

## informe gestió exercici 2011



# Malgrat de Mar



“Quan una població turística vol crear llocs de treball, tots els ciutadans han de convertir-se en animadors del destí, ja que el TURISME és tot allò que el visitant veu, menja i sent.”

Domènec Biosca



# ÍNDEX

1. Introducció
2. Promoció Genèrica
3. Accions de Comerç i Restauració
4. Accions al Mercat Municipal
5. Turisme Familiar
6. Oficina d'Informació i Turisme
7. Organització de Festivals
8. Estudis
9. Col·laboracions amb altres Esdeveniments
10. Certificació de Qualitat SICTED
11. Convenis i Acords de Col·laboració
12. Ingressos i Despeses
13. Repercussió Econòmica Local

# 1. INTRODUCCIÓ



L'any 2010 es va constituir l'empresa pública MALGRAT TURISME, SL, el nou organisme de promoció que substituïa la Regidoria de Turisme de l'Ajuntament de Malgrat de Mar. La seva constitució suposava un abans i un després en la promoció turística del municipi de Malgrat de Mar, un model basat en els principis de la cogestió i el cofinançament per part dels agents públics i privats. L'activitat d'aquesta nova empresa es va iniciar en el mes de gener de l'any 2011.

Malgrat Turisme SL naixia amb la voluntat d'obtenir resultats, i de donar resposta a les necessitats del sector, que té un producte i el vol situar en els mercats, de ser, en definitiva, un organisme orientat cap a les necessitats de les empreses i els territoris.

Amb aquesta memòria es fa ressò de totes les accions que l'entitat ha dut a terme al llarg de l'any 2011. En ella s'especifiquen les actuacions dirigides als diferents productes, les accions de promoció i de màrqueting, i totes les altres accions que contribueixen a consolidar Malgrat de Mar com una destinació turística madura de sol i platja de qualitat a escala internacional.

Els objectius de l'ens de gestió turística MALGRAT TURISME, SL, creat com a societat mercantil de titularitat pública amb capital social 100% de caràcter públic, són:

1. Propagar els atractius turístics que posseeix Malgrat de Mar i el seu entorn.
2. Promocionar el municipi a nivell nacional i internacional en qualsevol època de l'any.
3. Organitzar i/o col·laborar tota classe d'esdeveniments amb finalitats de promoció .
4. Executar accions derivades del Pla Estratègic de Turisme de Malgrat de Mar.
5. Canalitzar tota classe d'iniciatives públiques o privades, per a l'expansió i millora dels serveis turístics de Malgrat de Mar.
6. Col·laborar en el desenvolupament d'accions gestionades i organitzades per altres organismes relacionats amb el turisme de Malgrat de Mar, que puguin contribuir al foment de la indústria turística del municipi, especialment a través de la creació de nous productes turístics.
7. Col·laborar amb altres organismes d'índole turística en el desenvolupament de la indústria turística de Malgrat de Mar.

Les activitats programades han estat orientades en dues grans àrees:

- Promoció i difusió de Malgrat de Mar i el seu entorn
- Disseny i desenvolupament de productes turístics.

L'objectiu d'aquesta entitat és involucrar al sector privat per accions puntuals i elaborar amb ell les estratègies necessàries per a dur-les a terme. D'aquesta manera, no només s'ha planificat conjuntament, sinó que l'entitat ha adreçat directament a accions puntuals els recursos econòmics necessaris. Aquestes col·laboracions s'han entès com a prestacions de serveis al sector privat, o com a venda del material que l'ens ha publicat segons les necessitats del mercat.

#### **a) Òrgans de Govern**

**La Junta General** és l'òrgan suprem de deliberació i de proposta de les grans línies d'actuació de Malgrat Turisme i està formada pels 17 regidors de l'Ajuntament de Malgrat de Mar. En el moment de la seva constitució els membres d'aquest òrgan de govern van ser:

##### **Grup Municipal PSC**

Conxita Campoy i Martí, Alcaldessa-Presidenta

M<sup>a</sup> Carme Aubanell i Serra

M<sup>a</sup> Lluïsa Mérida Mengíbar

Valentín Rodríguez Baltasar

Antoni Puignou i Arís

Enric Viñolas Lorenzo.

Jordi Romero Ros.

Anna Raja Martínez.

