



**M**  
**memoria**  
TORISME VAL D'ARAN  
2 0 1 7



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

# contenido

## **INTRODUCCIÓN** 3

## **EL TURISMO DE LA VAL D'ARAN EN CIFRAS** 5

<b>Oferta turística</b>	<b>5</b>
<b>Seguimiento de la oferta hotelera de la Val d'Aran en 2017, según datos del INE</b>	<b>6</b>
<b>Demanda turística</b>	<b>7</b>
<b>Total Socios 2017</b>	<b>11</b>
<b>Servicio de información y acogida del visitante</b>	<b>12</b>
<b>Oficinas de turismo gestionadas por FTVA</b>	<b>12</b>
<b>Cuantificación del servicio y caracterización de los visitantes</b>	<b>13</b>

## **LA ACCIÓN DE MARKETING TURÍSTICO DE LA VAL D'ARAN** 17

<b>Acciones y estrategias destacadas del año 2017</b>	<b>17</b>
<b>Comunicación</b>	<b>18</b>
Publicaciones: ediciones y reediciones	<b>23</b>
<b>ACCIONES DE PROMOCIÓN</b>	<b>24</b>
1. Asistencia a ferias	<b>24</b>
2. Workshops	<b>26</b>
3. Presstrips, Famtrips y Blogtrips	<b>27</b>
4. Acciones de dinamización	<b>30</b>
<b>Acciones de comunicación y Márketing de la Oficina de Toulouse</b>	<b>34</b>

## **DESTACADOS 2017** 36

## **RESUMEN. DESGLOSE DE INVERSIÓN** 37



# introducción

**Anna Díaz Morelló. *Conselhèra de Torisme, Desvolupament Economic.*  
Vicepresidenta de *Foment Torisme Val d'Aran.***

En nombre de Foment Torisme Val d'Aran quiero agradecer un año más la colaboración del sector empresarial aranés, la implicación y compromiso de los 193 socios que contribuyen al desarrollo y a la promoción de Val d'Aran como un destino turístico de alta montaña de referencia.

Destacamos también la colaboración de los diferentes municipios araneses y en especial del Naut Aran y de Vielha Mijaran en su inestimable colaboración con el Govern d'Aran por contribuir económicamente con FTVA aportando la totalidad del importe de la tasa turística recaudada en los diferentes municipios y apostar conjuntamente con los empresarios araneses y el Conselh Generau d'Aran en la difusión de la marca "Val d'Aran, la esencia de los Pirineos" suponiendo un capital total de 653.278 €.

La memoria elaborada anualmente por Foment Torisme Val d'Aran tiene por objetivo facilitar a las empresas y entidades del sector turístico de Val d'Aran un balance sobre la situación turística del territorio e información detallada sobre las acciones desarrolladas, tanto en el ámbito de la comunicación como en la promoción y apoyo a la comercialización turística.

Durante el año 2017 destaca la apuesta de Foment Torisme Val d'Aran por la mejor estrategia de Inteligencia Turística. En esta línea se han consolidado los sistemas de recogida y análisis de datos actuales incorporando nuevos indicadores de análisis y seguimiento, y se ha iniciado la integración de datos relativos a la oferta y demanda de los alojamientos de uso turístico en el Sistema de Inteligencia Turística. El objetivo de esta iniciativa es dotar al sector público y privado aranés de la información necesaria para orientar las acciones y estrategias turísticas, contribuyendo al impulso del sector en el territorio.

Con el objetivo de consolidar el posicionamiento turístico de la marca Val d'Aran, durante el año 2017 se ha seguido trabajando para mantener las certificaciones con las que cuenta el destino actualmente, implementando un Plan de acciones alineado con los requerimientos de los diferentes distintivos y pasando las auditorías pertinentes para conservar los reconocimientos recibidos hasta el momento. De éste modo, Val d'Aran actualmente cuenta con la certificación Biosphere, Smart Destination y con el sello de Destino de Turismo Familiar.

Por lo que se refiere a las acciones de comunicación, promoción y comercialización, Foment Torisme Val d'Aran ha continuado apostando por consolidar el mercado doméstico y potenciar el mercado internacional. En 2017 destacan las acciones realizadas en Francia y Reino Unido, como también las orientadas a los mercados de Centro Europa y los países nórdicos. En la



presente memoria se detallan las diferentes acciones realizadas, incluyendo las realizadas con el soporte de la Agencia Catalana de Turismo (ACT), Turespaña y el convenio Pirineus, que contribuyen positivamente a posicionar Val d'Aran como un destino de referencia en los diferentes mercados nacionales e internacionales.

Foment Torisme Val d'Aran ha participado en diferentes acciones público-privadas de diferentes ámbitos (gastronomía, deportes, comercio,...) con el objetivo de ayudar a las iniciativas privadas del valle con la atracción de clientes de fuera del territorio, potenciando las pernoctaciones. A través de éstas colaboraciones se contribuye a la dinamización del destino Val d'Aran, obteniendo un retorno directo en el valle y en la consolidación de nuestra marca turística.

Finalmente, hay que destacar la tendencia positiva de la ocupación hotelera media durante este año 2017



# el turismo de la Val d'Aran en cifras

Durante el año 2017 Foment Torisme Val d'Aran ha continuado realizando un análisis y monitorización de la información relativa a la oferta y demanda a través del área denominada "Sistema de Inteligencia e Información Turística de Val d'Aran". Éste sistema permite realizar una evaluación de la situación turística actual de Val d'Aran como destino turístico y realizar previsiones y proyecciones de futuro.

A continuación se presentan los principales datos del año 2017 y los datos históricos de la oferta y a la demanda turística de Val d'Aran.

## Oferta turística

A continuación se muestra la composición de la oferta turística de la Val d'Aran en el año 2017.

	Alojamientos 2017	Capacidad Alojamientos 2017
Hotel*****	4	763
Hotel****	15	2.199
Hotel***	19	1.407
Hotel**	17	1.055
Hotel*	10	518
Pensión**	19	557
Pensión*	9	192
Alojamiento Rural / Casa de Payés	14	156
Apartotel	6	600
Campings	8	2.315
Albergues	1	200
Refugios	2	162
Refugios Media y Alta Montaña	5	248
<b>TOTAL</b>	<b>129</b>	<b>10.372</b>
Alojamientos de Uso Turístico regulado (Val d'Aran)	831	3.288
Segundas Residencias (Estimativo)	6.539	26.156





	Establecimientos 2013	Establecimientos 2014	Establecimientos 2015	Establecimientos 2016	Establecimientos 2017
Establecimientos hoteleros	143	143	143	148	139
Alojamiento uso turístico			421	591	831
Bares y restaurantes	194	198	198	276	225
Equipamientos culturales, deportivos y de ocio	33	33	34	34	36
Empresas de turismo activo	44	45	46	50	63
Comercios	334	342	348	330	349
<b>TOTAL</b>	<b>856</b>	<b>1.222</b>	<b>1.226</b>	<b>1.467</b>	<b>1.643</b>

*En 2017 destaca un incremento del número de comercios en Val d'Aran. También se mantiene la tendencia positiva de los últimos cinco años con el incremento de empresas de turismo activo y alojamientos de uso turístico.*

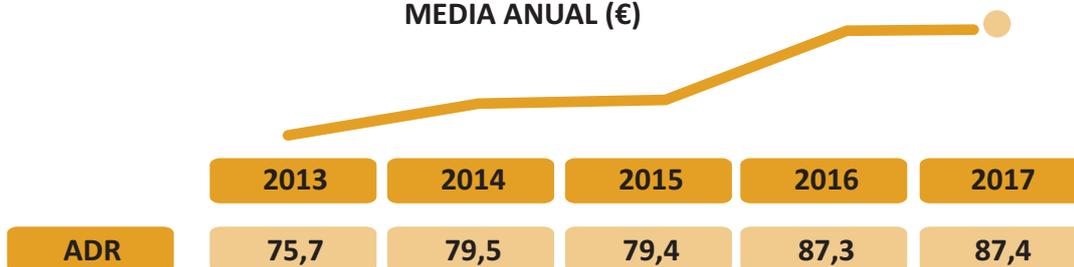
## Seguimiento de la oferta hotelera de la Val d'Aran en 2017, según datos del INE.

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

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

*En 2017 se mantiene la tendencia positiva de los últimos años tanto en la facturación media por habitación (ADR) como con los ingresos por habitación disponible (RevPAR).*

### FACTURACIÓN MEDIA POR HABITACIÓN (ADR) MEDIA ANUAL (€)



Fuente: Idescat

### INGRESOS POR HABITACIÓN DISPONIBLE (RevPAR) MEDIA ANUAL (€)

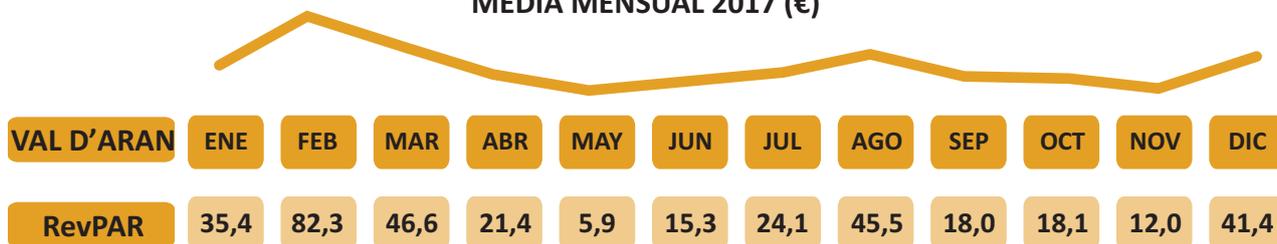


Fuente: Idescat



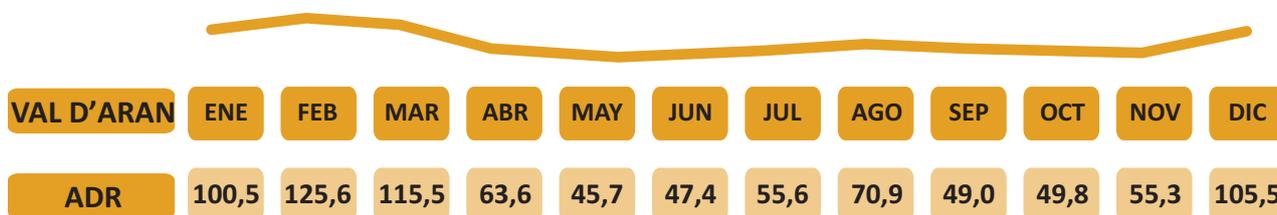
La temporada de invierno sigue siendo la que registra una mayor facturación media por habitación (ADR) e ingresos por habitación disponible (RevPAR). También destaca un incremento durante el mes de agosto, alcanzando niveles similares a los registrados en la temporada de invierno.

### INGRESOS POR HABITACIÓN DISPONIBLE (RevPAR) MEDIA MENSUAL 2017 (€)



Fuente: Idescat

### FACTURACIÓN MEDIA POR HABITACIÓN (ADR) MEDIA MENSUAL 2017 (€)



Fuente: Idescat

## Demanda turística en la Val d'Aran

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

**Instituto Nacional de Estadística (INE).** (fuente secundaria externa). Proporciona datos relativos al número de viajeros, pernoctaciones y estancia media en los establecimientos hoteleros de la Val. El INE proporciona datos relativos a las zonas de Vielha-Mijaran y Naut Aran. Para la zona de Baish Arán 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.

