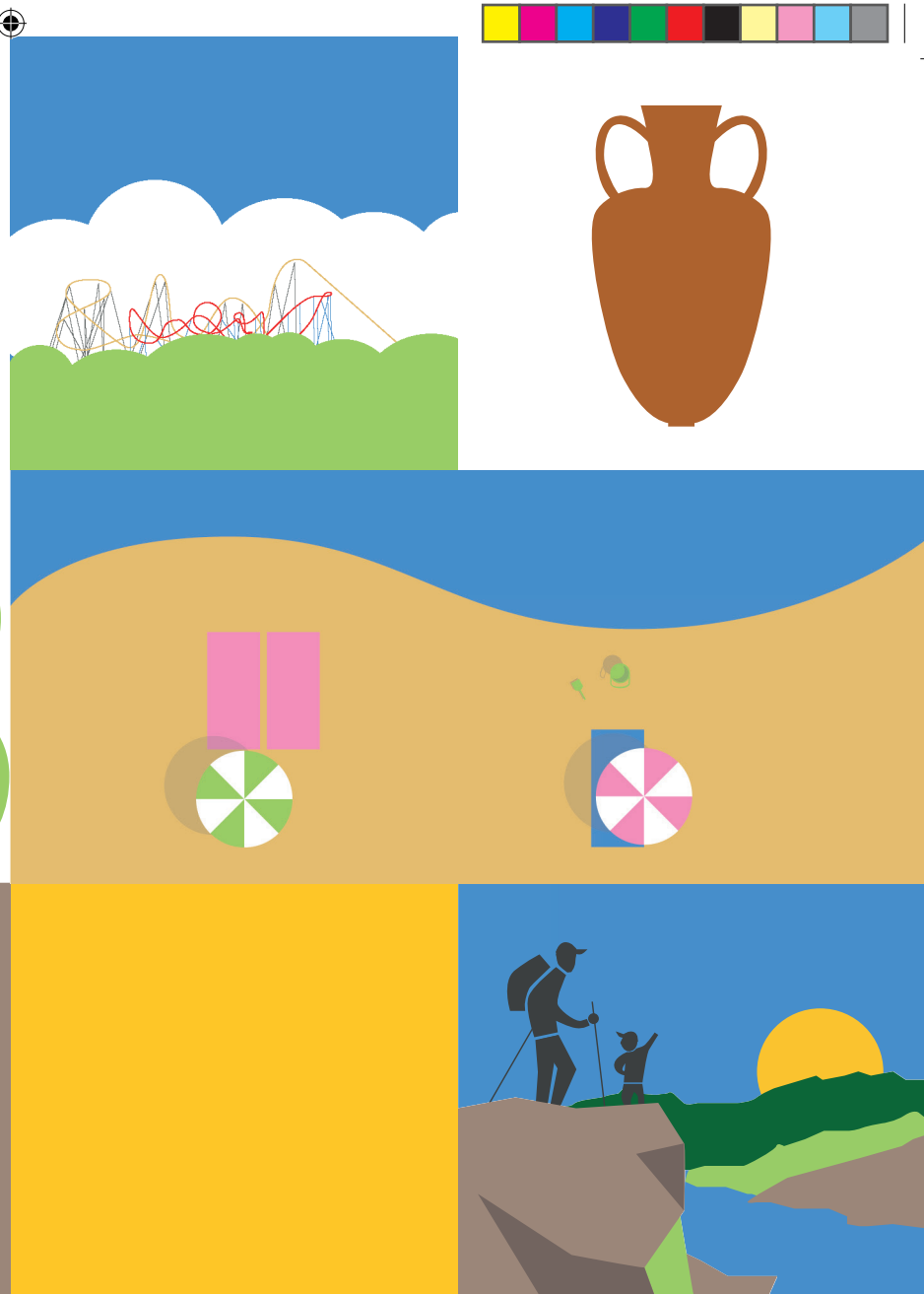


20 Pla d'actuació 23




COSTA DAURADA



“Assolim un model de turisme per a Costa Daurada i Terres de l'Ebre que sigui sostenible per a la societat d'acollida, que generi prosperitat, que sigui competitiu per als mercats i atractiu per a l'emprenedoria”.





01	Presentació
02	Missió, visió i valors
03	Nou marc estratègic i procés participatiu
04	Objectius estratègics
05	Alineament amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible
06	Línies estratègiques i accions per àmbits d'actuació
07	Programa de fires
08	Suport i ajuts a entitats de promoció públiques i privades
09	Balanç de l'exercici turístic 2022
10	L'any 2022 en dades





Presentació



Una nova estratègia per encarar els reptes de futur

Som en un nou exercici que representa, per a la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre, l'inici d'un nou cicle. Hem deixat enrere l'any que ha vist confirmada la recuperació de l'activitat a nivells similars al període anterior a la pandèmia i hem constatat el retorn del turisme internacional. Ha quedat palesa la capacitat i l'esforç col·lectiu del sector per adaptar-se a escenaris incerts, així com a les noves dificultats econòmiques que la crisi energètica i l'augment de costos comporten.

Encarem un nou exercici, en aquest any 2023, amb un ampli bagatge i tota la determinació per tal de fer del nostre territori un lloc atractiu per als visitants i amb qualitat de vida per als seus habitants. Com a motor econòmic que és, l'activitat turística tindrà un paper determinant en l'assoliment d'aquest objectiu. Des del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona abordem aquest repte posant a disposició de tot el sector un nou marc estratègic per a la gestió turística, al servei dels agents públics i privats i del conjunt de la societat. Aquesta nova estratègia sorgeix del treball iniciat l'any 2019 amb la implicació directa de més d'un centenar de persones, reunides en grups de treball interdisciplinaris. Aquella tasca va permetre elaborar una primera diagnosi, posteriorment adaptada a la situació postpandèmica. En l'elaboració d'aquest nou marc estratègic, la participació ha estat clau per tal d'incorporar una àmplia i diversa mirada que ens ajudarà a millorar i posicionar les nostres destinacions.

En aquest document detallem propostes d'actuació amb una visió clara d'allò que ha de ser l'activitat turística en el futur immediat: que tendeixi a la diversificació i la descentralització; que cerqui l'atractivitat de les destinacions i alhora la creació d'oportunitats al territori; que impulsi mecanismes de col·laboració i cooperació entre els ens gestors del turisme; que incorpori la innovació i la digitalització; que, de manera activa, contribueixi a sensibilitzar els agents sobre l'aplicació de criteris de sostenibilitat d'acord amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible, i que estableixi fluxos de comunicació i col·laboració amb el món empresarial, acadèmic i el conjunt de la societat.