##### **Grup Municipal ERC**

Teresa Verdager i Massó

Josep Gelpí i Castellà

Montserrat Verdura i Alavedra

Javier Sánchez Rubio

##### **Grup Municipal CiU**

Neus Serra i Bosch

Josep Roig i Muñoz

Sandra Altafulla i Climent

##### **Grup Municipal PPC**

Ana Vega Raya

##### **Grup Municipal ICV-EUiA**

Josep Maria Lasheras Horno



Després de les eleccions municipals celebrades el mes de maig de 2011, la Junta General va tenir els següents canvis:

**Grup Municipal PSC**

Conxita Campoy i Martí, Alcaldessa-Presidenta  
Joan Mercader Carbó  
Valentín Rodríguez Baltasar  
Mercè Mora Huertas  
Antoni Puignou i Arís  
Jordi Romero Ros.

**Grup Municipal CiU**

Neus Serra Bosch  
Josep Roig Muñoz  
M<sup>a</sup> Carmen Ponsa Monge  
Jofre Serret Ballart  
Sandra Altafulla Climent

**Grup Municipal ERC**

Obdúlia Cuatrecases Garriga  
Anna Maria Anglada Mas  
Jaume Martí Carbó

**Grup Municipal PPC**

Ana Vega Raya  
Rosa Maria Aubanell Calatayud

**Grup Municipal ICV-EUiA**

Jordi Medina Moya

Fins a la data 31/12/11 s'han realitzat 4 convocatòries, concretament els dies següents:

08/04/10 - 03/03/11 - 07/04/11 - 04/08/11

**El Consell d'Administració** és l'òrgan permanent de govern i administració de **MAL-GRAT TURISME, SL** i està format per 6 regidors i 6 representants del sector privat.

**Presidenta**

Conxita Campoy i Martí

**Vocals**

M<sup>a</sup> Carme Aubanell Serra

<b>Vocals</b>	Enric Viñolas Lorenzo Valentín Rodríguez Baltasar M <sup>a</sup> Lluïsa Mérida Mengíbar Ana Vega Raya
<b>Representants sector càmping</b>	Marc Monguilod Fornés Joan Aubanell Rota
<b>Representants sector hotelier</b>	Marta Vázquez Camps Jordi Garriga Mas
<b>Representants sector comercial</b>	M <sup>a</sup> Pilar Pumarola Ciria Jordi Bayarri Poch

Després de les eleccions municipals celebrades el mes de maig de 2011, el Consell d'Administració va tenir els següents canvis pel què fa als representants del sector públic i mantenint-se els representats del sector privat.

<b>Presidenta</b>	Conxita Campoy i Martí
<b>Vice-presidenta</b>	Anna Vega Raya
<b>Vocals</b>	Joan Mercader Carbó Mercè Mora Huertas Valentín Rodríguez Baltasar Jordi Romero Ros
<b>Representants sector càmping</b>	Marc Monguilod Fornés Joan Aubanell Rota
<b>Representants sector hotelier</b>	Marta Vázquez Camps Jordi Garriga Mas
<b>Representants sector comercial</b>	M <sup>a</sup> Pilar Pumarola Ciria Jordi Bayarri Poch

Fins a data 31/12/11 s'han realitzat 6 convocatòries, concretament els dies següents:

28/06/10 – 15/11/10 – 21/02/11 – 30/03/11 – 07/09/11 – 29/09/11

## **b) Recursos humans i organigrama**

Els recursos humans amb els que compta des del seu inici l'entitat per dur a terme el Pla d'Accions són:

- **Gerent**
- **Adjunt de gerència**
- **Auxiliar tècnic de turisme**
- **Auxiliar de turisme** (amb contracte fix discontinu)

L'any 2011 s'ha comptat amb el suport de :

- 3 auxiliars d'Informació i Turisme, contractats per l'Ajuntament sota el programa finançat per la Direcció General d'Ocupació del 02/05/11 al 01/11/11
- 2 estudiants en pràctiques provinents de la Universitat de Brno (República Txeca) i l'Institut Serrallarga de Blanes

# 2. PROMOCIÓ GENÈRICA



**M**ALGRAT TURISME, SL segueix apostant per a la promoció de Malgrat de Mar com a destí vacacional, seguint les pautes ja iniciades com a Regidoria de Turisme, potenciant accions promocionals enfocades a donar a conèixer els diferents serveis i productes que el municipi ofereix.