**Sistema Propio (SPTVA).** (fuente primaria). FTVA realiza una encuesta semanal a establecimientos de alojamiento hotelero. Por otro lado, el próximo año se incorporarán datos de ocupación de alojamientos de uso turístico a nuestro sistema propio. **Durante el año 2017 se han realizado más de 3.158 llamadas de teléfono para la recogida de datos.**

**Gestor Estadístico Oficinas de Turismo (GEOT).** (fuente primaria). Datos recogidos en las oficinas de Turismo de Vielha y Salardú de los turistas que visitan y utilizan el servicio de información turística. Éstos permiten conocer las características y el perfil del visitante. La muestra recopilada es muy significativa, **en el año 2017 se han realizado más de 13.977 encuestas.**

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



NAUT ARAN		PROCEDENCIA	2013	2014	2015	2016	2017
VIAJEROS	NACIONALES		52.146	47.581	53.173	52.412	52.428
	EXTRANJEROS		23.094	20.632	21.384	24.495	24.674
	<b>TOTAL</b>		<b>75.240</b>	<b>68.213</b>	<b>74.557</b>	<b>76.907</b>	<b>77.102</b>
PERNOCTACIONES	NACIONALES		170.638	165.169	197.143	184.701	190.682
	EXTRANJEROS		67.164	69.971	68.444	84.843	69.402
	<b>TOTAL</b>		<b>237.802</b>	<b>235.140</b>	<b>265.587</b>	<b>269.544</b>	<b>260.084</b>
VIELHA e MIJARAN		PROCEDENCIA	2013	2014	2015	2016	2017
VIAJEROS	NACIONALES		110.585	105.322	110.375	107.726	104.671
	EXTRANJEROS		24.816	25.335	24.671	25.380	28.578
	<b>TOTAL</b>		<b>135.401</b>	<b>130.657</b>	<b>135.046</b>	<b>133.106</b>	<b>133.249</b>
PERNOCTACIONES	NACIONALES		283.570	281.427	307.586	309.195	292.476
	EXTRANJEROS		52.429	61.435	59.046	62.332	64.682
	<b>TOTAL</b>		<b>335.999</b>	<b>342.862</b>	<b>366.632</b>	<b>371.527</b>	<b>357.158</b>
BAISH ARAN		PROCEDENCIA	2013	2014	2015	2016	2017
VIAJEROS	<b>TOTAL</b>		<b>11.104</b>	<b>11.992</b>	<b>11.407</b>	<b>11.068</b>	<b>13.286</b>
PERNOCTACIONES	<b>TOTAL</b>		<b>32.205</b>	<b>34.645</b>	<b>34.231</b>	<b>33.914</b>	<b>37.753</b>

Fuente: INE

*Durante el año 2017 ha incrementado en un 1,15% el número de viajeros en Val d'Aran, recibiendo un total de 223.637 viajeros. Sin embargo ha disminuido ligeramente el total de pernoctaciones en el territorio, registrando 654.995 pernoctaciones, un 2,96% menos que el año anterior.*

En cuanto a la procedencia de los viajeros que visitan cada una de las zonas, en Naut Aran incrementan ligeramente los viajeros nacionales e internacionales, acompañado de un incremento en las pernoctaciones de nacionales y un descenso de extranjeros. Contrariamente, en Vielha-Mijaran se reducen ligeramente los viajeros y pernoctaciones nacionales y se produce un incremento de los de procedencia extranjera.

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



SUMA ZONAS (Naut Aran + Vielha- Mijaran)	PROCEDENCIA	2012	2013	2014	2015	2016	2017
VIAJEROS	NACIONALES	176.607	162.731	152.903	163.548	160.138	157.099
	EXTRANJEROS	49.695	47.910	45.967	46.055	49.875	53.252
PERNOCTACIONES	NACIONALES	517.414	454.208	446.596	504.729	493.896	483.159
	EXTRANJEROS	102.083	119.593	131.406	127.490	147.175	134.084
ESTANCIA MEDIA	NACIONALES	2,69	2,79	2,92	3,09	3,08	3,07
	EXTRANJEROS	2,55	2,50	2,86	2,77	2,95	2,52

Fuente: INE

SUMA ZONAS	PROCEDENCIA	2012	2013	2014	2015	2016	2017
VIAJEROS	NACIONALES	78%	77%	77%	78%	76%	79%
	EXTRANJEROS	22%	23%	23%	22%	24%	21%
PERNOCTACIONES	NACIONALES	81%	80%	77%	80%	77%	82%
	EXTRANJEROS	19%	20%	23%	20%	23%	18%

Fuente: INE

*En 2017 ha incrementado ligeramente el total de viajeros extranjeros, representando el 25% del total. Sin embargo éste incremento no ha ido acompañado de un aumento en el número de pernoctaciones de extranjeros, que actualmente representan el 22% de las pernoctaciones registradas.*

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

En 2017 ha incrementado la ocupación media anual en Val d'Aran, superando los registros de ocupación de los últimos cinco años tanto en Naut Aran como en Miei Aran y Baish Aran. En los siguientes gráficos y tablas se muestra la ocupación mensual registrada en 2017 por zonas y la evolución de la ocupación media anual en los últimos seis años.

NAUT ARAN  
Ocupación mensual (%)



NAUT ARAN	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	MEDIA
Ocupación(%)	51,33	71,14	64,02	23,84	3,82	10,70	42,91	68,58	22,39	25,51	18,58	57,71	38,38



**MIEI ARAN**  
Ocupación mensual (%)



MIEI ARAN	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	MEDIA
Ocupación(%)	48,21	62,71	53,38	39,53	24,10	34,73	55,01	73,93	40,60	49,25	45,51	59,54	48,88

**BAISH ARAN**  
Ocupación mensual (%)



BAISH ARAN	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	MEDIA
Ocupación(%)	20,62	26,33	21,08	38,69	33,15	16,74	62,29	74,82	17,55	15,16	13,11	37,24	31,40

**OCUPACIÓN MEDIA ANUAL**  
Evolución 2012-2017



ZONAS	2012	2013	2014	2015	2016	2017
NAUT ARAN	30,67%	31,46%	31,34%	31,58%	37,11%	38,38%
MIEI ARAN	38,57%	36,55%	36,82%	38,74%	47,32%	48,88%
BAISH ARAN	18,75%	17,67%	26,20%	24,52%	23,03%	31,04%
TOTAL	37,37%	34,21%	36,10%	40,29%	42,65%	46,94%

*Los meses de mayor ocupación en Naut Aran y Miei Aran son los meses de Agosto y Febrero, mientras que en Baish Aran la mayor ocupación se concentra en los meses de verano.*

## Evolución mensual de la ocupación (2012 – 2017)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
ENERO	55,99	45,88	48,69	55,09	59,34	<b>48,03</b>
FEBRERO	59,60	49,69	52,10	59,73	66,29	<b>64,32</b>
MARZO	47,91	53,01	46,02	52,15	61,73	<b>49,74</b>
ABRIL	24,05	19,42	29,53	26,13	23,83	<b>43,75</b>
MAYO	17,2	17,41	14,52	25,37	25,48	<b>20,77</b>
JUNIO	27,44	14,96	27,53	22,34	31,23	<b>32,77</b>
JULIO	38,6	31,47	35,45	44,06	49,51	<b>54,64</b>
AGOSTO	54,43	57,30	63,98	70,88	75,35	<b>74,6</b>
SEPTIEMBRE	34,64	33,71	34,45	34,38	31,22	<b>37,24</b>
OCTUBRE	23,9	23,32	23,01	30,65	37,12	<b>43,44</b>
NOVIEMBRE	23,29	19,77	23,63	24,44	25,68	<b>36,16</b>
DICIEMBRE	41,38	44,53	34,23	38,23	25,07	<b>57,81</b>

## Total Socios 2017

Foment Torisme Val d'Aran cuenta con 193 socios que participan de forma activa en el desarrollo del sector turístico de Val d'Aran. A continuación se detalla el número de socios de Foment Torisme Val d'Aran en 2017, clasificados según la actividad que desarrollan.

	COLABORADORES / TOTAL ESTABLECIMIENTOS	% COLABORADORES FTVA
ALOJAMIENTOS	73 / 132*	43,71%
RESTAURACIÓN	33 / 255	11,96%
TURISMO ACTIVO	23 / 41	56,10%
COMERCIO Y SERVICIOS	64 / 603	10,61%
<b>TOTAL</b>	<b>193 / 1.087</b>	<b>17,75%</b>

\* No se han tenido en cuenta los Alojamientos de uso turístico



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

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

Desde las oficinas de turismo se prestan los siguientes servicios:

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

## Oficinas de turismo gestionadas por FTVA

**Las oficinas abiertas todo el año son:**

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

**Oficina de Turismo de Salardú** (o.s.torisme@aran.org) con un horario en temporada alta de 09:30 a 12:30 h y de 16.00 a 19.00 h de lunes a sábado, los domingos cerrada al igual que los días 1 y 6 de enero, 3 de mayo, 17 de junio, 24 y 25 de diciembre.

**Las oficinas abiertas en verano son:**

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

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

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

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

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



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

**Horario**

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

Martes y jueves: 14.00 h a 18.00 h



### Funciones:

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

## Cuantificación del servicio y caracterización de los visitantes

*Durante el año 2017 las oficinas de turismo han atendido a más de 99.000 turistas. En total se han atendido 275 llamadas telefónicas solicitando información del valle, se han atendido 340 correos electrónicos y se han enviado 130 correos electrónicos con información turística del valle.*

### Evolución de los visitantes en las Oficinas de Turismo (2012 – 2017)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
VIELHA	45.255	47.282	55.482	51.073	57.813	59.279
SALARDÚ	7.332	6870	6.973	6.334	7.902	5409
ARTIES	642	2537	4371	3002	4634	3800
ARTIGA DE LIN					21.706	18.783
VALARTIES	4513	cerrado	cerrado	cerrado	cerrado	cerrado
COLOMÈRS	8.717	6.949	7.708	8.212	13.862	10.178
ARAN PARC			1681	1684	1742	1985
<b>TOTAL</b>	<b>66.459</b>	<b>63.638</b>	<b>76.215</b>	<b>70.305</b>	<b>107.659</b>	<b>99.434</b>



**Visitantes nacionales por procedencia**  
**O.T. Vielha + Salardú + Arties**  
**Total: 58.739 visitantes**

Catalunya	47,2%
Levante	13,5%
Madrid	11,4%
Pais Vasco	6,5%
Andalucía	5,9%
Castilla León	2,6%
Múrcia	2,5%
Aragón	2,1%
Castilla - La Mancha	1,9%
Baleares	1,5%
Asturias	1,3%
Navarra	1,2%
Galicia	0,6%
Canarias	0,6%
La Rioja	0,5%
Extremadura	0,4%
Cantabria	0,3%

**Visitantes extranjeros por procedencia**  
**(O.T. Vielha + Salardú + Arties)**  
**Total: 9.795 visitantes**

Francia	64,7%
Israel	8,9%
Gran Bretaña	4,8%
Otros	3,5%
Holanda	3,1%
Alemania	2,9%
Bélgica	2,4%
América Norte	2,2%
América Sur	1,8%
Italia	1,6%
Portugal	1,1%
Países Este	0,8%
Suiza	0,8%
Australia	0,6%
Asia	0,6%
Austria	0,3%

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

La información recogida en las oficinas de información turística permite identificar las características de los visitantes de las mismas. Las principales características de los visitantes de las oficinas de turismo en el año 2017 y las variaciones significativas respecto el año anterior son las siguientes:

- El principal motivo de viaje de los visitantes del Valle es vacacional (97,74%), manteniendo los niveles de los años anteriores
- En cuanto a la edad de los visitantes, ha incrementado de forma significativa el volumen de viajeros de 36 a 65 años, representando el 75,47% de los visitantes. También destaca un incremento de los viajeros de más de 65 años (11,68%, incrementando un 4,8%), alcanzando un peso similar al de los viajeros de 26 a 35 años (12,29%)
- Los hoteles siguen siendo la principal tipología de establecimiento escogido por los visitantes (55,61%), seguido por los apartamentos turísticos (14,59%, incrementando un 3,62% respecto el año anterior) y campings (13,15%).
- Respecto la información solicitada en las oficinas de información turística en 2017, la información de la oferta turística sigue siendo la más demandada (57,56%), seguido por la información relativa a la restauración (16,35%) y de ocio (8,30%).