Des del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona serem, un exercici més, al costat del sector tot liderant l'impuls de l'activitat turística. Compartim objectius en un mateix viatge que, des d'aquest 2023, empenem amb una renovada carta de navegació que ens ha de permetre arribar més lluny per convertir-nos en les destinacions turístiques que volem.

Meritxell Roigé

Presidenta del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona





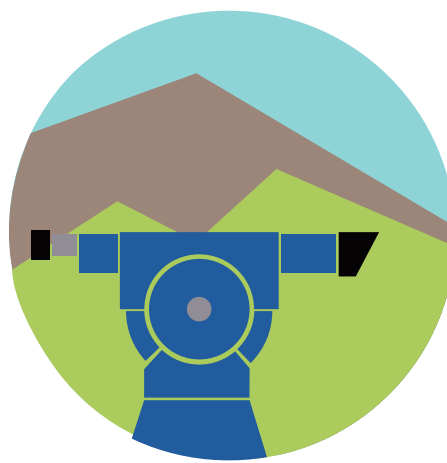
**Missió,
visió i
valors**





Missió

El Patronat de Turisme gestiona la marca Costa Daurada tot aglutinant les diferents realitats turístiques, sumant esforços i donant resposta de manera eficient als reptes de la destinació i del seu potencial.



Visió

Esdevenir un territori amb qualitat de vida i pròsper; amb un clar compromís d'ús sostenible tant al litoral com a l'interior; amb una dinàmica basada en el coneixement i orientada a diversificar i ampliar els arguments d'atractivitat, i ser una destinació de referència a la Mediterrània per al turisme familiar.



Valors

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona impregnarà la seva actuació, amb aquests valors: cooperació, anticipació, lideratge, innovació, millora, resiliència, equilibri, ètica, responsabilitat, transversalitat i coneixement.



Nou marc estratègic i procés participatiu





Procés participatiu

L'any 2019, el Patronat va posar en marxa els treballs per definir la nova estratègia amb la participació de tot el sector de les dues marques; així doncs, en aquesta tasca s'involucraren més d'un centenar de persones. Les conclusions d'aquell procés participatiu han estat reconfigurades i adaptades a la situació posterior a la pandèmia. El resultat final permeten identificar les necessitats i elaborar propostes d'actuació del conjunt de l'ecosistema turístic de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre.



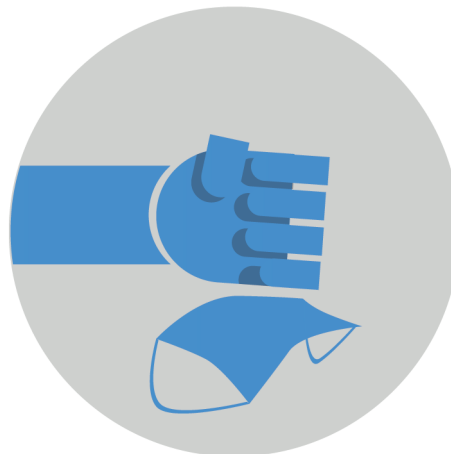
2019

Grups de treball multidisciplinaris. Participació de més d'un centenar de persones del territori.



2020

Primera diagnosi i proposta d'accions.



2021

Actualització arran de la pandèmia a partir del document Diàlegs i Reset 2020.

Entrevistes en profunditat amb persones clau.



2022

Incorporació dels informes executius de les Jornades de Cocreació, amb la participació dels Consells Rector i de Marca.

Marc estratègic de l'activitat turística a la Costa Daurada i Terres de l'Ebre.





Objectius estratègics





- Aprofundir en el sistema de governança turística del territori, amb nous instruments de caràcter específic, i consolidar la col·laboració en la promoció amb els agents públics i privats locals, com a signe d'identitat del foment del turisme a la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre.
- Mantenir dinàmiques de sensibilització per a les mesures en turisme dels ODS de cara als agents locals de la cadena de valor turística.
- Desplegar processos i disposar d'eines per assolir una millor experiència turística sobre els actius turístics de la destinació, tant de costa com d'interior.
- Desplegar accions de màrqueting, en especial en format en línia, que abastin el foment d'activitats consolidades i de noves activitats i productes al territori, i que aprofundeixin en la capacitat de mesurar el retorn de les accions.
- Revisar la matriu de productes, segments i mercats en benefici d'una millor distribució en l'espai i en el temps.
- Aprofundir en la identitat actual de les marques, mitjançant l'aprofitament del rol, la tasca i el lideratge del Patronat, tot integrant i harmonitzant visions i projectes turístics locals.
- Implementar eines digitals que afavoreixin la competitivitat i harmonitzar-les amb les ja existents a la destinació per evitar les duplicitats i afavorir-ne l'eficiència.
- Identificar exhaustivament el fet turístic al territori i consolidar eines que permetin un flux d'informació eficaç amb els agents turístics, valoració de l'impacte de l'activitat i difusió entre la societat.
- Estrènyer vincles entre els centres educatius i el sector productiu per adequar l'oferta de formació a les necessitats.



Pla d'actuació Costa Daurada 2023 11





Alineament amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible



L'any 2015 l'ONU va aprovar l'Agenda 2030 sobre el Desenvolupament Sostenible, una oportunitat perquè els països i la societat emprenguin un nou camí a través del qual es puguï millorar la vida de tothom, sense deixar ningú enrere. L'Agenda està configurada per disset Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS), de caràcter ambiental, social i econòmic.

La Diputació de Tarragona, que forma part de l'Acord Nacional per a l'Agenda 2030, ha adquirit un compromís ferm amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS), incorporant-los de manera explícita al Pla de Mandat i vinculant cada ODS als projectes i serveis que duu a terme. El Patronat de Turisme de la Diputació, ha alineat la seva estratègia i accions amb aquests objectius en els següents àmbits i matèries que, de manera transversal, formen part del present Pla d'Actuació 2023.