Aquesta promoció tradicional es complementa amb una forta aposta per a la promoció mitjançant esdeveniments amb una triple finalitat: L'impacte econòmic directe, el motiu de visita que dóna a Malgrat de Mar i la singularitat i diferenciació enfront a destinacions de la competència.

Mitjançant les accions que es detallen a continuació, es potencia la tasca comercial adreçada als principals operadors de diferents mercats turístics amb l'objectiu de consolidar i fidelitzar mercats potencials en els quals Malgrat de Mar ja té presència i al mateix temps captar nous mercats emergents, especialitzant l'oferta i orientant-la a les necessitats del turista.

#### **a) Material de promoció**

Durant l'any 2011 s'ha renovat i ampliant el següent material de promoció:

- Reedició de les guies de Malgrat en català, castellà, anglès, alemany, holandès i francès.
- Edició de les guies en els idiomes rus, txec i italià. La traducció a l'idioma txec va ser realitzada per l'estudiant en pràctiques que va estar a l'Oficina de Turisme durant la temporada d'estiu i es van contractar els serveis de traducció pel què fa a l'idioma rus i italià
- Reedició dels tríptics informatius dels Parcs Francesc Macià i Castell en català, castellà, anglès, francès, alemany amb el finançament de l'empresa Water World
- Actualització i edició dels nous mapes de Malgrat de Mar
- Edició del tríptic de Consells de platja amb el finançament de l'Illa Fantasia
- Edició del díptic de venda dels festivals FIC i FIBM. Aquest fulletó és eina de venda dels festivals organitzats per Malgrat Turisme a l'exterior.

Un cop realitzades diferents reunions amb el sector d'allotjament de càmpings es va acordar de no realitzar cap activitat d'animació durant la temporada. L'acció plantejada ha estat la creació de dues guies:

1. Guia d'allotjament de càmping del municipi
2. Guia de consells de bones pràctiques pels usuaris d'aquest allotjament

El cost per a la creació de les dues inclou la maquetació de la guia de bones pràctiques i les despeses d'impressió de les dues. La guia d'allotjament ha estat maquetada íntegrament a Malgrat Turisme.

## **b) Fires**

Les fires són potser la forma més tradicional de promoció turística. Però també són cares i han perdut eficàcia. L'any 2010 el Consorci de Promoció Turística Costa Barcelona Maresme va reunir als tècnics de promoció i turisme dels municipis de l'Alt Maresme amb més oferta turística i es van repartir les presències a les fires planificades pel Consorci per l'any 2011 entre els municipis convocats. La presència a aquestes fires, comportava el promocionar la comarca en conjunt i cada municipi assumia la despesa dels trasllats i dietes de les persones que atenien l'stand. Aquest nou plantejament ha permès que Malgrat de Mar estigués present en totes les fires i que només hagués d'assumir el cost de la presència d'una d'elles.

### **FITUR Madrid** (assistida per Santa Susanna)19-23/01/11

La fira més important del país i una de les més importants del món. Els dos primers dies són restringits a professionals i la resta oberts al públic. La 31 edició de la Fira Internacional de Turisme de Madrid, FITUR, va tancar les seves portes amb un creixement del 1,5% en quant al nombre de visitants professionals respecte l'any anterior, el que significa que més de 200.000 persones van passar per IFEMA del 19 al 23 de gener, xifrant en un 6% el increment de visitants durant les jornades de portes obertes del cap de setmana respecte l'edició del 2010.

Van participar-hi més de 10.500 empreses, originàries de 166 països i/ o regions, que han ocupat 10 pavellons de la Fira de Madrid, arribant als 75.000 metres quadrats nets d'exposició. L'assistència es va fer en un mostrador ubicat a l'stand de Catalunya.

### **ITB Berlín** (assistida per Malgrat Turisme)08-12/03/11

El mercat alemany és un dels emissors més importants a Malgrat de Mar i una de les economies europees que millor es recupera. L'objectiu de la fira ha estat de fidelitzar el turisme alemany i buscar noves fórmules de promoció. En l'edició 2011 ITB Berlín ha comptat amb més de 11.163 empreses expositores, procedents de 188 països / regions i amb més de 170.000 visitants, entre els quals hi ha hagut 7.000 periodistes acreditats. A banda dels contactes obtinguts a l'stand de Catalunya, es van mantenir entrevistes amb el Promotor de l'AST Alemanya. L'assistència es va fer en un mostrador ubicat a l'stand de Catalunya.