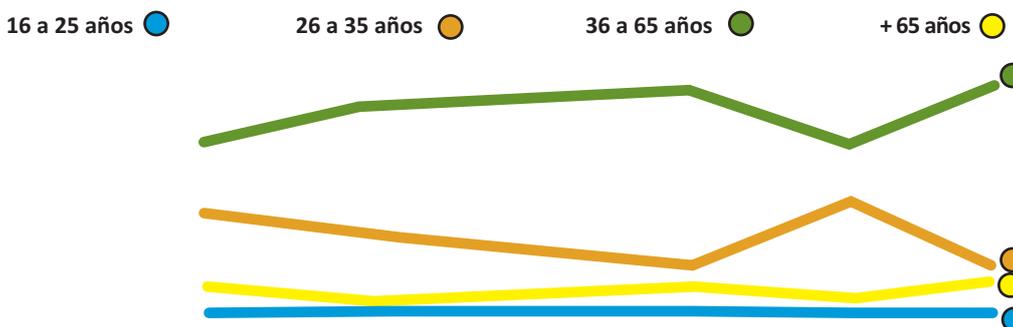
A continuación se detalla la información recogida en las oficinas de información turística relacionada con el perfil de los visitantes:



## Motivo de la visita

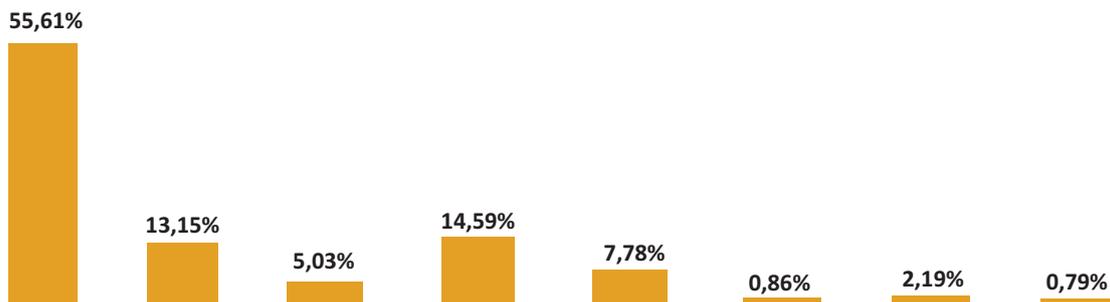
MOTIVACIÓN	2012 PERSONAS - %		2013 PERSONAS - %		2014 PERSONAS - %		2015 PERSONAS - %		2016 PERSONAS - %		2017 PERSONAS - %	
Vacaciones	44.321	98,26 %	46.301	97,93%	54.517	98,26%	50.034	97,97%	55.552	97,82%	57.393	97,74%
Negocios	427	0,95 %	121	0,26%	22	0,04%	162	0,32%	156	0,27%	95	0,16%
Ocio	243	0,54 %	842	1,78%	888	1,6%	857	1,68%	1057	1,83%	1.233	2,08%
Datos no informados	117	0,25 %	18	0,04%	55	0,1%	20	0,04%	46	0,08%	11	0,02%
<b>Total</b>	<b>45.108</b>		<b>47.282</b>		<b>55.482</b>		<b>51.073</b>		<b>57.813</b>		<b>59.279</b>	

## VISITANTES POR EDADES



GRUPOS POR EDAD	2012		2013		2014		2015		2016		2017	
16 a 25 años	794	1,76 %	456	0,96%	433	0,78%	327	0,64%	196	0,34%	331	0,56%
26 a 35 años	14.763	32,73 %	12.552	26,55%	12.289	22,15%	8.320	16,30%	21.616	37,39%	7.256	12,29%
36 a 65 años	25.598	56,73 %	32.039	67,76%	38.554	69,49%	37.651	73,72%	32.022	55,39%	44.737	75,47%
+ 65 años	3.962	8,87 %	2.235	4,73%	4.205	7,58%	4.775	9,35%	3.977	6,88%	6.923	11,68%

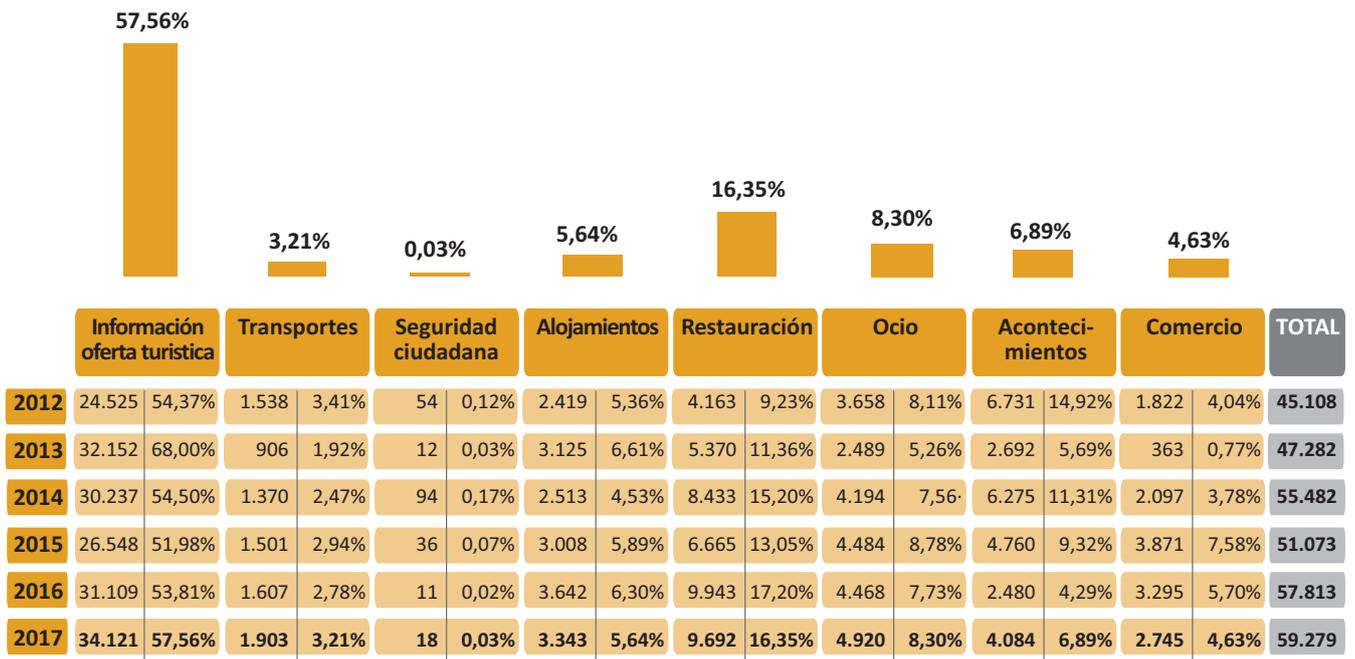
## PERNOCTACIONES POR TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO (2017)



	Hoteles		Campings		Turismo rural		Apto. Turísticos		2ª Residencia		Familiares		Albergues		Otros		TOTAL
<b>2012</b>	26.243	58,20 %	1.961	4,37 %	4.217	58,20 %	4.710	10,51%	2.982	6,61%	1.845	4,09%	1.371	3,04%	1.779	3,81%	<b>45.108</b>
<b>2013</b>	25.793	54,55 %	1.277	2,70 %	5.532	54,55 %	7.305	15,45%	3.064	6,48%	1.877	3,97%	1.891	4,00%	543	1,15%	<b>47.282</b>
<b>2014</b>	32.179	58,00 %	4.677	8,43 %	3.418	58,00 %	9.027	16,27%	3.773	6,80%	760	1,37%	311	0,56%	1.337	2,41%	<b>55.482</b>
<b>2015</b>	29.408	57,58 %	6.394	12,52 %	2.901	57,58 %	5.066	9,92%	3.841	7,52%	1.558	3,05%	1.226	2,40%	679	1,33%	<b>51.073</b>
<b>2016</b>	33.132	57,31 %	7.440	12,87 %	2.994	57,31 %	6.342	10,97%	5.116	8,85%	231	0,40%	1.549	2,68%	1.005	1,74%	<b>57.813</b>
<b>2017</b>	33.262	55,61 %	7.795	13,15 %	2.982	55,61 %	8.649	14,59%	4.612	7,78%	510	0,86%	1.298	2,19%	468	0,79%	<b>59.279</b>



**INFORMACIÓN SOLICITADA (2017)**





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

A continuación se destacan algunas de las acciones desarrolladas por FTVA a lo largo de 2017 y que por su carácter y dimensión repercuten o son un eje fundamental de las acciones de comunicación, promoción y comercialización llevadas a cabo.

## Acciones y estrategias destacadas del año 2017

### Consolidación de la imagen del destino a través de las certificaciones

Durante los últimos años Val d'Aran ha realizado esfuerzos para obtener diferentes certificaciones que aporten diferentes valores a la marca, contribuyendo positivamente al posicionamiento del destino. En 2017 FTVA, a través de la implementación de diferentes acciones incluidas en el Plan de Acción del destino, ha logrado mantener las diferentes certificaciones obtenidas hasta el momento, pasando las auditorías pertinentes y destinando esfuerzos para seguir manteniéndolas en el futuro.

Actualmente Val d'Aran cuenta con las siguientes certificaciones turísticas:

- **Biosphere**, que reconoce la implementación de un modelo de turismo sostenible evaluando la adecuación de la gestión del destino a los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de la ONU.
- **Smart Destination**, reconocimiento a un destino innovador que apuesta por la sostenibilidad, accesibilidad universal, tecnología, innovación, seguridad y conectividad.
- **Sello de Destino de Turismo Familiar**, otorgado por la Federación Española de familias Numerosas poniendo en valor la adecuación de la oferta del destino al turismo familiar.



## Acciones de comunicación, promoción y comercialización en mercados internacionales

En 2017 destacan las acciones que se han realizado de forma continuada en **Francia y Reino Unido**, siguiendo la estrategia implementada durante los últimos años con el objetivo de lograr un posicionamiento consolidado en éstos mercados. También cabe mencionar las acciones realizadas en **Centro Europa**, realizando campañas de promoción conjuntas con el resto del pirineo catalán a través del convenio Pirineus.

Otro mercado en el que se ha puesto especial atención ha sido el de **países nórdicos**, mediante la propuesta de la Agencia Catalana de Turismo (ACT) y Turespaña y en colaboración con Baqueira Beret se ha desarrollado una campaña que ha obtenido como principales resultados la incorporación de Val d'Aran en catálogos de turoperadores de países nórdicos y que los grupos de agencia hayan incorporado transfers facilitando la llegada de turistas de países nórdicos a Val d'Aran.