Sostenibilitat i respecte per la societat d'acollida



Governança i col·laboració amb ens i institucions



Foment d'oportunitats



Sensibilització ambiental entre els agents turístics



Digitalització i innovació



Descentralització i distribució territorial de l'activitat



Identitat de marca i harmonització dels projectes locals



Formació, societat del coneixement i col·laboració amb institucions acadèmiques





Línies estratègiques i accions per àmbits d'actuació



06.1. Governança

Línies estratègiques:

- Assolir una visió compartida pel conjunt dels agents de turisme del territori.
- Generar una proposta panoràmica que eviti disfuncions entre els agents, tant públics com privats, en el model de turisme.
- Millorar i incrementar les dinàmiques de participació i col·laboració.

Els òrgans de govern del Patronat són el Consell Rector i el Consell de Marca; aquests instruments de governança generen i fan el seguiment de l'estratègia consensuada. Les dinàmiques del sector turístic reclamen un treball més evolucionat per atendre millor realitats territorials, de segment o de producte turístic. Per aquest motiu, cal fer una reflexió a l'entorn dels actuals espais de millora amb l'objectiu d'aprofitar millor aquesta eina creada en el darrer període i que compta amb un cert recorregut.

D'altra banda, els Estatuts del Patronat preveuen la possibilitat de crear grups de treball per afrontar situacions conjunturals del sector turístic. Un altre àmbit de treball per avançar en una millor governança és el replantejament de l'ús d'eines que facilitin la participació per aconseguir una millor eficiència. Finalment, existeix la possibilitat d'enriquir les visions amb veus autoritzades en aspectes concrets en l'àmbit territorial o del propi mercat.

També cal fer referència a la participació en òrgans de govern turístics en l'àmbit nacional, que permeten aportar la visió del sector turístic del nostre territori.

Accions:

- Desplegament d'accions de promoció i màrqueting en el si del Pla conjunt de gestió de l'impost d'estades a establiments turístics.
- Participació del Patronat al consell de direcció de l'Agència Catalana de Turisme.
- Desenvolupament del Sistema Integral de Màrqueting Turístic de Catalunya.
- Disseny i desplegament d'accions de promoció de la Taula Estratègica de l'Aeroport de Reus.
- Seguiment de la Comissió de Creuers del Port de Tarragona per a la promoció d'aquest producte turístic.
- Redefinició, conjuntament amb els ens locals participants, del conveni Còrner de promoció.
- Participació i seguiment de les accions de la Carta Europea de Turisme Sostenible vinculada al Parc Natural de la Serra de Montsant.
- Redefinició de l'acte Nit del Turisme de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre.
- Desenvolupament del programa pedagògic turístic Challenge, que involucra els centres educatius, les famílies i les futures generacions en el disseny del turisme familiar.





06.2. Competitivitat i nous productes

Línies estratègiques:

- Foment de la sostenibilitat per reduir els impactes negatius de l'activitat del turisme.
- Optimització de l'experiència del visitant, que doni resposta a les seves necessitats reals.
- Segmentació de mercats a partir de la prioritització de productes del territori.
- Afavoriment de la integració de les diferents eines de promoció digital existents a la destinació i habilitació d'un accés central al conjunt d'informació d'interès per al visitant.

El Patronat ha de reconèixer i donar visibilitat a aquells projectes que tenen un efecte tractor en la sostenibilitat del sector turístic.

El Patronat impulsa la seva participació i la d'altres agents de la destinació en projectes europeus extraordinaris i ordinaris que porten a dissenyar actuacions destinades a millorar l'experiència turística.

Es farà la revisió de la matriu de productes en funció de les prioritats dels mercats i els segments, atenent els canvis que s'han anat produint.

El nou portal de la marca turística serà l'eina que aglutini la informació d'interès per al visitant.

Accions:

- Promoció de la Ruta del Paisatge dels Genis.
- Suport a esdeveniments de promoció de natura i senderisme.
- Accions de promoció del cicloturisme. Acollida de l'stage de l'equip Euskaltel.
- Promoció del producte turístic vinculat a art i cultura i accions especials per a l'Any Domènech i Muntaner.
- Desplegament d'accions derivades del Pla d'Enogastronomia de Catalunya.
- Suport i promoció de l'activitat del termalisme.
- Suport a la promoció del turisme vinculat a l'activitat del golf, a través de l'entitat que agrupa el sector, amb la participació al workshop anual de l'International Association of Golf Tour Operators (IAGTO).
- Promoció del turisme d'esdeveniments (MICE), a través del Costa Daurada Convention Bureau.



06.3. Gestió del coneixement i intel·ligència de mercats

Línies estratègiques:

- Disposar de dades que objectivin l'impacte de l'activitat del turisme sobre el territori. Afavorir un debat objectiu sobre el model de turisme.
- Reduir la visió negativa de l'activitat del turisme en determinades organitzacions socials i disposar de dades de referència.
- Disposar d'informació exhaustiva tant del fet turístic a la destinació com de les tendències de l'activitat, i compartir aquesta informació amb els agents de la destinació.
- Millorar les decisions estratègiques dels agents turístics pel fet de disposar de millor i major informació.
- Disposar d'un marc en què es puguin establir estratègies comunes entre el sector turístic i el formatiu.
- Orientar les competències formatives i l'adequació a les necessitats.