### **Expovacaciones Bilbao** (assistida per Pineda de Mar) 05-08/05/11

Aquesta Fira de Turisme, amb un total de 700 expositors provinents de 14 països diferents i amb la participació de totes les comunitats autònomes, presenta una oferta de viatges i serveis turístics molt completa amb un ampli programa d'activitats paral·leles pensades per l'oci i l'entreteniment. Es celebra de forma paral·lela a tres altres certàmens: Expoconsumo, Crea Moda i Crea Imagen, que conformen una important plataforma conjunta dels sectors del turisme, el lleure i la moda. L'edició 2011 ha rebut més de 245.000 visitants. L'assistència es va fer en un mostrador dins l'stand de la Diputació de Barcelona.

### **SITC** (assistida pel Consorci de Promoció Turística Maresme) 15-18/04/11

La fira més important de Catalunya i celebrada a Barcelona va tenir l'any 2011 més de 190.000 visitants. L'oferta turística de Malgrat de Mar estava exposada en el mostrador del Consorci Costa Barcelona Maresme dins l'stand de la Diputació de Barcelona. En aquesta edició es va presentar la nova proposta de marca turística Costa de Barcelona.

### **World Travel Market** (WTM) Londres (assistida per Calella) 07-10/11/11

Aquesta és una de les fires del sector turístic de l'àmbit professional més important de la indústria turística a nivell internacional i dirigida exclusivament als agents i professionals del sector. L'any 2011 va comptar amb l'assistència de més de 50.000 visitants professionals.

### **SEVATUR Donostia** 18-20/03/11

Per primera vegada, Malgrat de Mar va participar amb stand propi a aquesta fira. El balanç d'aquesta participació va ser molt positiu per la bona acollida de tota la informació lliurada en aquesta edició.

El Diario Vasco va fer ressò també de la participació de la nostra població i va emfatitzar l'oferta especialitzada en Turisme Familiar, tant en allotjaments i restaurant com en l'oferta d'espais com els Parcs Francesc Macià, Castell i Can Campassol, la proximitat a la ciutat de Barcelona i l'oferta cultural de la comarca.

### **c) Mitjans de comunicació**

1. Insercions publicitàries

Durant l'any 2011 es van realitzar insercions a les següents publicacions en paper:

- Revista KIDS: 2 insercions promocionant la destinació de Malgrat durant els mesos d'estiu i els tallers de Nadal
  - Revista SOLMAR: 1 plana sencera en la revista Solmar Tour
  - Què fem: Faldó de promoció FIC
  - Sortim: Faldó de promoció FIBM
  - ADN València: Faldó de promoció FIBM
2. Falques publicitàries a RAC 105 promocionant el FIC
  3. Visites a la web [www.turismemalgrat.com](http://www.turismemalgrat.com)

Segons dades extretes de Google Analytics, durant l'any 2011 la web ha estat visitada per 1868 persones en total, dels quals 258 van repetir. La durada mitjana de la seva visita ha estat de 1,08 minuts. Més de 50 % de consultes han estat sobre l'oferta de parcs al municipi. La resta es reparteix entre turisme familiar, platges, notícies i oferta d'allotjament i restauració.

#### 4. Facebook

S'han incorporat un total de 1.285 amics i s'hi han publicat puntualment totes les activitats organitzades per Malgrat Turisme i d'interès.

### **d) Altres activitats de promoció**

#### **Montpellier (França)**

Durant els dies 15 al 17 d'abril Malgrat va participar en una acció de promoció organitzada per l'Agència Catalana de Turisme. Aquesta va ser una de les accions aprovades per les comissions territorials de les destinacions certificades en Turisme Familiar per tal de promocionar les destinacions certificades com Malgrat de Mar.

#### **Rastede (Alemanya)**

Durant els dies 8 i 10 de juliol es va celebrar a Rastede el Campionat Internacional de Marching Show Band. Malgrat Turisme va ser-hi present per promocionar davant dels grups participants el FIBM que se celebra a Malgrat de Mar cada mes d'octubre.



Durant la celebració d'aquest campionat, es van mantenir reunions de treball amb el president de la WAMSB, Sr. Robert Eklund, els organitzadors del Musiktage Rastede, Torsten Wilters i Stefan Scheffler i amb els directors de més de 50 grups participants. Els resultats no es van fer esperar gaire, ja que per l'edició del mes d'octubre dos grups contactats van prendre part en el FIBM 2011.