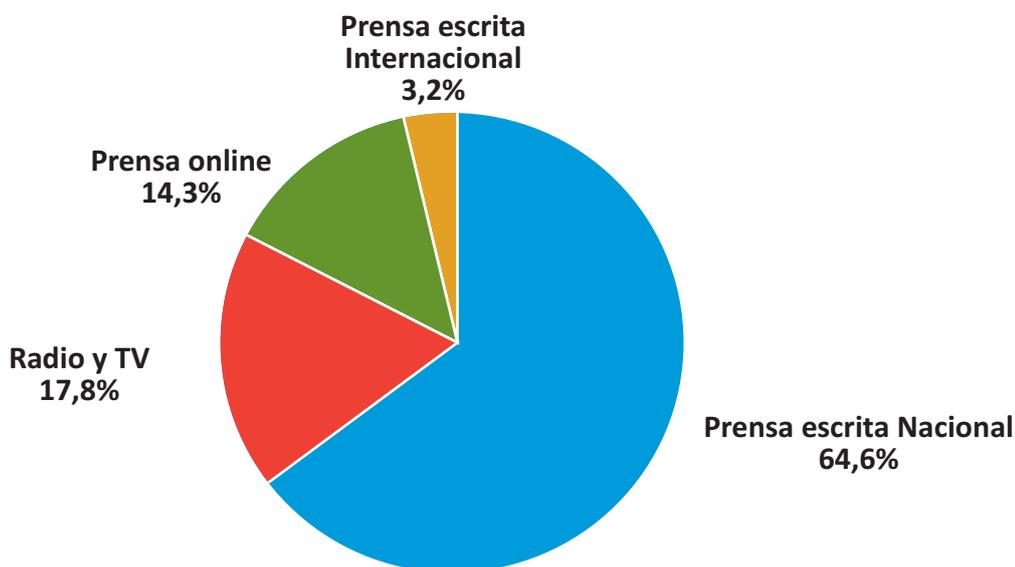
## Comunicación

El año 2017 el presupuesto invertido por FTVA en comunicación ha sido de 65.874 euros, distribuidos de la siguiente forma por medios y alcance geográfico:

PRENSA ONLINE	9.451€
PRENSA ESCRITA INTERNACIONAL	2.122€
PRENSA ESCRITA NACIONAL	42.564€
RADIO Y TV	11.737€

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

### Distribución del presupuesto por tipología de medios, 2017



## Prensa y medios de comunicación

En el año 2017 se han realizado acciones de comunicación en 39 medios, incluyendo radio, prensa offline y prensa online, tanto a nivel nacional como internacional.

### Comunicación offline

En la prensa offline se han logrado 30 inserciones que han comportado reportajes de un total de 72 páginas, por lo que el destino ha estado presente en 780.000 ejemplares y se han alcanzado 3.650.000 lectores, incrementando un 4,28% el alcance respecto el año anterior.

Durante el año 2017, mediante los esfuerzos realizados en comunicación, Val d'Aran ha estado presente en:

MEDIOS CONTRATADOS	39
INSERCIONES PRENSA ESCRITA	30
PAGINAS REPORTAJE	72
EJEMPLARES	780.000
LECTORES	3.650.000

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

#### Prensa Escrita Nacional:

MEDIO	MERCADO
AR	NACIONAL
BAQUEIRA	NACIONAL
EL MUNDO DE LOS PIRINEOS	NACIONAL
GRANDES ESPACIOS	NACIONAL
LA BIBLIA OUTDOOR	NACIONAL
LUGARES DE NIEVE	NACIONAL
MOUNTAINBIKER	NACIONAL
OXIGENO	NACIONAL
SPORTS D'HIVERN	NACIONAL
VIAJAR CON HIJOS	NACIONAL
CATALUNYA EXPERIENCE	CATALAN
DESCOBRIR	CATALAN
MUNTANYA CENTRE EXCURSIONISTA	CATALAN
ARAN NAU	LOCAL Y DE PROXIMIDAD
PANTXING	LOCAL Y DE PROXIMIDAD
VIU ERA VAL	LOCAL Y DE PROXIMIDAD

#### Prensa Escrita Internacional:

MEDIO	MERCADO
REVISTA BAQUEIRA	FRANCIA
HORS PISTE	FRANCIA
MAGAZINE BALADES ESTIVALES	FRANCIA
MAGAZINE BALADES	FRANCIA
MAGAZINE HORS SERIE WEEK-END	FRANCIA
PYRENEES MAGAZINE	FRANCIA
RESPYR	FRANCIA



### Radio:

MEDIO	CAMPAÑA
COPE	CAMPAÑA DE INVIERNO
ESQUI NEU	CAMPAÑA DE INVIERNO
FEM TURISME	CAMPAÑA PRIMAVERA - VERANO
GUM FM	CAMPAÑA ANUAL DE EVENTOS

## Comunicación online

Durante el año 2017 la comunicación online ha continuado siendo uno de los principales canales de empleados, potenciando la interacción en las redes sociales y la difusión a través de la página web de turismo de Val d'Aran.

Las principales acciones online realizadas el año 2017 han sido las siguientes:

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

## Datos de la presencia online del destino

Desde el año 2015 Torisme Val d'Aran cuenta con una empresa externa que gestiona la presencia online del destino. A través de la generación de contenidos y la actualización constante de la página web, Foment Torisme Val d'Aran está consolidando el posicionamiento online del destino.

### RESULTADOS PORTAL WEB

Durante el 2017 se ha continuado implantando el plan de comunicación digital realizado en el año 2015. Se ha continuado con una política productiva en la gestión de la website actualizando los textos, subiendo contenidos interesantes para nuestros visitantes que se ha traducido en un aumento de los usuarios únicos en 19%.

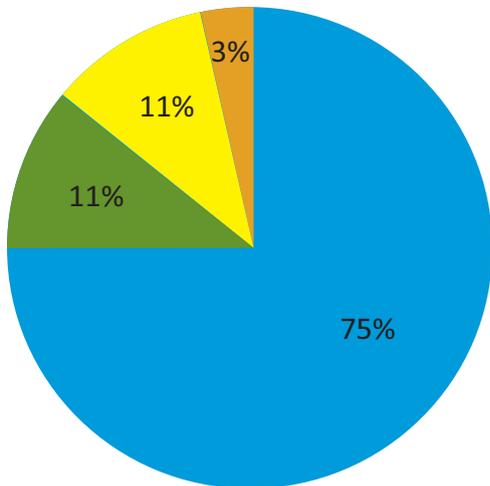
Como novedad durante este año 2017 se han empezado a enviar a los socios de FTVA una newsletter trimestral en la que se les comunica el resultado de las acciones realizadas.

Se continúa actualizando los contenidos de la Website; Semanalmente se redactan contenidos únicos y relevantes para los potenciales visitantes y se actualiza la agenda y eventos. Ambas acciones se realizan en los 4 idiomas de la web (castellano, catalán, francés e inglés). Durante el 2017 se han redactado y subido a la Web cerca de 120 artículos.

El resultado de todo ellos es un **aumento del 19% de los usuarios alcanzando 199.457 en el 2017**, un +19% sobre el 2016 que fue 167.291. Los meses de verano son los que tienen mayor número de visitantes, desde Julio a Septiembre destaca Agosto con 31.533 usuarios únicos.

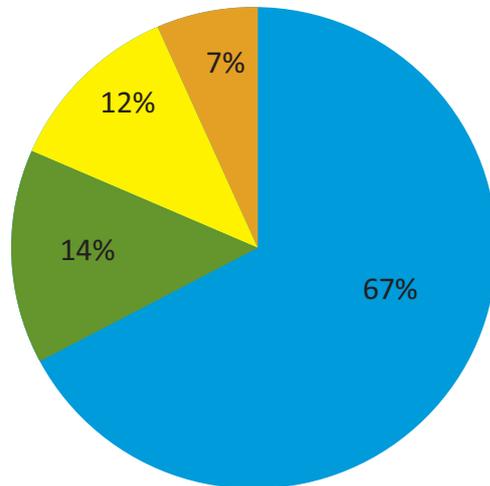
Por canales de entrada a la Web el más utilizado es el orgánico por orden de posición en los criterios de búsqueda, en segundo lugar directo escribiendo en el buscador el nombre del destino, en tercer lugar referral, como referente en otros landpages y por último a través de canales sociales ( por ejemplo Facebook, Twiter...etc...).

Canal de acceso a la Website 2017



● Organic search ● Direct ● Referral ● Social

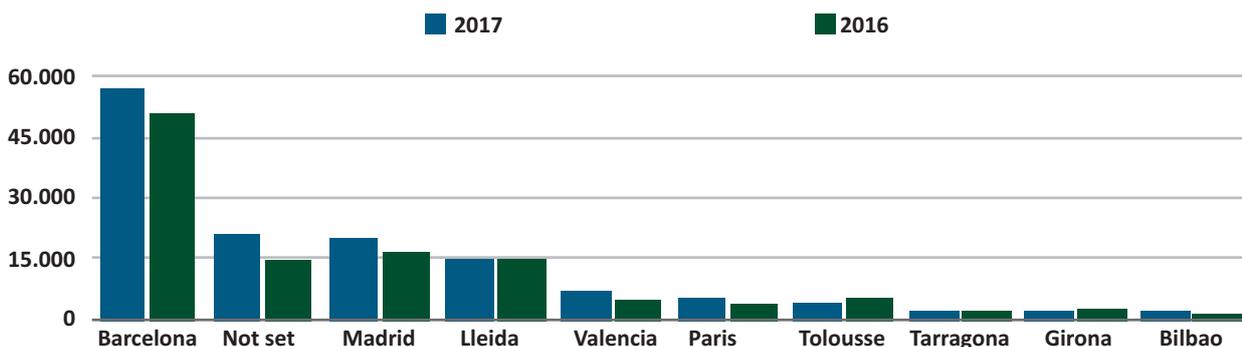
Canal de acceso a la Website 2016



● Organic search ● Direct ● Referral ● Social

El 82% de los usuarios son nuevos visitantes que corresponden 163.55 el resto, 36.000 son visitantes que repetidores que vuelven a visitar la página. No hay diferencias significativas entre el 2017 y 2016.

Desde las ciudades que se muestra más interés por la web del Val d'Aran por número de visitantes son: Barcelona, Madrid, Lleida, Valencia, Paris y Toulouse.



Encontramos indicadores evidentes de una mejora en calidad de la experiencia en la webiste, tanto en el número de páginas visitadas como el tiempo dedicado y las páginas vistas por sesión.

Ítem a analizar	2017	2016	Diferencia
Número de páginas vistas	848.563	707.650	+20%
Páginas por sesión	3,06	3,05	+3,5%
Duración de la sesión	00:02:47	00:02:41	+3,58%

## RESULTADOS COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES

### • FACEBOOK

Se han publicado 602 post durante el durante el 2017 y se ha aumentado el número de usuarios en 4.000 usuarios, alcanzando un total de 26.950 usuarios.

	2015	2016	2017	2017 vs 2016 (%)
<b>LIKES</b>	16.711	23.145	26.950	+16,44%
<b>ALCANCE Y NUMERO DE IMPRESIONES</b>	3.401.620	3.664748	5.581.614	+52,3%

### • TWITTER

La presencia de Torisme Val d'Aran también ha mejorado en Twitter durante el año 2017, registrando un incremento en el número de usuarios (pasando de 6.421 a 8.262) y en el número de nuevos seguidores (+1.841). Durante el año se han escrito un total de 931 tweets.

A pesar de haber disminuido ligeramente el número de tweets realizados, se han incrementado el número de seguidores, de menciones y de visitas al perfil.

	2016	2017	2017 vs 2016 (%)
<b>SEGUIDORES</b>	7.037	8.262	+17,4%
<b>SIGUES</b>	856		
<b>NUMERO DE TWEETS PERIODO</b>	1.096	931	-15,05%
<b>NUMERO TOTAL DE TWEETS</b>	3.308	4.239	+28,14%
<b>NUMERO DE MENCIONES</b>	2.384	3.071	+28,82%
<b>VISITAS AL PERFIL</b>	35.903	36.656	+2,1%

### • INSTAGRAM

Foment Torisme Val d'Aran sigue apostando por potenciar su presencia en Instagram. El incremento en el número de imágenes subidas ha ido acompañado por un aumento de prácticamente el 35% en el número de seguidores y del 60% en el número de "me gusta" al contenido publicado por Torisme Val d'Aran.