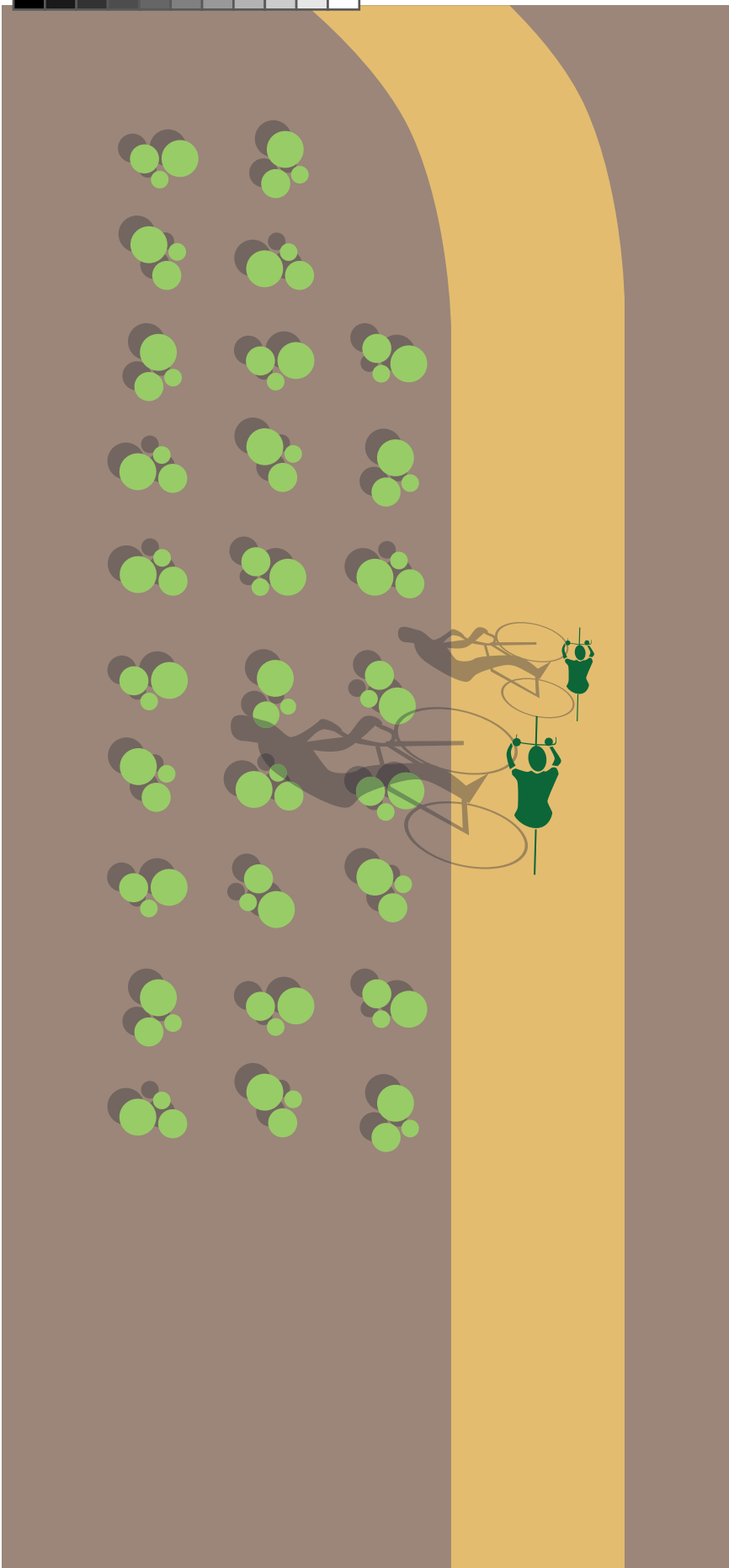
Cal mantenir la relació estratègica amb actors especialitzats en la gestió i la recollida de dades. El seguiment de l'activitat turística és indispensable per a la presa de decisions. Per això, el Patronat impulsarà el treball en aquest àmbit amb la finalitat d'obtenir dades de manera directa o a través de la participació en projectes d'àmbit territorial de més gran abast.

Tenim el repte de generar un relat positiu del sector turístic. Sovint es posa el focus en les externalitats negatives de l'activitat turística i no en el pes del sector en l'economia del país, en la seva transversalitat i en el seu paper tractor d'altres sectors estratègics de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre, com són l'agricultura i la pesca o el comerç, per exemple. Igualment no es posa prou en valor els aspectes positius a nivell social, com la generació d'entorns més tolerants, la millor acceptació de la diferència i la creació d'espais afavoridors de la innovació.

S'ha de garantir la mirada endavant pel que fa al turisme; la transferència de coneixement, la informació de valor, el comportament dels turistes, els fluxos i les capacitats de càrrega són altres àmbits en què cal que el Patronat tingui un paper que n'asseguri l'obtenció.

El Patronat, pel seu paper d'afavorir la cooperació, recull les inquietuds del sector. En aquest sentit, la gestió del talent és un aspecte que preocupa molt i cal que s'hi segueixi incidint per tal d'atenuar la problemàtica.





Accions:

- Impuls d'iniciatives dins del grup de treball de les Diputacions de la xarxa DTI (Destinos Turísticos Inteligentes) de la Secretaría de Estado de Turismo.
- Seguiment i suport als sistemes d'informació i d'indicadors turístics per a la presa de decisions d'empreses i destinacions a través d'organismes com EURECAT.
- Organització d'accions de transferència de coneixement: *workshops*, jornades i seminaris web, com la jornada de formació In & Out.
- Servei d'Assistència Municipal per a l'elaboració de plans estratègics municipals en turisme.



06.4. Màrqueting i suport a la comercialització

Línies estratègiques:

- Desplegar un pla de promoció digital que posicioni la destinació i els seus productes, tot posant en valor la diversitat sense perdre el focus.
- Innovar en l'ús d'eines en línia de màrqueting i suport a la comercialització i incrementar la seva presència en el pla d'actuació.
- Introduir de manera clara en la comunicació aspectes associats a la seguretat i a la baixa densitat dels espais.
- Augmentar l'ús d'eines i mitjans en línia en la promoció i difusió de la destinació.

El pla de promoció es conceptualitza amb l'objectiu d'incrementar l'activitat en moments de l'any en què n'hi ha menys i en espais del territori on la seva presència no és tan rellevant, i atenent als mercats i els productes que ho permeten. Per això el Patronat donarà suport a les accions que persegueixin aquests objectius estratègics.