#### e) altres

- **Col·laboracions**

Durant l'any s'ha lliurat des de l'Oficina de Ca l'Arnau un important volum de material promocional de Malgrat de Mar en motiu de diverses visites de prospecció i prescriptors turístics i sol·licituds mitjançant la web [www.turismemalgrat.com](http://www.turismemalgrat.com) i correu electrònic. S'han contestat més d'un centenar de consultes, on la petició més habitual era la informació genèrica del municipi, plànols turístics, guies de Malgrat de Mar, Fulletons dels Parcs Francesc Macià i Castell

- **Formació**

02/03/11 Sessió formativa a Ca l'Arnau per les empreses i destinacions certificades en SICTED de la comarca del Maresme.

- **Exposició “Dracs i colors, Maresme modernista”**

Aquesta exposició de 80 fotografies és un recorregut pel llegat que el moviment modernista va deixar a la comarca a principis del segle XX. Aquesta exposició itinerant va reunir fotografies d'elements modernistes del Maresme, destacant el seu colorit i l'àmplia representació de dracs Aquesta exposició es va realitzar durant el mes de gener a la Sala d'exposicions de la Biblioteca Municipal “La Cooperativa” i va ser facilitada pel Consell Comarcal del Maresme, a través del Pla Estratègic Maresme 2015.

- **Grups escolars**

**MALGRAT TURISME, SL** ha col·laborat amb l'agència de viatges Eurotravel amb seu a Suècia, a l'hora de facilitar visites dels grups d'estudiants de Magisteri que es trobaven allotjats en hotels de Malgrat de Mar als següents centres escolars:

17/05/11 Visita amb un grup de 20 estudiants a les Escoles Fonlladosa  
24/05/11 Visita amb un grup de 17 estudiant a l'Escola Vedruna Camí del Pla  
26/05/11 Visita amb un grup de 16 estudiants al CEIP Montserrat

- **Concerts estiu**

Durant la temporada d'estiu s'han pogut realitzar un total de 11 concerts de grups musicals a diferents llocs del municipi gràcies als contactes realitzats amb les agències receptives New Wave, Orostravel i Sonne Immer. L'objectiu d'aquests concerts ha estat el poder oferir una programació estable de concerts i actuacions durant la temporada turística i consolidar lligams amb les agències receptives de cara als festivals FIC i FIBM Malgrat de Mar.

18/04/11 Concert de Banda de música alemanya al carrer St. Esteve  
19/04/11 Concert de Banda de música anglesa a l'Av. Bon Pastor  
27/05/11 Concert coral sueca a l'Escola Chanel  
31/05/11 Concert coral sueca a l'Església Parroquial  
14/06/11 Concert banda de música suïssa al Parc de Can Campassol  
16/06/11 Concert banda de música alemanya al carrer St. Esteve  
21/06/11 Concert banda de música alemanya al Parc Can Campassol  
23/06/11 Concert banda de música anglesa al Parc can Campassol i carrer St. Esteve  
07/07/11 Concert Banda de música anglesa davant Centre Sant Roc  
21/07/11 Concert banda de música anglesa al Parc de can Campassol  
24/07/11 Actuació ball grup anglès a la Plaça J. Anselm Clavé

- **Dia Mundial del Turisme: 27 de setembre**

Aquesta activitat pretén unir-se a la celebració de la diada internacional del sector. El 27 de setembre és aprofitat per a donar a conèixer algunes de les tradicions catalanes més nostrades com les havaneres i el rom cremat o la tradicional gimcana del turista.

En aquesta activitat hi van assistir un total de 300 persones i es va organitzar una actuació de les havaneres acompanyat d'un rom cremat.



# 3 ACCIONS DE COMERÇ I RESTAURACIÓ



**M**ALGRAT TURISME, SL ha treballat de comú acord amb el sector per a planificar les accions de dinamització de comerç i restauració a Malgrat de Mar.

### **a) Identificació amb la marca Malgrat Centre**

Durant l'exercici 2011, i tal com es venia fent des de la Regidoria de Comerç, ha col·laborat estretament amb l'Associació de Comerciants Malgrat Centre.