	2016	2017	2017 vs 2016 (%)
<b>NÚMERO DE SEGUIDORES</b>	9.655	13.028	+34,94%
<b>IMÁGENES SUBIDAS</b>	359	384	+6,96%
<b>COMENTARIOS</b>	912	2.760	+202,63%
<b>ME GUSTAS AL CONTENIDO</b>	148.526	239.016	+60,82%

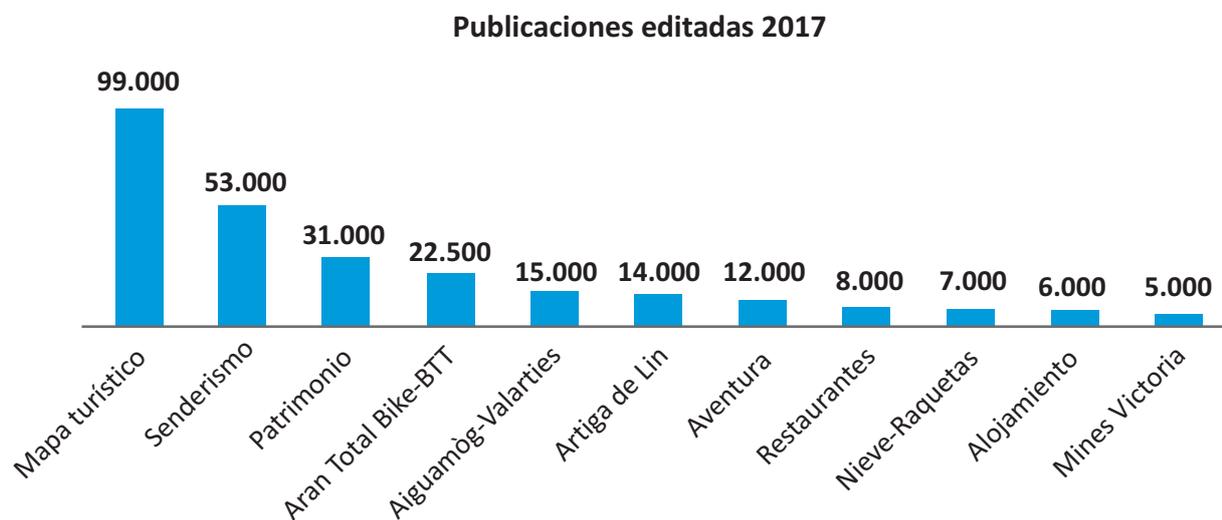
## Publicaciones: Ediciones y reediciones

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

Estas demandas pueden proceder de 4 canales:

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

En el siguiente gráfico se representan las publicaciones impresas elaboradas durante el año 2017, y en la tabla se muestra la evolución de los últimos seis años:



EDICIONES	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Mapa turístico	37.282	34.319	36.466	41.538	36.816	99.000
Senderismo	16.994	18.066	21.454	25.827	25.309	53.000
Patrimonio	5.162	7.614	13.753	16.725	15.370	31.000
Aran Total Bike-BTT	1.703	2.368	7.465	6.909	8.455	22.500
Aiguamòg-Valarties	3.529	721	1.835	8.752	7.706	15.000
Artiga de Lin	720	336	336	158	6.564	14.000
Aventura	192	3.529	9.872	8.291	8.771	12.000
Restaurantes	6.021	4.477	8.734	7.915	5.692	8.000
Nieve-Raquetas	2.790	2.368	1.863	2.826	2.851	7.000
Alojamiento	2.672	2.200	2.200	5.331	4.043	6.000
Mines Victoria	-	-	-	3.000	-	5.000

## Acciones de promoción

### 1. Asistencia a ferias

FTVA elabora anualmente un calendario de ferias de referencia con el objetivo de promover el destino Val d'Aran y sus productos turísticos en los diferentes mercados, tanto nacionales como internacionales. Tanto de carácter profesional como orientadas al gran público. La participación de Val d'Aran en las mismas ha sido de diferentes modalidades: Con stand propio o bien en un módulo dentro de la Agencia Catalana de Turismo, del Patronato de Turismo Terres de Lleida o bien bajo la marca PIRINEUS.

Durante el año 2017 FTVA ha asistido a 11 ferias internacionales, 12 ferias nacionales y 5 comités de empresa:

MES	FERIAS INTERNACIONALES	MERCADO	PRODUCTO
FEBRERO	FIETS & WANDELBEURS	BENELUX	SENDERISMO - CICLOTURISMO - BTT
FEBRERO	SALON DU TOURISME MAHANA	FRANCIA	PRODUCTO GENÉRICO
FEBRERO	IMTM	ISRAEL	PIRINEOS
MARZO	SALON DESTINATIONS NATURE DE PARIS	FRANCIA	PRODUCTO GENÉRICO
MARZO	SALON DU RANDONNEUR DU LYON	FRANCIA	SENDERISMO
JULIO	MOUNTAIN BUSINESS SUMMIT	FRANCIA	PRODUCTO GENÉRICO
SEPTIEMBRE	TOUR NATUR	ALEMANIA	SENDERISMO
OCTUBRE	SKI & SNOWBOARD SHOW LONDRES	REINO UNIDO E IRLANDA	NIEVE
NOVIEMBRE	SALON DE TOURISMO "VIVONS 100% SPORT", BORDEUX	FRANCIA	PRODUCTO GENÉRICO
NOVIEMBRE	WINTER SHOW 2017	SUECIA	NIEVE
	ADVENTURE TRAVEL CONFERENCE & MARKETPLACE	INTERNACIONAL	AVENTURA

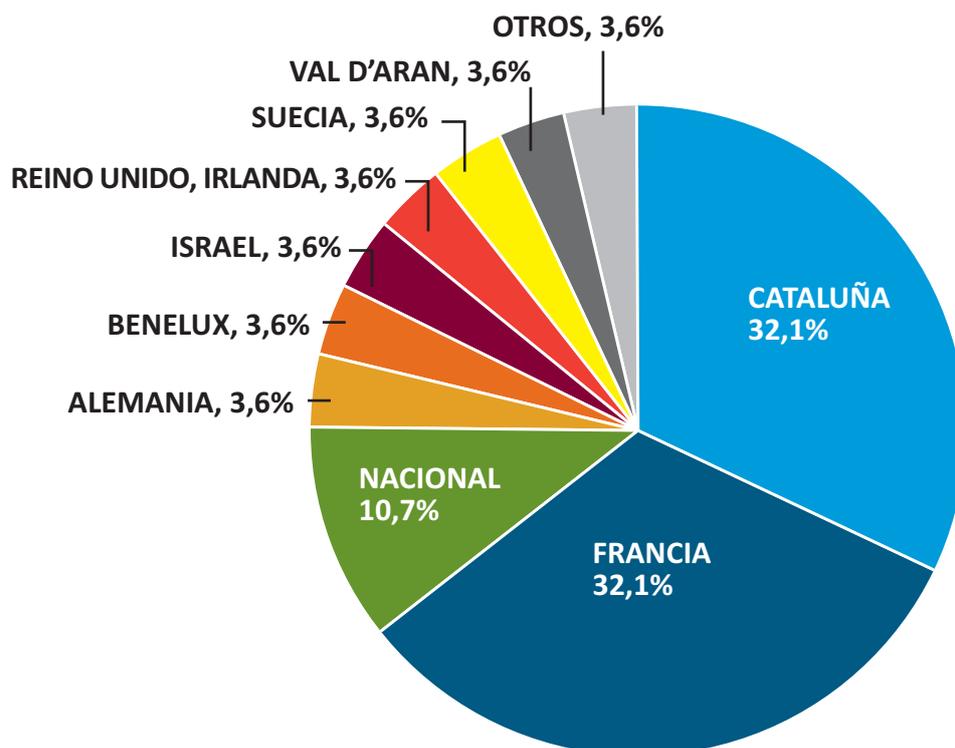
MES	FERIAS NACIONALES	MERCADO	PRODUCTO
ENERO	FITUR	NACIONAL	PRODUCTO GENÉRICO
FEBRERO	NAVARTUR	NACIONAL	PRODUCTO GENÉRICO
MARZO	HÈIRA DE SANT JOSEP	CATALUÑA	GASTRONOMIA
ABRIL	B-TRAVEL /B-DELICIOUS	CATALUÑA	GASTRONOMIA
ABRIL	B TRAVEL	CATALUÑA	PRODUCTO GENÉRICO
MAYO	MERCAT D'ESCAPADES	CATALUÑA	PRODUCTO GENÉRICO
SEPTIEMBRE	FERIA TURISMO SENIOR	CATALUÑA	TURISMO SENIOR
SEPTIEMBRE	HÈIRA DE SANT MIQUEL	CATALUÑA	GASTRONOMIA

MES	FERIAS NACIONALES	MERCADO	PRODUCTO
OCTUBRE	MERCAT DE MERCATS	CATALUÑA	GASTRONOMIA - MARCA GARANTIA VAL D'ARAN
NOVIEMBRE	4t SALÓ DE FAMILIES NOMBROSES DE CATALUNYA	CATALUÑA	TURISMO FAMILIAR
NOVIEMBRE	SNOW FUN REUS	CATALUÑA	NIEVE
DICIEMBRE	NEVARIA	NACIONAL	NIEVE - MONTAÑA

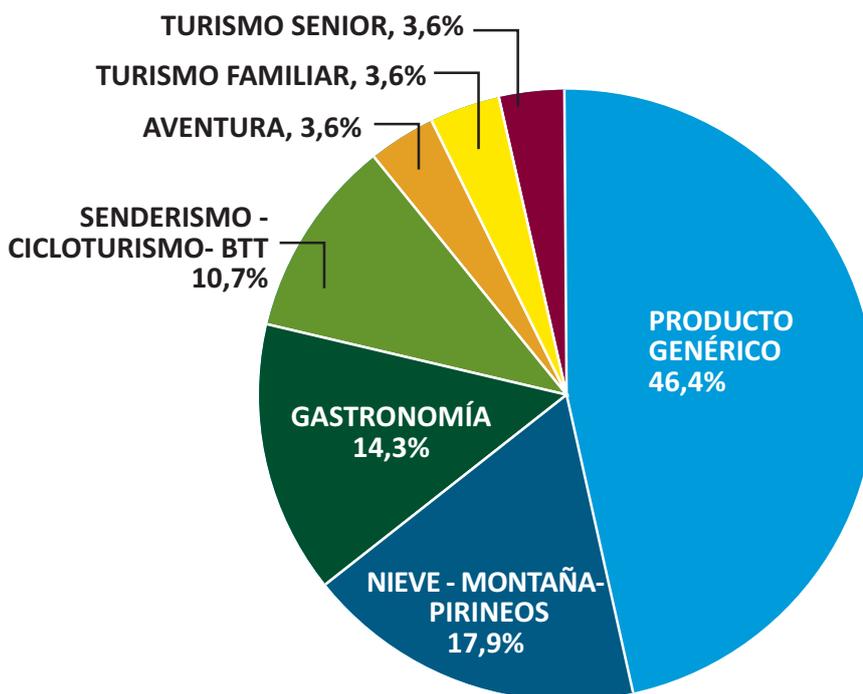
MES	COMITÉS DE EMPRESA	MERCADO	PRODUCTO
SEPTIEMBRE	SALONS COMITÉE D'ENTREPRISE	FRANCIA, MONTPELLIER	PRODUCTO GENÉRICO
SEPTIEMBRE	SALONS COMITÉE D'ENTREPRISE	FRANCIA, NANTES	PRODUCTO GENÉRICO
OCTUBRE	SALONS COMITÉE D'ENTREPRISE	FRANCIA, TOULOUSE	PRODUCTO GENÉRICO
OCTUBRE	SALONS COMITÉE D'ENTREPRISE	FRANCIA, PAU	PRODUCTO GENÉRICO
OCTUBRE	SALONS COMITÉE D'ENTREPRISE	FRANCIA, BORDEAUX	PRODUCTO GENÉRICO

A continuación se muestra de forma gráfica la clasificación por ámbito geográfico y por producto de las ferias a las que ha asistido *Foment Torisme Val d'Aran* en 2017.