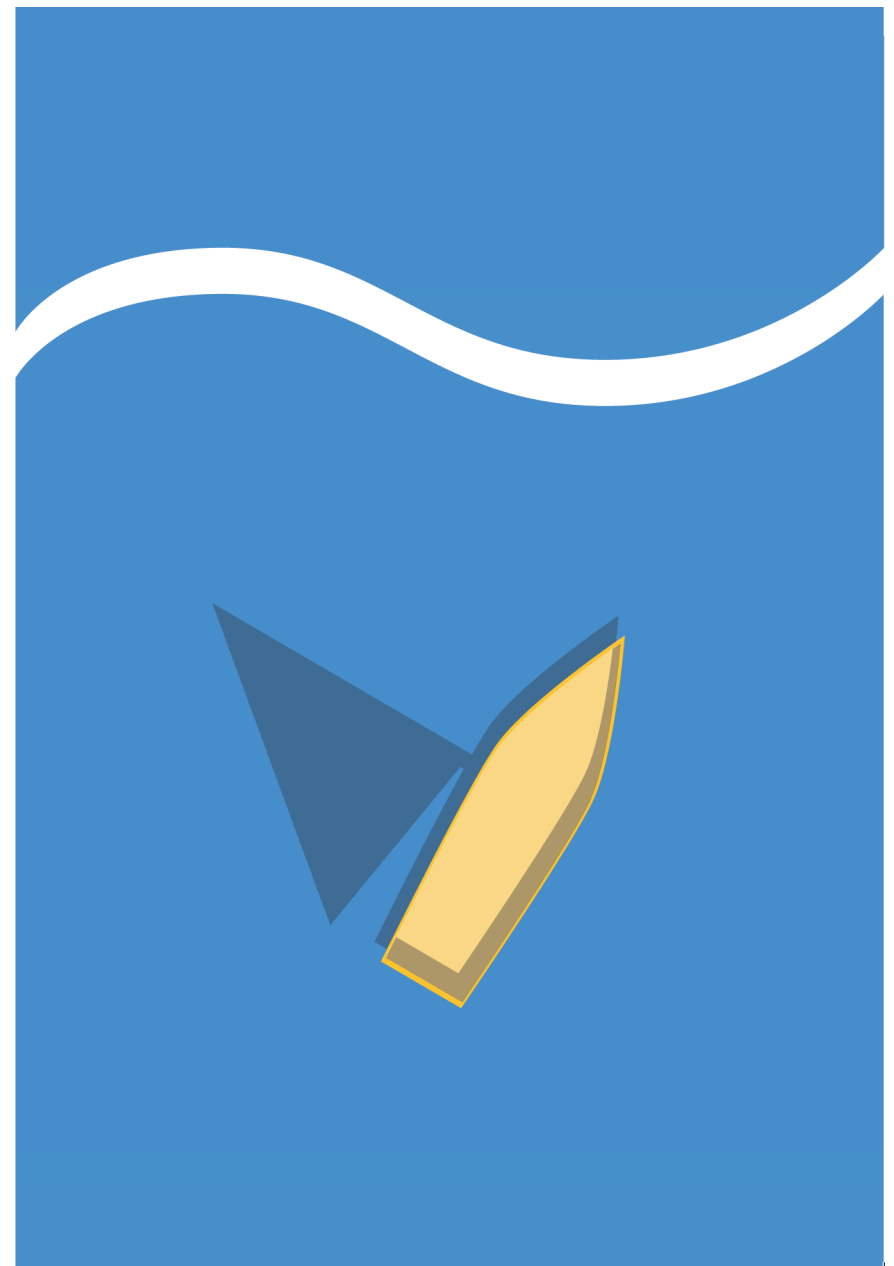
El Patronat estarà atent a l'evolució dels canals de comunicació i comercialització per tal d'incorporar aquells tipus d'accions innovadores que milloren l'eficiència del màrqueting de la destinació i permeten mesurar millor el seu retorn.

En benefici d'una millor distribució de l'activitat, el Patronat ha de poder comunicar productes que es despleguen en espais menys visitats.

El Patronat impulsarà la innovació del màrqueting aprofitant les eines en línia, que ofereixen millors solucions per mesurar el seu retorn i eficiència i, per altra banda, més afilerades amb els hàbits de la demanda.

Accions:

- Increment i millora de l'experiència turística amb accions durant tot l'any.
- Acords de comàrqueting amb els operadors turístics.





06.5. Posicionament i brànding

Línies estratègiques:

- Potenciar l'ús de les diferents marques de manera harmònica i prioritzar-les en funció de les accions i objectius de promoció i comercialització.
- Mantenir el posicionament de la Costa Daurada com a destinació de turisme familiar de referència.

El grau de reconeixement positiu per part de la demanda de determinades marques i productes, o la seva notorietat en el mercat, han de ser tinguts en compte a l'hora de construir les accions de màrqueting en benefici del conjunt dels actors de la destinació.

De la mateixa manera, la marca Costa Daurada s'emmarca en un sistema de màrqueting integral del conjunt del país, que consensua i condiona les actuacions de promoció que cal desenvolupar.

Els atributs i els valors de la marca Costa Daurada són rics i diversos. En determinats segments i productes, com l'esportiu, l'enogastronòmic, el cultural i el MICE, el seu posicionament ocupa un lloc rellevant i s'ha de continuar impulsant des del Patronat, tot aprofitant el posicionament de lideratge que té la marca en el turisme familiar.

Accions:

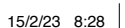
- Disseny, creació i implementació del nou portal web www.costadaurada.info.
- Disseny, creació i implementació dels nous originals de campanya.
- Materialització de campanyes de publicitat en publicacions impreses.
- Promoció de la Ruta Grand Tour de Catalunya, de descoberta de la Costa Daurada i les seves experiències.
- Suport a esdeveniments esportius amb impacte mediàtic fora dels moments àlgids de l'exercici, com la competició internacional World Padel Tour.
- Organització i dinamització de viatges de familiarització i de premsa.
- Elaboració de l'agenda d'activitats i difusió a una àmplia base de dades mitjançant butlletins informatius electrònics.
- Convocatòria i seguiment d'accions per a la seva comunicació externa.
- Desplegament de campanyes generalistes i per productes a través de les xarxes socials.
- Campanya de màrqueting en línia a través del conveni Còrner, dirigida als mercats prioritaris.
- Difusió en forma de creació de contingut de marca a mitjans digitals i a través de suports en línia.



Programa de fires



Londres, del 6 al 8 de novembre.





Suport i ajuts a entitats de promoció públiques i privades





Bases de subvencions de concurrència competitiva

Adreçat a ajuntaments, oficines i patronats de Turisme. La distribució d'aquests ajuts pretén reforçar les accions dels mateixos patronats i ajuntaments i, alhora, contribuir a l'execució dels objectius del Patronat.

Els ajuts han de revertir també en accions que promoguin l'extensió d'una imatge homogènia de marca, amb el detall i la diferenciació de cadascun dels productes de la nostra zona.

Creació d'una línia d'ajuts específica per al foment de les activitats de promoció i difusió dels Productes Locals de Qualitat.

Servei d'assistència municipal en turisme

Aquesta proposta s'adreça al col·lectiu d'ajuntaments amb una dimensió més reduïda o amb algunes limitacions pressupostàries però que tenen el desig d'afrontar el que per a ells és una activitat incipient: el turisme. El nostre Patronat vol posar al seu abast els següents serveis:

- Inventari de recursos.
- Establiment de la potencialitat turística.
- Anàlisi de la demanda.
- Definició de les estratègies d'actuació.
- Estructuració de l'oferta turística.
- Creació de productes turístics.