A banda de les fires que es detallaran en l'apartat següent, es van realitzar accions puntuals centrades en la campanya de Nadal i la campanya de promoció del centre comercial urbà en el format d'un spot publicitari. Aquest spot va tenir una doble funció, per una banda fer partícips els comerciants a l'hora d'aconseguir els personatges de l'spot (els interessats havien d'acreditar mitjançant butlleta ser clients habituals a Malgrat Centre) i per una altra crear i difondre l'spot mitjançant el diari digital Malgrat Confidencial.

En total hi van participar 15 persones que van visitar 20 comerços en total. Aquestes persones van participar en un càsting a finals del mes de juliol i el rodatge es va realitzar durant el dia 03/09/11. El dia 30/09/11 es va presentar al Centre Cultural. En total es van realitzar 4 notes de premsa i van aparèixer a mitjans de comunicació locals i comarcals

Durant la campanya de Nadal des de Malgrat Turisme es va col·laborar en l'elaboració de tres tallers de Nadal adreçats als més menuts celebrats els dies 27 de desembre 2011 i 2 i 4 de gener de 2012 i en la convocatòria d'un concurs d'aparadors com a punt final al Curs d'aparadors organitzat per la Regidoria de Promoció Econòmica de l'Ajuntament. Al concurs hi van participar un total de 7 comerços i el guanyador va ser Òptica Solà que se'l va premiar amb una campanya publicitària a Ona Malgrat.

### **b) Fires i mercats**

L'any 2011, s'han realitzat les següents fires:

- **Fira d'hivern** 12/02/11 als carrers del centre de Malgrat. Amb la participació de 84 firaires
- **Mercat de maig**, 01/05/11 al sector turístic, amb 11 firaires i la participació de l'Associació d'empresaris turístics
- **Fira de Primavera** 28/05/11, als carrer del centre de Malgrat amb la participació de 81 parades, entre les quals hi havia 5 tallers artesanals

- **Fira d'estiu** 16-17/11/11, entre el sector turístic i el centre de Malgrat amb la participació de 81 parades amb 10 tallers
- **Mercat de Setembre**, 11/09/11, al sector turístic, amb 18 firaires i la participació de l'Associació d'empresaris turístics
- **Mercat de Sant Nicolau**, 06/12/11, als carrers del centre de Malgrat, amb la participació de 63 firaires.

Organitzar aquestes fires té com a finalitat, la dinamització del comerç local de Malgrat de Mar. Tal i com s'ha detallat abans, la ubicació de les fires ha variat en funció a la data de realització, per tal de buscar nous visitants.

Les despeses provenen de la publicitat de les fires i mercats i les activitats realitzades durant la celebració de les mateixes: tallers, actuacions musicals i servei de vigilància per la fira d'estiu.

Els firaires abonen una inscripció en funció dels metres lineals que sol·liciten.

#### **c) Col·laboració del sector comercial amb els festivals de música.**

Una altra de les accions planificades conjuntament va ser la publicació d'uns vals de descomptes que els associats de Malgrat Centre oferien als participants del festival Internacional Coral FIC al mes d'abril i al Festival Internacional de Música FIBM al més d'octubre.

#### **d) Col·laboració del sector comercial a la ludoteca infantil**

Durant els mesos de juliol i agost, **MALGRAT TURISME, SL** ha ofert el servei d'una ludoteca a la platja de l'Astillero, com a requisit establert per l'Agència Catalana de Turisme per a la certificació de Malgrat de Mar com a Destinació familiar.

L'Associació de Comerciants Malgrat Centre va adquirir tiquets que van ser distribuïts pels comerços associats als seus clients, com a detall de fidelització i que a la vegada va servir d'acció de promoció d'aquest servei.

#### **e) Jornades gastronòmiques Fesol del Ganxet**

Enguany es va comptar amb la participació de 6 restaurants de Malgrat de Mar i la promoció s'ha realitzat a través d'un fulletó conjunt editat pel Consorci de Promoció Turística Costa de Barcelona Maresme.



# 4 ACCIONS MUNICIPAL AL MERCAT

## MUNICIPAL





**S**'ha realitzat una forta campanya amb les parades del Mercat Municipal amb caràcter anual que ha permès i facilitat l'associacionisme amb les parades existents.