### FERIAS-ÁMBITO GEOGRÁFICO



**FERIAS - PRODUCTO**



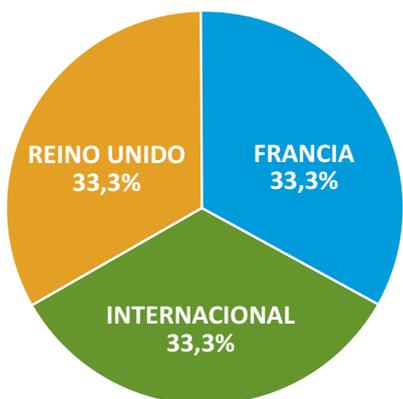
**2. Workshops**

Por lo que se refiere a los workshops, en 2017 FTVA ha asistido a 3 orientados al mercado internacional. A continuación se detalla el listado de workshops:

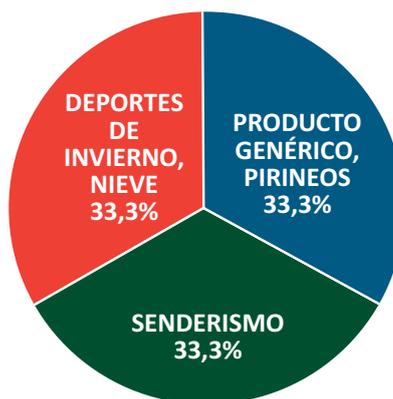
MES	WORKSHOPS	MERCADO	PRODUCTO
MAYO	CATALONIA TREK FESTIVAL	INTERNACIONAL	SENDERISMO
SEPTIEMBRE	LISTEX LONDON	REINO UNIDO	DEPORTES DE INVIERNO, NIEVE
NOVIEMBRE	PIRINEOS	FRANCIA	PRODUCTO GENÉRICO, PIRINEOS

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

**WORKSHOPS - ÁMBITO GEOGRÁFICO**



**WORKSHOPS - PRODUCTO**



### 3. Presstrips, Famtrips y Blogtrips

El objetivo de éstas acciones son las de dar a conocer el destino a las personas y grupos prescriptores de referencia en los distintos mercados y productos y fomentar el desarrollo del sector turístico en el valle.

A continuación se detallan las acciones “receptivas” organizadas por Val d’Aran o en las que ha participado durante el año 2017, clasificadas según el mercado al que van dirigidos y el producto en el que se han focalizado.

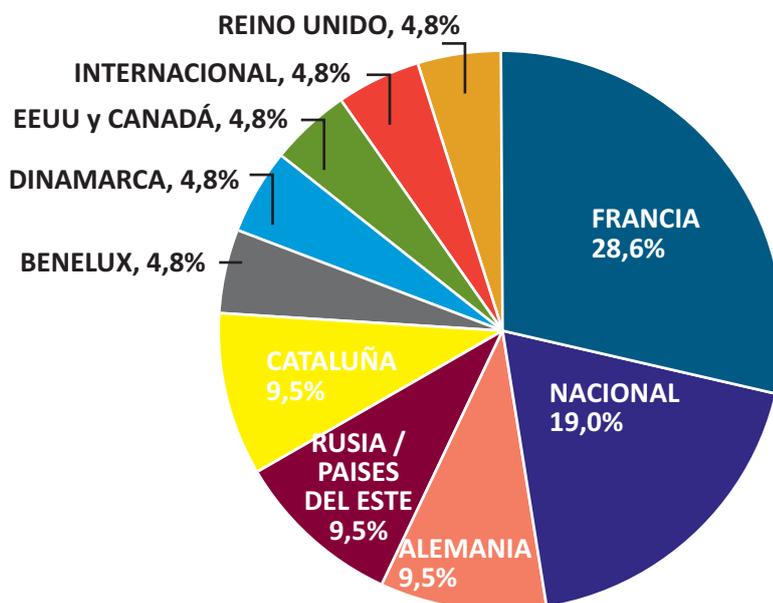
- **Press - Trip:** Cuando la persona o el grupo que solicita la facilitación de la visita a la Val d’Aran tiene capacidad de prescribir el destino en prensa y otros soportes de comunicación. En 2017 FTVA ha realizado 15 press-trips orientados al mercado internacional y 4 orientados al mercado nacional.

MES	PRESS-TRIP / MEDIO DE COMUNICACIÓN	MERCADO INTERNACIONAL	PRODUCTO
ENERO	FR3 TV	FRANCIA	NIEVE
FEBRERO	SKI INFO	FRANCIA	NIEVE
FEBRERO	CATALUNYA BLANCA	RUSIA Y PAISES DEL ESTE	ACTIVO - AVENTURA - DEPORTIVO
MARZO	PRENSA DANESA	DINAMARCA	PRODUCTO GENÉRICO - NIEVE
MARZO	SUD-OUEST LE MAG	FRANCIA	GASTRONOMIA - NIEVE
MAYO	GREENTRAVELLER	REINO UNIDO	SOSTENIBILIDAD
JUNIO	WALLRIDE MAGAZINE - PIRINEUS	INTERNACIONAL	DEPORTIVO
AGOSTO	TF1 FRANCE - PERRINE MISLANGHE	FRANCIA	PRODUCTO GENÉRICO
SEPTIEMBRE	GEO SAISON	ALEMANIA	NATURALEZA - SENDERISMO
SEPTIEMBRE	BERGEN MAGAZINE	BENELUX	NATURALEZA - SENDERISMO
SEPTIEMBRE	TRAVELIFE MAGAZINE	EEUU Y CANADÁ	CULTURA
OCTUBRE	TRAVELGUIDE.NET	INTERNACIONAL	BTT
DICIEMBRE	STERN	ALEMANIA	NIEVE
DICIEMBRE	LE FIGARO	FRANCIA	NIEVE
DICIEMBRE	FLY & DRIVE RÚSSIA	PAISES DEL ESTE	NIEVE

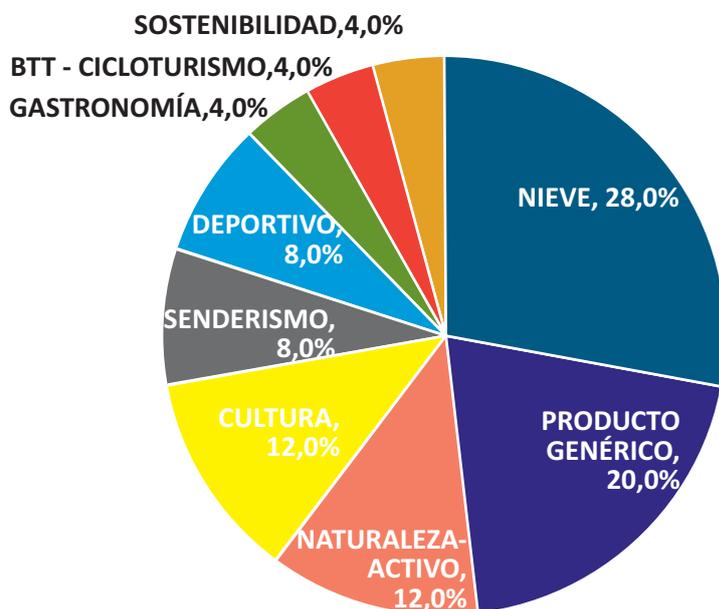


MES	PRESS-TRIP / MEDIO DE COMUNICACIÓN	MERCADO NACIONAL	PRODUCTO
FEBRERO	CANAL 13 TV	NACIONAL	CULTURA
FEBRERO	PERSEGUITS I SALVATS - GUIA REPSOL	NACIONAL	PRODUCTO GENÉRICO
FEBRERO	EVASION TV 1	NACIONAL	NIEVE
MAYO	DIARI ARA	NACIONAL	CULTURA

### PRESS-TRIPS - ÁMBITO GEOGRÁFICO



### PRESS-TRIPS - PRODUCTO

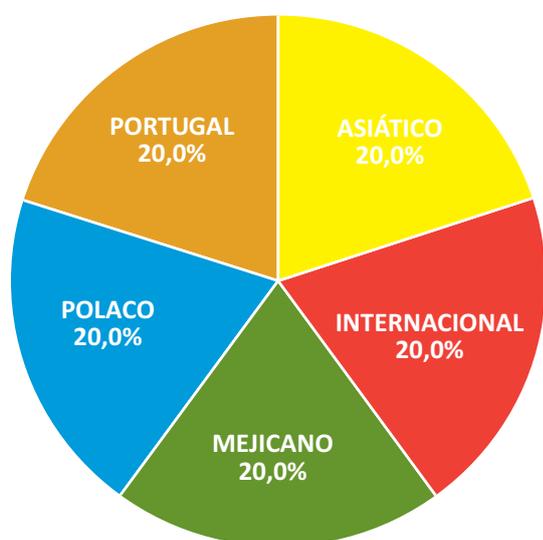


- **Fam - Trip:** Cuando la persona o el grupo que solicita la facilitación de la visita a la Val d'Aran tiene capacidad de prescribir el destino entre los intermediarios turísticos. Los viajes de familiarización con el destino están orientados a tour operadores, agentes de viaje, transportistas, restauradores, etc. En 2017 FTVA ha realizado 5 fam-trips orientados al mercado internacional.

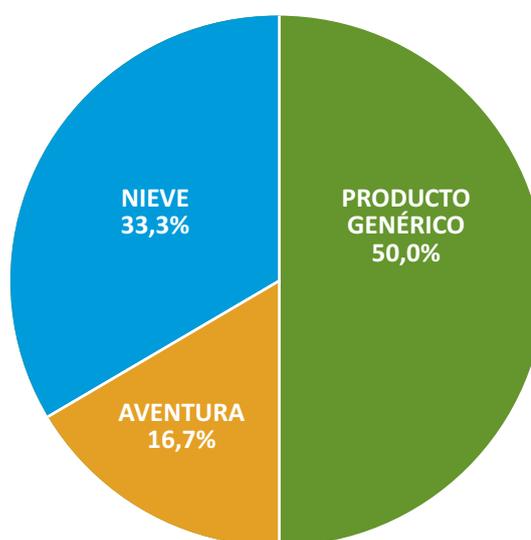
A continuación se detallan los Fam Trips organizados por FTVA durante el año 2017:

MES	PRESS-TRIP / MEDIO DE COMUNICACIÓN	MERCADO NACIONAL	PRODUCTO
ENERO	TRAVELQUEST	MEJICANO	PRODUCTO GENÉRICO
SEPTIEMBRE	ATTA	INTERNACIONAL	AVENTURA
OCTUBRE	PERFECTTOUR	POLACO	PRODUCTO GENÉRICO , NIEVE
OCTUBRE	SOLFÉRIAS	PORTUGAL	NIEVE
NOVIEMBRE	PATA	ASIÁTICO	PRODUCTO GENÉRICO

### FAM-TRIPS - ÁMBITO GEOGRÁFICO



### FAM-TRIPS - PRODUCTO



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

El año 2017 FTVA ha organizado 2 blog-trips en Val d'Aran con blogueros de referencia en el mercado nacional y en Reino Unido. A continuación se muestra de forma detallada los tres Blog Trips organizados por FTVA en 2017:

MES	PRESS-TRIP / MEDIO DE COMUNICACIÓN	MERCADO NACIONAL	PRODUCTO
JUNIO	PROYECTE TRAVEL INSPIRER	NACIONAL	PRODUCTO GENÉRICO
DICIEMBRE	GREENTRAVELLER	REINO UNIDO	SOSTENIBILIDAD

## 4. Acciones de dinamización

En 2017 FTVA ha organizado, colaborado y participado en diferentes acciones y eventos dirigidos a público final con el objetivo de dinamizar el territorio. A continuación se detallan atendiendo a las diferentes tipologías de acciones y eventos.