Els costos de la realització d'aquests estudis es compartiran amb el nostre Patronat, en una proporció determinada pel volum de població, segons l'establert en les ordenances fiscals de la Diputació de Tarragona.

Servei banc d'imatges i producció audiovisual

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona ofereix un servei de banc d'imatges per als patronats municipals de Turisme, oficines de Turisme i ajuntaments de la Costa Daurada.

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona seguirà oferint als patronats municipals i oficines de Turisme, així com als ajuntaments que ho sol·licitin, la realització d'un reportatge fotogràfic professional per a la creació i actualització del seu propi banc d'imatges. El servei inclourà la realització d'un paquet de 25 fotografies.

El Patronat oferirà un servei de producció de quatre càpsules de vídeo dissenyades per a les xarxes socials, amb continguts específics del municipi.

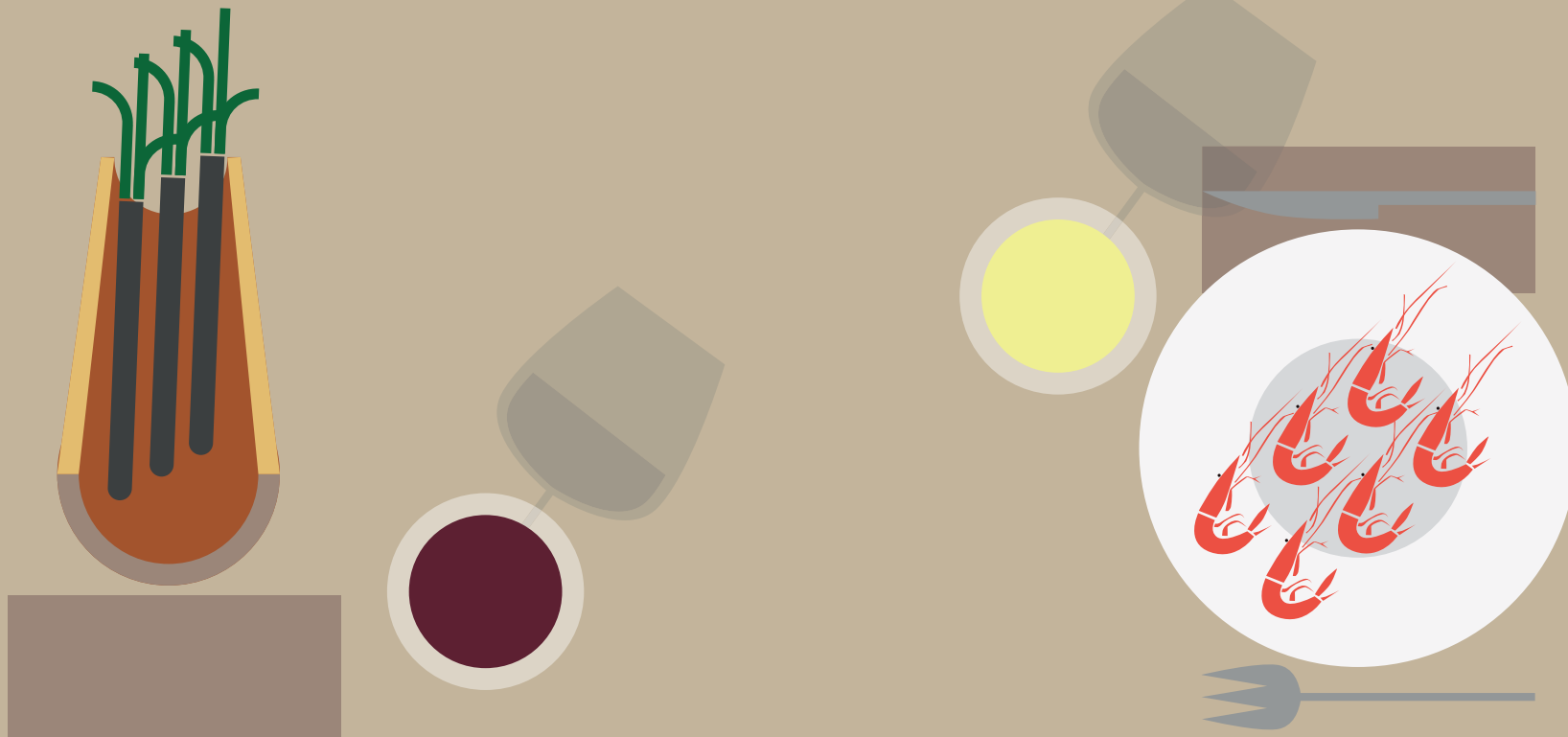
L'objectiu final d'aquest servei és doble: per un costat facilitar, als patronats municipals i oficines de Turisme, així com als ajuntaments, l'accés als serveis d'un material fotogràfic i audiovisual professional i de qualitat; i, per altra banda, que aquest material pugui ser utilitzat pel Patronat de Turisme de la Diputació en accions de promoció conjunta amb els municipis.