Aquestes accions han estat:

- a) Agilitzar i promoure els sortejos mensuals amb un total de 10 sortejos amb productes frescos del Mercat Municipal.
- b) Campanya: Vine al mercat municipal i surt sobre rodes. La campanya va ser durant el mes de juliol i primera quinzena del mes d'agost, fent-se el sorteig el dia 12/08/11 d'una bicicleta.
- c) Sorteig de 20 lots amb material escolar. La campanya es va iniciar després de la Festa major de Sant Roc i el sorteig va ser el dia 02/09/11.
- d) Adquisició de bosses per evitar la compra de bosses de plàstic durant el mes de desembre amb la distribució de 1.200 bosses.

# 5. TURISME FAMILIAR



**M**algrat de Mar s'incorpora a la marca Destinació de Turisme Familiar l'any 2007 amb un 25% de la seva oferta turística certificada.

### **a) Introducció**

La marca de Destinació de Turisme Familiar és un dels nous projectes de desenvolupament turístic de l'organisme de promoció Turisme de Catalunya, ens adscrit al Govern autònom de la Generalitat de Catalunya. És una nova marca, un segell de qualitat que reconeix municipis i zones turístiques catalanes com destinacions certificades, perquè ofereixen uns recursos i serveis de qualitat i especialitzats per rebre famílies. Això vol dir que disposa d'una oferta d'allotjament i restauració adaptada a les necessitats de les famílies, amb una gran varietat d'oci i entreteniment

### **b) Visites d'inspecció i renovació de certificacions**

Durant l'any 2011 s'han realitzat un total de 5 visites, amb les que s'han renovat certificacions ja realitzades en anys anteriors. Les visites de renovació, realitzades de la mà dels auditors de la marca de l'Agència Catalana de Turisme, han estat les següents:

09/05/11 – 19/07/11 – 3 i 4/08/11 – 08/09/11

Les empreses que han renovat les certificacions i que s'han adherit al programa DTF han estat:

- Càmping La Tordera
- Càmping Les Nacions
- Aquahotel Bellaplaya
- Hotel Luna Club i Luna Park
- Hotel Serhs Maripins
- Hotel Serhs Sorra Daurada
- Hotel Rosa Nàutica
- Hotel Tropic Park
- Restaurant La Torreta
- Restaurant Nolo
- Cafeteria Milan
- Restaurant Roma

### **c) Noves certificacions**

Complementant les renovacions s'han incorporat a aquest projecte els següents establiments:

- Bocateria L'Abadia
- Restaurant La Maduixa

### **d) Ludoteca a la platja**

Aquest servei, ubicat a la platja de l'Astillero, ofereix als turistes més menuts (de 4 a 12 anys) la possibilitat de realitzar cada dia de la setmana, durant els mesos de juliol i agost, activitats de lleure. Aquesta activitat és a més un dels requisits per a mantenir la Certificació de Destinació de Turisme Familiar. Enguany s'ha aconseguit trobar uns pressupostos molt més baixos, en comparació a l'any 2010.

Durant els mesos de juliol i agost de l'any 2011 l'han utilitzat un total de 3.343 nens. D'aquest total, 370 nens han utilitzat gratuïtament el servei amb sortides organitzades des de casals d'estiu del municipi, 100 a través dels tiquets repartits per l'Associació de Comerciants Malgrat Centre, i 2.257 a través dels braçalets repartits als allotjaments de Malgrat. Els 616 restants han gaudit del servei abonant abonant un tiquet a l'entrada del recinte.

### **e) Participació a la Comissió territorial**

La gerent de MALGRAT TURISME, SL és membre de la Comissió territorial de Turisme Familiar de la comarca del Maresme, juntament amb els representants dels establiments turístics del municipi com la Sra. Marta Vázquez Hotel Tropic Park) i Marc Monguilod (Càmping La Tordera).



# 6 OFICINA D'INFORMACIÓ I TURISME



L'atenció al client i la satisfacció amb la seva estada, són els principals arguments que tenim per fidelitzar i convertir un client en prescriptor. Una eina per a que pugui treure el màxim de la seva estada és proporcionar-li tota la informació que necessita.

Durant la temporada turística (Setmana Santa- finals del mes d'octubre), s'ha donat servei d'atenció i informació turística des de l'oficina ubicada a la Plaça de l'Àncora des d'on es van atendre a un total de 43.345 persones. Aquesta oficina va obtenir la renovació del distintiu SICTED, obtingut l'any 2010.

A principis de l'any 2011 es va inscriure l'oficina de Ca l'Arnau com a Oficina de Turisme dins la xarxa d'oficines de turisme de la Diputació de Barcelona. Paral·lelament es va tramitar la seva certificació de SICTED.