### • Promoción y dinamización del comercio y la artesanía local

La Agencia de Comercio de Aran tiene como objetivo promocionar, asesorar y dinamizar el comercio del Valle para coordinar y promocionar acciones encaminadas a mejorar la competitividad del sector; un sector compuesto por 390 comercios y tres asociaciones de empresarios y comercios: Vielha, Bossòst y Baqueira.

Durante el año 2017 se han realizado diversas acciones, donde destacamos la organización del **Hèt a Man Hèt actiu**, donde participaron 24 artesanos. FTVA también ha colaborado y participado en diversas acciones y eventos de promoción y dinamización del comercio y la artesanía local:

MES	PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO Y LA ARTESANIA LOCAL
ENERO - DICIEMBRE	VI CONCURSO DE ESCAPARATES
MARZO	SETMANA DETH COMÈRÇ EN BARCELONA
AGOSTO	HÈT A MAN HÈT ACIU
DICIEMBRE	MERCAT D'ARTESANIA JEUDI PROMO EN BOSSÒST

Organización de la acción / evento
  Colaboración
  Participación

Con el fin de dinamizar el comercio, durante este año también se ha seguido informando sobre las ayudas y subvenciones de interés para los diferentes tipos de establecimientos, en colaboración con la Generalitat de Catalunya del Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda de Catalunya.

### • Promoción y dinamización de la gastronomía local

En 2017 FTVA ha organizado dos acciones de promoción y dinamización de la gastronomía local, ha colaborado en una y ha participado en otras cuatro.

Con el objetivo de promocionar la gastronomía local, el 12 de marzo se celebró en Plan de Beret "**Era Olhada**", un evento en el que se ofrecía una degustación del plato típico de la olla aranesa. Se contó con la colaboración de Baqueira Beret, Bodegas Príncipe de Viana y productos agroalimentarios de la Marca de Garantía.

También se organizó el "**Mes del caviar**" del 3 al 23 de marzo, contando con la participación de 11 restaurantes de la Val d'Aran. En el evento se podían degustar platos elaborados con Caviar Nacarii, esturión fresco o ahumado de esturión, también se complementaba con visitas

guiadas a la piscifactoría de Les para dar a conocer su elaboración, proceso y origen del esturión, también la posibilidad de realizar tratamientos faciales y corporales a base de Caviar en el Balneario de Les.

A continuación se detallan otras acciones y eventos en los que ha colaborado y participado FTVA, así como el mercado al que se dirigen.

MES	PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN DE LA GASTRONOMÍA LOCAL
MARZO	MES DETH CAVIAR
ABRIL	B-DELICIOUS (Barcelona)
ABRIL	ERA ÒLHADA
JUNIO	TASTA CATALUNYA
OCTUBRE	ERA MONGETADA
OCTUBRE	BENCHMARK ENOGASTRONÓMICO POR ITALIA
NOVIEMBRE	GASTROPIRINEUS

■ Organización de la acción / evento     
 ■ Colaboración     
 ■ Participación

#### • Colaboración en eventos deportivos

FTVA también apuesta por los eventos deportivos, organizando en 2017 4 eventos deportivos y colaborando en un total de 28 eventos deportivos.

A continuación se detallan los eventos en los que FTVA ha participado durante el año 2017, detallando la tipología de producto deportivo de cada uno de los eventos.

MES	COLABORACIÓN EVENTOS DEPORTIVOS	PRODUCTO
ENERO	EL DORADO FREERIDE JUNIOR	DEPORTES DE INVIERNO
ENERO	SKICROSS-SNOWCROSS CAMPIONATS CATALUNYA I COPA ESPAÑA CAEI/COPOS	DEPORTES DE INVIERNO
ENERO	38au MARXA BERET	DEPORTES DE INVIERNO
ENERO	1er CAMPIONAT DE PADDEL VIELHA- ARTIES	PADDEL
MARZO	TOP CAEI	DEPORTES DE INVIERNO
MARZO	CAMPIONAT DE CATALUNYA OPEN 2017 DE PATINATGE ARTÍSTIC	PATINAJE
MARZO	CORSA DERA HEMNA	SENDERISMO - RUNNING
ABRIL	MASSI KUWAIT CYCLING PROJECT	CICLOTURISMO
ABRIL	SKIMO WORLD CUP	DEPORTES DE INVIERNO
ABRIL	TELEMARK & FRIENDS	DEPORTES DE INVIERNO
ABRIL	RCD ESPANYOL STADIUM	
MAYO	TORNEIG DE PADDEL SAXO BLU	PADDEL

MES	COLABORACIÓN EVENTOS DEPORTIVOS	PRODUCTO
JUNIO - JULIO	12au PEDALS DE FOC NON STOP - CAMPIONAT D'EUROPA DE BTT ULTRAMARATÓ	BTT
JUNIO / SEPTIEMBRE	CORSA NORTH FACE ENDURO SERIES	BTT
JUNIO	TROPHÉE DESMAN	SENDERISMO - RUNNING
JUNIO	TRAIL CARLAC	SENDERISMO - RUNNING
JULIO	CAMPILARO	CICLOTURISMO
JULIO	ERA RÒDA NON STOP ULTRAMARATON	BTT
JULIO	TRAIL VIELHA - MOLIÈRES 3010	SENDERISMO - RUNNING
JULIO	PIRENAICA	CICLOTURISMO
JULIO	CAMPUS ACB NEXT MOVISTAR	STAGES DEPORTIVOS
JULIO	STAGE ESPANYOL B	STAGES DEPORTIVOS
JULIO	STAGE LLEIDA ESPORTIU	STAGES DEPORTIVOS
AGOSTO	ARANBIKE	BTT
AGOSTO	CORSA E CAMINADA DES 15 PÒBLES	SENDERISMO - RUNNING
AGOSTO	ERA NOCTURNA DE VIELHA (RUNEDIA)	SENDERISMO - RUNNING
AGOSTO	STAGE ESPANYOL FEMENÍ	STAGES DEPORTIVOS
AGOSTO	ULTRA TRAIL VAL D'ARAN (RUNEDIA)	SENDERISMO - RUNNING
SEPTIEMBRE	TRIAL 4X4 PONTAUT	TRIAL 4 X 4
SEPTIEMBRE	"VERTICAL D'ARAN"	SENDERISMO - RUNNING
DICIEMBRE	CRONOESCALADA - SPRINT "ERA PUJADA"	DEPORTES DE INVIERNO
DICIEMBRE	CORSA SANT SILVESTRE	SENDERISMO - RUNNING



Organización de la acción / evento



Colaboración

• **Acciones de dinamización de la cultura local**

En 2017 FTVA ha impulsado el “**Romanic Musicau ena Val d’Aran**” con el objetivo de dinamizar la cultura local, y también ha colaborado en la acción de “Aran per sa lengua” y el Festival Pyrenades.

MES	ACCIONES DE DINAMIZACIÓN DE LA CULTURA LOCAL
ABRIL	FESTIVAL PYRENADES
JULIO	ARAN PER SA LENGUA
AGOSTO	ROMÀNIC MUSICAU ENA VAL D'ARAN



Organización de la acción / evento



Colaboración

• **Colaboración eventos populares**

FTVA también ha colaborado en 5 eventos populares en Val d'Aran:

MES	COLABORACION EVENTOS POPULARES
MAYO	LOTO QUINTO
JUNIO	DIADA ESPORTIUA DERA ESCÒLA GARONA
AGOSTO	IX ENCUENTRO ASOCIACIÓN DE ESQUIADORES Y ESCALADORES DE VIELHA
AGOSTO	ERA FLOWER VIELHA
SEPTIEMBRE	AMPA SANT RÒC DE BOSSÒST

■ Colaboración

• **Colaboraciones eventos naturaleza, medio ambiente y sostenibilidad**

En el ámbito de naturaleza, medio ambiente y sostenibilidad, en 2017 FTVA ha colaborado en un total de 13 eventos.

MES	COLABORACIONES EVENTOS NATURALEZA, MEDIO AMBIENTE Y SOSTENIBILIDAD
MARZO	EXPOSICION DE ZONES HUMIDES D'ALTA MONTANHA
ABRIL	ES COLORS DES PARPALHÒLES
JUNIO	CORS D'AUDÈTHS DE MONTAHA
JULIO	CONEISH ES SECRÈTS DES PLANTES MEDICINAUS
JULIO	CORS DE PLANTES MEDICINAUS
JULIO	CORS DERA FLORA E VEGETACION DE HONS E ZÒNES UMIDES DE NAUTA MONTANHA
JULIO	CORS: ES AIGÜES TERMAUS E MINEROMEDICINAUS DES PIRINÈUS
AGOSTO	ERA NET DES BOHERONS E D'AUTI PETITI MAMIFÈRS DERA VAL D'ARAN
AGOSTO	ETH TOUR DES ARRATS DROMILÈRS
AGOSTO	GESSUDA GUIDADA ES GEGANTS DES BÒSQUI
SEPTIEMBRE	JORNADES MICOLOGIQUES DERA VAL D'ARAN
OCTUBRE	CAFMA - CONGRÉS FORESTAUS
OCTUBRE	ERA NET DES BOHERONS E D'AUTI PETITI MAMIFÈRS DERA VAL D'ARAN

■ Colaboración

• **Colaboración en eventos varios**

Finalmente, FTVA ha colaborado en otros 3 eventos vinculados con diferentes ámbitos.

MES	COLABORACIÓN EN EVENTOS VARIOS
ABRIL - SEPTIEMBRE	VISITA ANCIEN POMPIERS HAUTE GARONNE
MAYO	VVP RALLY COCHES ANTICS DE TARBES
AGOSTO	SALARDÚ COUNTRY ROCK FESTIVAL

■ Colaboración

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

Desde el año 2015, y con el objetivo de potenciar la comunicación y promoción del destino Val d'Aran en la zona suroeste de Francia, Foment Torisme Val d'Aran abrió juntamente con Baqueira Beret una Oficina Turística en Toulouse. Desde su inauguración todas las acciones de promoción, comunicación y comercialización de la Val d'Aran en el mercado francés se realizan a través de esta oficina.

**En 2017 se ha atendido a un total de 487 clientes en la Oficina de Toulouse**

A parte de la participación en ferias y workshops, a continuación se presentan las principales acciones que se han desarrollado durante el año 2017.

### SPONSORIZACION DE UNA COMPETICION DE GOLF – EXCLUSIV GOLF DE TOULOUSE SEILH, 14 y 15 de octubre:

**Acciones de comunicación:**

- Envío de mailings de Val d'Aran & Baqueira Beret a 6000 contactos de la base de contactos del golf antes y después de la competición y todo lo largo del año 2018.
- Difusión del video 2017.18 en el club "House du Golf" y fotos del Val d'Aran.
- Instalación de un cartel publicitario en 2 de los hoyos del campo.
- Visibilidad en su página web (página sponsors).
- Obsequio ofrecido a les competidores.