Balanç de l'exercici turístic 2022*

* Dades de gener a desembre de 2022





19.694.006

**Xifra global de
pernoctacions
a la Costa Daurada
i Terres de l'Ebre**



5.516.336

Xifra global d'arribades



911.434

Usuaris aeroport de Reus



87,5%

**Recuperació volum de
passatgers aeroport de Reus**



12,3 augment de punts

**Recuperació de l'ocupació
respecte de l'any 2019**





Costa Daurada



8.939.982

Allotjament en hotels



92%

Turistes en repetirien la visita



6.972.559

Allotjament en càmpings



94%

Turistes recomanarien la visita



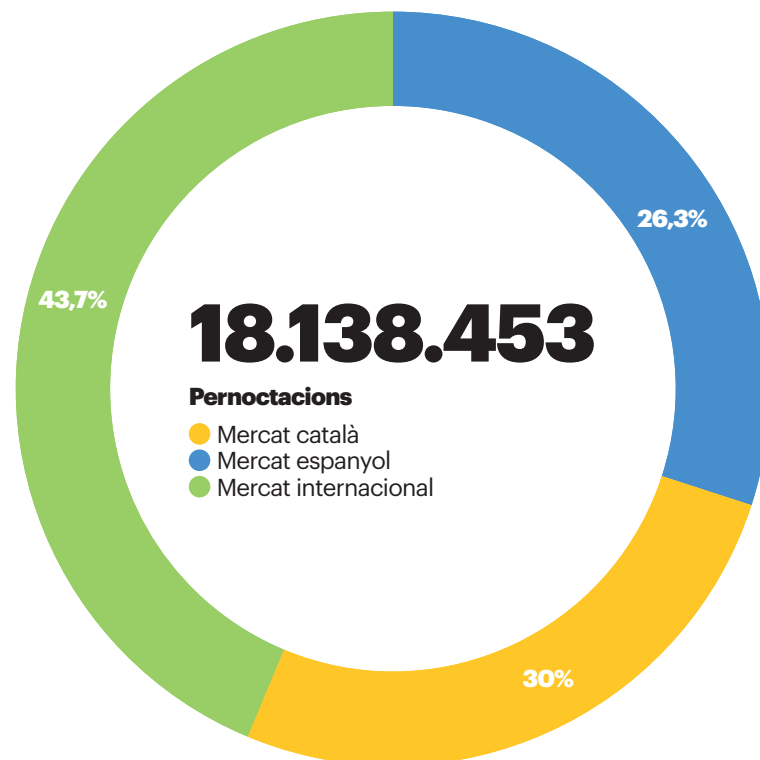
2.161.482

Allotjament en apartaments



53,2%

% Ocupació turística



Terres de l'Ebre



790.711

Allotjament en hotels



700.596

Allotjament en càmpings



13.467

Allotjament en apartaments



97%

Turistes en repetirien la visita



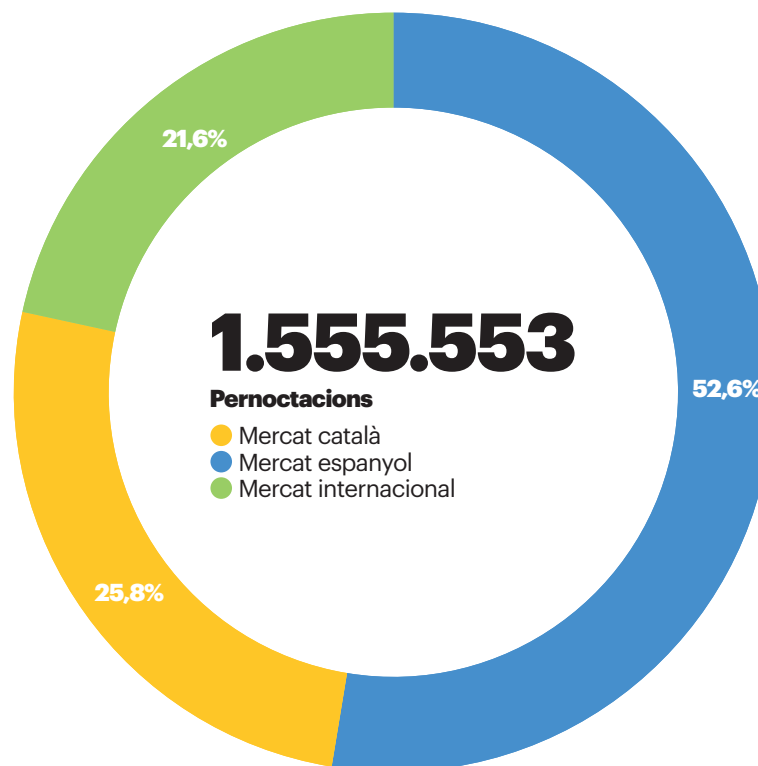
99%

Turistes recomanarien la visita



44,8%

% Ocupació turística





L'any 2022 en dades



Durant l'any 2022, la Costa Daurada va participar en sis fires presencials. Una d'aquestes, FITUR, celebrada a Madrid, va permetre promocionar la destinació d'acord amb el model Còrner, que permet la coordinació i la suma d'esforços d'entitats de promoció turística públiques i privades. La Costa Daurada va promocionar-se, també de manera presencial, entre el públic català a la fira B-Travel a Barcelona, i va ser present en una de les fires internacionals més importants del món: la World Travel Market, de Londres. Al costat d'aquests esdeveniments promocionals de tipus generalista, la Costa Daurada va dur a terme la promoció de productes i aspectes específics a través de la seva participació en la fira dedicada al producte de golf (International Golf Travel Market) i en les fires Copenhagen Bike Show, Cycle Show and London Ebike Festival i Expo du Velo, dedicades al cicloturisme.

Durant l'any 2022, la Costa Daurada va organitzar i acollir **10 viatges de familiarització, 17 viatges de premsa, 8 blogtrips i 11 workshops**, i es va participar en un total d'**11 fires**.

En el conjunt de totes aquestes accions han pres part un total de **3.403** persones provinents de **Catalunya, Espanya, França, Regne Unit, Irlanda, Alemanya, Països Baixos, Itàlia, Estats Units, Portugal i Dinamarca**.

L'estratègia de comunicació durant el 2022 va prioritzar les accions en línia, adreçades molt selectivament al públic objectiu i amb contingut patrocinat de qualitat desplegat en un nombre molt ampli de mitjans, la qual cosa ha garantit un elevat impacte quantitatiu i també qualitatiu.



10

Viatges familiarització



17

Viatges de premsa



8

Blogtrips



11

Workshops



11

Fires



3.403

Persones implicades



Xarxes socials

L'estratègia de comunicació de la Costa Daurada a través de les xarxes socials durant l'any 2022 ha permès traslladar al públic i fer visible la diversitat de recursos i productes turístics mitjançant material audiovisual de producció pròpia. S'han creat una vintena de vídeos amb aquesta finalitat i al servei de la promoció de la destinació en les diferents plataformes en què la Costa Daurada disposa de perfil propi. Les xarxes socials han estat el vehicle per impulsar la difusió de les activitats de caire cultural i de lleure que tenen lloc al llarg de l'any. En aquest sentit, s'ha potenciat la comunicació visual i efectiva de l'agenda setmanal d'activitats. Les xarxes socials han contribuït al posicionament de la marca, amb accions que han cridat a la participació i la interacció del públic, a través de sortejos i concursos que han comptat amb la col·laboració dels patronats municipals de turisme i l'empresariat del sector.

