entàs diferents publics.
- **Associacion de Comerciants e Empresaris de Bossòst**
  - Jeudi Promo, participèren en aguesta promocion 30 comèrçi de Bossòst.



- **Assessorament**

- Pendent er an 2014, s'a seguit informant sus es ajudes e subvencions d'interès entàs diferents tipes d'establiments.

Collaboracion damb era Generalitat de Catalunya deth Consorci de Comèrç, Artesania e Mòda de Catalunya

- **D'outes accions**

- Hèira de Sant Josep de Mollerusa deth 20 ath 23 de març, damb era exposicion, informacion e degustacion des productes agroalimentaris dera Marca de Garantía.
- Fira de Sant Miquèu de Lleida deth 25 ath 28 de seteme, damb era exposicion, informacion e degustacion des productes agroalimentaris dera Marca de Garantía.
- Fira de Sant Ermengol dera Seu d'Urgell eth 18 e 19 d'octubre, damb era exposicion, informacion e degustacion des productes agroalimentaris dera Marca de Garantía.
- Hèira Hèt a Man , Hèt Aciu, deth 19 al 21 d'agost, participeren ena edicion 2013, 22 artesans.
- Aran Market, Botigues en carrèr, deth 22 ath 25 d'agost. Ena edicion deth 2013 participèren 24 comèrçi
- Saló "TheCraftroom", organizat peth Consorci de Comèrç, Artesania e Mòda de Catalunya, der 11 ath 13 de junhsèga. Ei ua hèira de promocion e venda d'artesanía a nivèu estatau e internacionau, a on participèren 11 artesans en stand deth Conselh Generau d'Aran e d'auti dus artesans damb stand propi.
- Hèira Mercat de Mercats en Barcelona, a on i auien representadi 120 stands a on poder véner e promòir producte, degustar e participar enes diferents activitats relacionades damb productes agroalimentaris, ena Aula Gastronomic, deth 17 ath 19 d'octubre de 2014

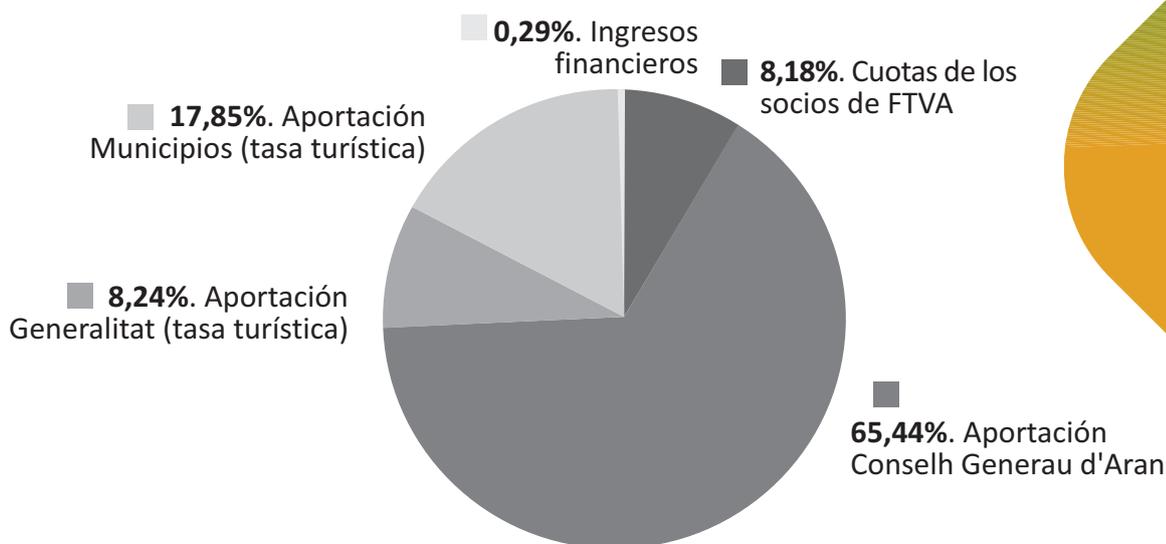
- **Accions de gastronomia**

- Fitur- Pati Gastronomic deth 22 ath 24 de gèr. Era Agència Catalana de Torisme compdèc damb era Val d'Aran entà promòir era gastronomia aranesa, damb plats elaboradi pera Escòla d'Ostaleria de Les.
- Alimentària 2014, deth 31 de març ath 3 d'abriu en Barcelona. En aquesta edicion dus restaurants dera Val d'Aran participèren en Showcooking, damb era degustacion de diuèrsi plats, elaboradi damb productes dera Marca de Garantia, coma eth caviar, esturion, foie,...
- Era Olhada, s'amièc a tèrme eth dia 9 de març en Pla de Beret, damb era degustacion deth plat tipic dera olha aranesa, damb era collaboracion dera Escòla d'Ostaleria de Les, Bodega Príncipe de Viana e productes agroalimentaris dera Marca de Garantia.
- Mòstra Gastronomic dera Codina Aranesa, s'amièc a tèrme deth 23 ath 29 de seteme, a on participèren 8 restaurants e a on se podèc degustar pendent ua setmana de plats dera codina aranesa elaboradi damb productes dera Val.

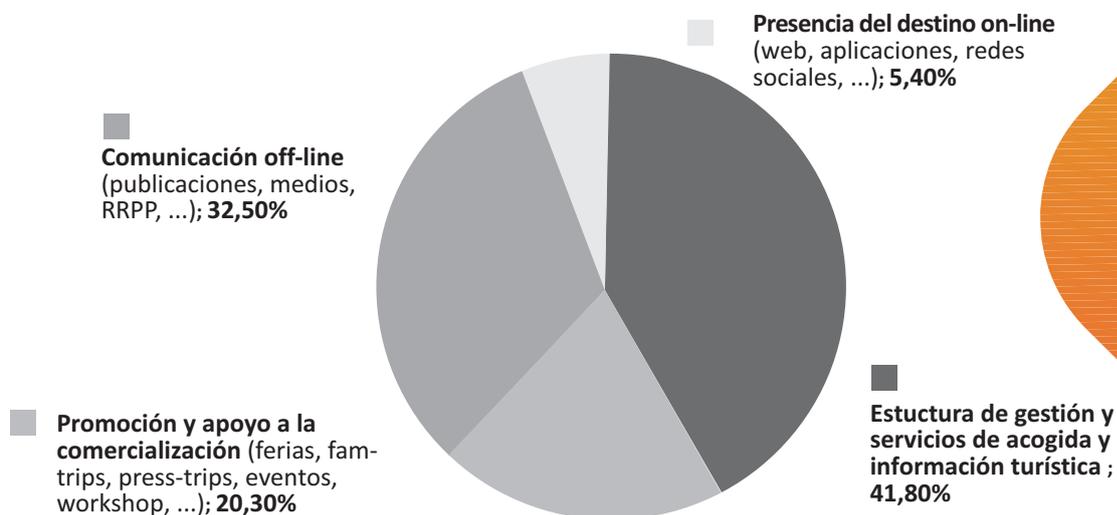


# RESUMEN DE LA ACCIÓN DE MARKETING TURÍSTICO DE FTVA 2014

## Origen. Fuentes de financiación año 2014



## Aplicación. Distribución presupuestaria año 2014



## **Redacción y contenido:**

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

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

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

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

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

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

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

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

**Maquetación y diseño:**  
**Publigraf.** Alèxia Grustan



# VAL D'ARAN

Era essència des Pirenèus

+ info

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

Tel. 973 64 06 88

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

Conselh  Generau d'Aran