### JOURNÉES DU SLAT, del 17 al 18 de noviembre:

- Pequeño stand Baqueira Beret / Val d'Aran: documentación, entrega de premios con week-end incluyendo alojamiento + forfaits
- Información sobre el alojamiento y la estación de esquí de Baqueira

### CATALOGUE CE AIRBUS OPERATIONS:

**Acciones de comunicación:**

- Integración en el catálogo de la agencia de viajes de CE Airbus Opérations de Toulouse (doble página)
- Venta de estancias de invierno (Alojamiento + forfait + alquiler + clases)
- Volumen de negocios realizado temporada 17.18: 70 096,29 €

## SPONSOR STADE TOULOUSAIN, en la temporada 2017-18:

### Acciones de comunicación:

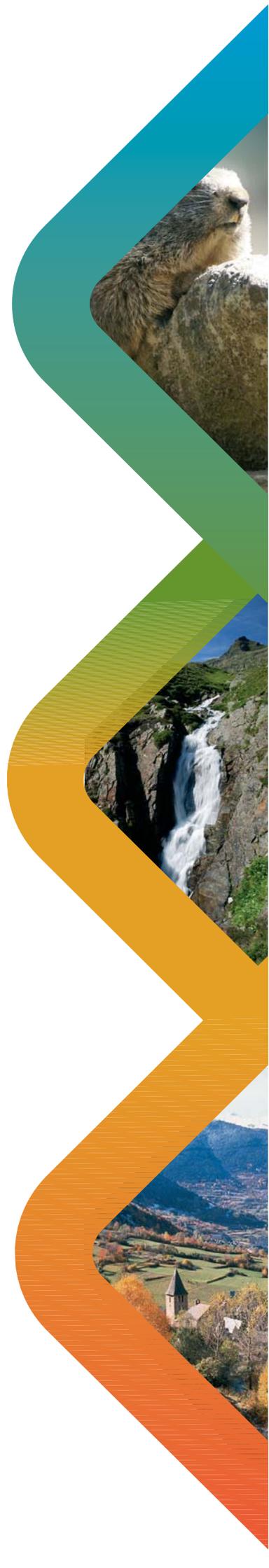
- Seguimiento de la participación al club de sponsors del Stade Toulousain con mas de 250 sponsors (sociedades de aeronáutica, bancos, compañías de seguros, empresas de construcción, concesionarios de coches,...)
- Participación a las reuniones y almuerzos STBusiness
- Visibilidad en la web del Stade Toulousain y en el tótem de la entrada del estadio.
- Participación a la Soirée Business d'Oc el 14 de diciembre con la presidenta de la Región Occitanie, Carole Delga



# Destacados 2017

## Destacados 2017:

- FTVA apuesta por la mejora del Sistema de Inteligencia Turística, incorporando nuevos indicadores de análisis y seguimiento e incorporando la recogida de datos relativos a los apartamentos de uso turístico.
- Consolidación de los mercados de Francia y Reino Unido con la realización continuada de acciones de comunicación, promoción y comercialización.
- Potenciación de las acciones de marketing en Centro Europa mediante el convenio Pirineus, conjuntamente con el resto de destinos del pirineo catalán.
- Realización de acciones de comunicación y promoción en Países Nórdicos, asistiendo a ferias con iniciativas de la Agencia Catalana de Turismo (ACT) y Turespaña y en colaboración con Baqueira Beret, logrando la incorporación de Val d'Aran en los catálogos de turoperadores de países nórdicos y la incorporación de *transfers* por parte de grupos de agencias.
- Publicaciones y reportajes importantes elaborados por medios de referencia, como Financial Times, como resultado de las acciones de promoción realizadas.
- Colaboración público-privada orientada a incrementar la atracción de clientes para las iniciativas privadas de empresas y asociaciones de Val d'Aran, contribuyendo positivamente en el posicionamiento del destino.



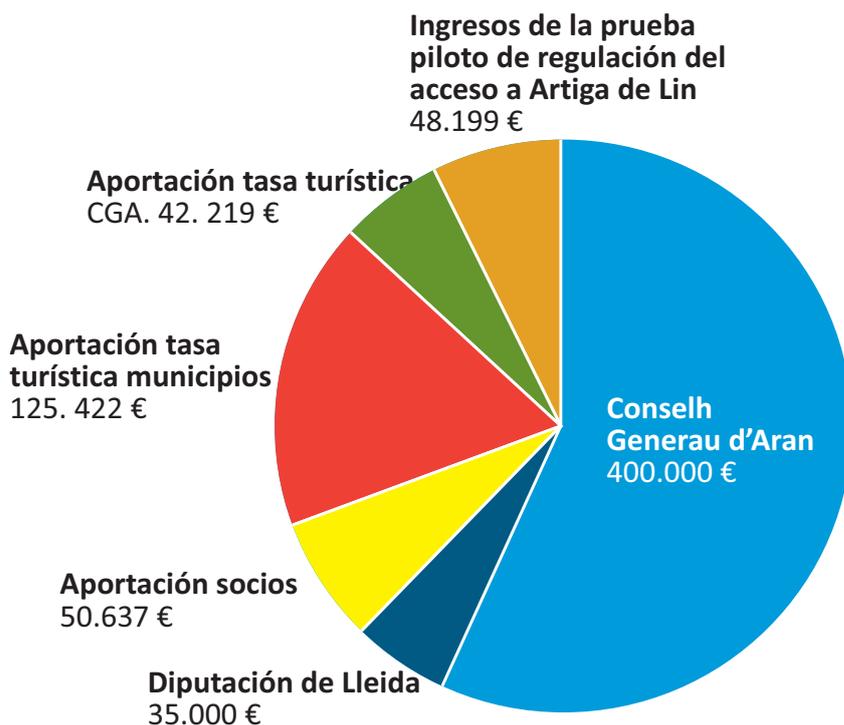


# RESUMEN. Desglose de inversión.

## Presupuesto de ingresos de FTVA 2017

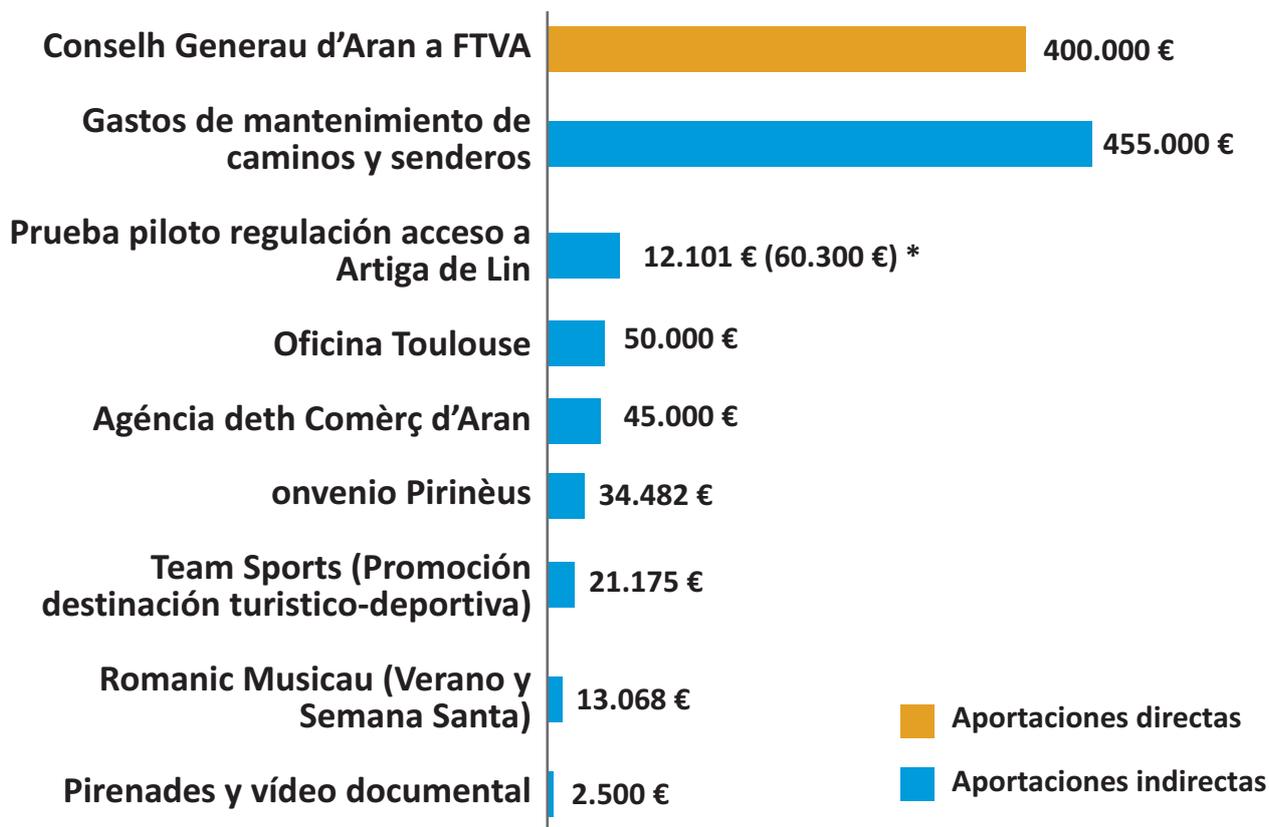
En 2017 Foment Torisme Val d'Aran ha contado con un presupuesto de 653.278€. A continuación se muestra el desglose de los ingresos.

## Distribución del presupuesto de ingresos de FTVA 2017



El Conselh Generau de Val d'Aran ha realizado tanto aportaciones directas como indirectas orientadas a la promoción turística del destino. A continuación se detallan las aportaciones realizadas durante el año 2017:

## Aportaciones Conselh Generau d'Aran a FTVA 2017



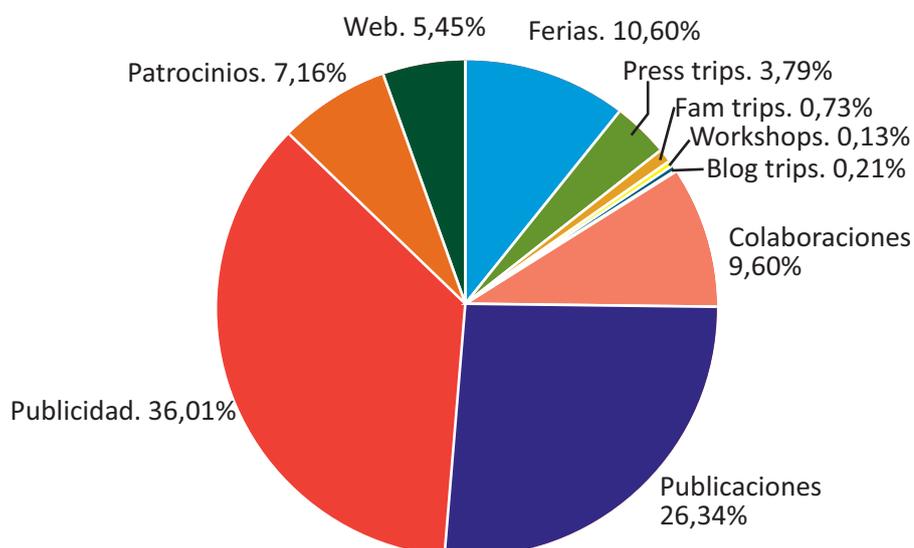
\* Cabe destacar que la inversión realizada en la prueba piloto de la regulación de acceso a Artiga de Lin se ha recuperado el 80% con la venta de tickets, ingresando un total de 48.199€.

## Distribución de gastos en acciones de promoción

Del presupuesto de FTVA destinado a la promoción, en 2017 las publicaciones y la publicidad han representado la parte más importante del gasto, seguido de las ferias (10,6%) y las colaboraciones (9,6%).

A continuación se muestra la distribución de los gastos de promoción durante el año 2017.

## Distribución de los gastos de promoción FTVA 2017



## **Redacción y contenido:**

**Anna Diaz Morelló.**

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

a.diaz@aran.org

**Equipo de FTVA:**

**Conchi Rodríguez**

c.rodriguez.torisme@aran.org

**Montse Viló**

m.vilo.torisme@aran.org

**Juanma Morell**

j.morell.torisme@aran.org

**Marisol Ariño**

m.arino.torisme@aran.org

**Developing Natural Activites:**

Francisco J. Castillo Acero

**Comunicación On-line:**

Javier Vall e Mireia Oliver

**Equipo de Información turística:**

**Fany Calbetó**

**Rosa Salado**

**Laura Puig**

**Marta Peruga**

o.torisme@aran.org

**Maria Aran Nieto**

o.s.torisme@aran.org

**Maquetación y diseño:**

**Publigráf.** 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