Amb l'objectiu de facilitar pautes per a una gestió i comunicació eficaç quan es fa ús de les xarxes socials, el Patronat de Turisme de la Diputació ha editat aquest 2022 la *Guia pràctica de xarxes socials*. Es tracta d'una eina que incorpora criteris i normes d'ús, així com recomanacions, adreçada al conjunt del sector turístic de la Costa Daurada.

Facebook va tancar l'any 2022 amb un total de **44.590 seguidors**, xifra que suposa un increment de més de **4.500 seguidors** respecte de l'any anterior. També s'ha produït un clar augment de la interacció a les publicacions.

Pel que fa a Instagram, el nombre de seguidors a 31 de desembre era de **26.968**, gairebé **2.000** més que els registrats l'any 2021. Amb la finalitat de promoure la destinació, difondre els seus atributs i inspirar els potencials visitants s'ha incentivat la participació mitjançant concursos i qüestionaris senzills. Durant l'any 2022 s'ha potenciat la creació de materials audiovisuals i la seva difusió mitjançant les funcionalitats d'aquesta plataforma, amb *reels*, *stories* i altres formats.

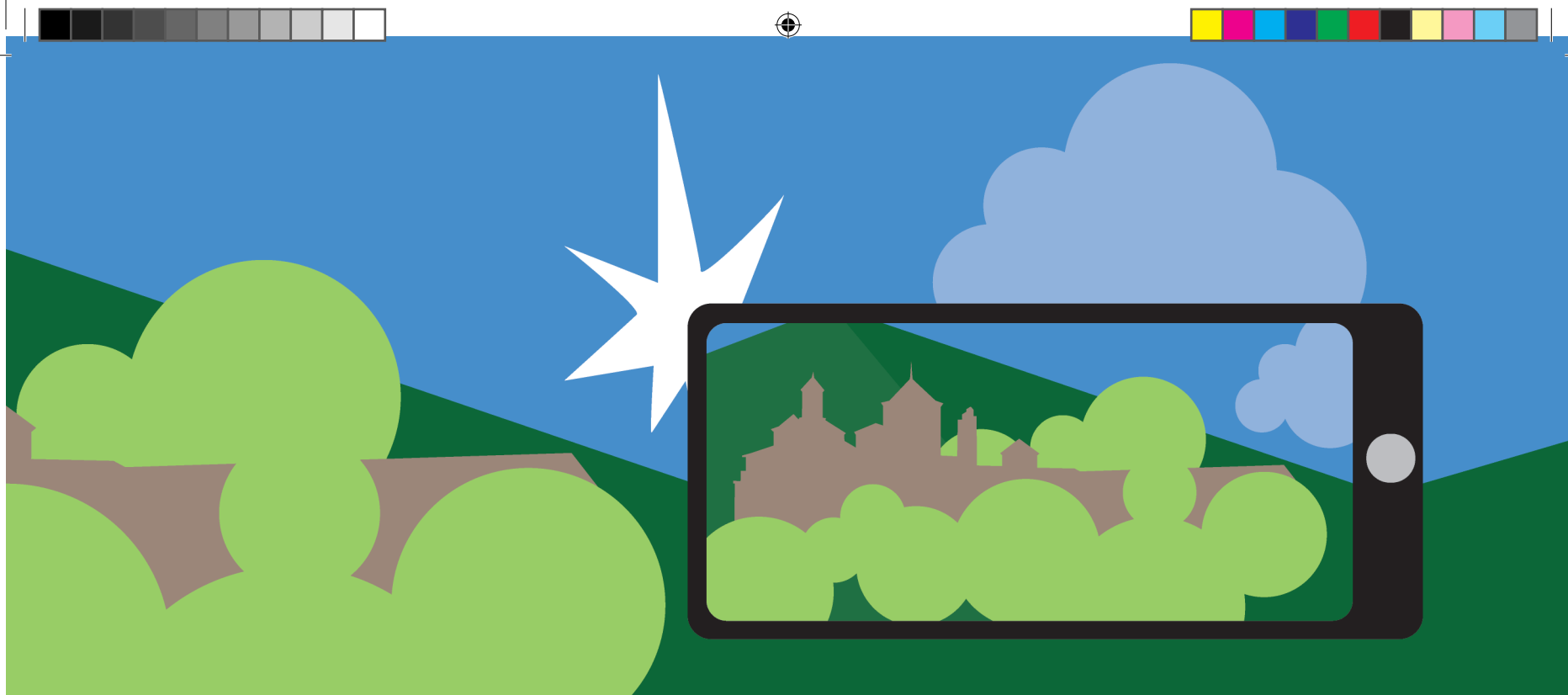


A Twitter el nombre de seguidors, a finals de 2022, se situava en **6.266**, amb un increment lleuger respecte de l'any anterior. La naturalesa eminentment informativa d'aquesta plataforma ha estat aprofitada per potenciar l'agenda d'activitats de la Costa Daurada.

 **26.968**
Seguidors Instagram

 **44.590**
Seguidors Facebook

 **6.266**
Seguidors Twitter



Suport i ajuts a entitats de promoció públiques i privades

Al llarg de 2022 s'ha donat suport a entitats públiques i privades amb l'objectiu comú de promocionar el turisme a la Costa Daurada i a les Terres de l'Ebre. Es van materialitzar els acords següents: un conveni de cooperació plurianual formalitzat el 2021 amb una aportació, per a l'exercici 2022, de **642.000 euros**; un conveni de cooperació plurianual, amb una aportació, en l'annualitat 2022, de **300.000 euros**; dos convenis de cooperació anuals per un import total de **332.100 euros**, i **catorze** actuacions de suport mitjançant subvencions nominatives per un import conjunt de **1.009.777,51 euros**.

El Patronat va atorgar subvencions en règim de concurrència competitiva per a activitats que fomenten el desenvolupament del turisme a municipis, tant de la Costa Daurada com de les Terres de l'Ebre, per valor de **386.368,63 euros**. I també es van destinar **400.000 euros** a subvencions per a ens públics i entitats privades per a la difusió de productes agroalimentaris i artesans de qualitat, activitats firals i mostres de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre.



.....
Edita: Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona
Revisió lingüística: Gràficament
Il·lustracions: Xavier Cendrós Ferré
Impressió: Imprempta Serra
Dipòsit legal: DL T 150-2023