### **a) Antecedents**

L'oficina de turisme de la Plaça de l'Àncora ha experimentat durant la temporada 2011 un fort increment de visites enfront la temporada de l'any 2010 (més de 11.000 usuaris). Aquest increment ve motivat a l'augment d'hores de servei, gràcies a la incorporació de 3 persones mitjançant Plans d'ocupació. Enguany l'horari d'atenció al públic ha estat:

De dilluns a divendres, de 09:00h fins a les 20:00h

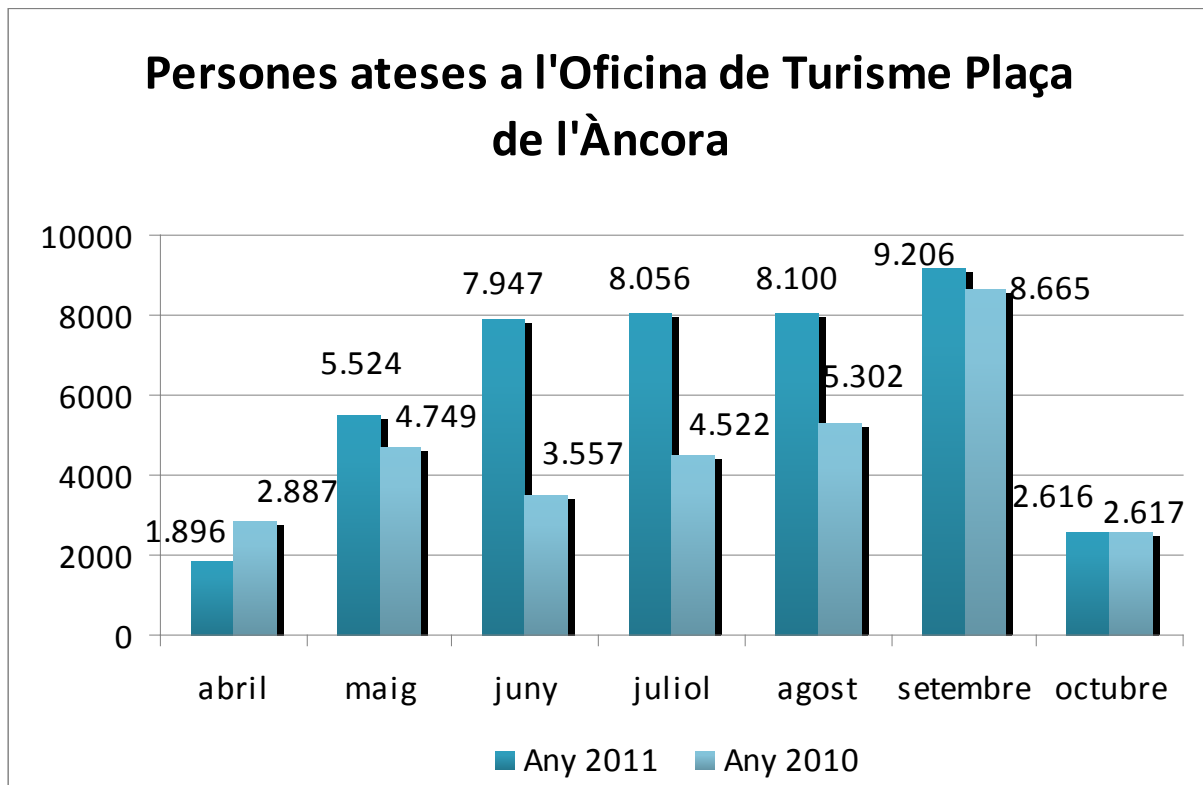
Dissabtes de 09:00h a 18:00h

Diumenges de 10:00h a 13:00h

Cal remarcar que part d'aquest increment ve motivat pels turistes allotjats a la població veïna de Santa Susanna, donat que els horaris d'atenció de la seva Oficina de Turisme és molt inferior a la del nostre municipi.

Tot i les mancances físiques que presenta l'actual Oficina de la plaça de l'Àncora, s'hi ha tramitat també un total de 303 denúncies en col·laboració amb la Policia Local i un total de 10 traduccions.

Amb el següent gràfic es pot apreciar la comparació de persones ateses a l'oficina durant les temporades 2010 i 2011.



La ubicació de l'oficina de la Plaça de l'Àncora és immillorable, donat que es troba entre el Passeig Marítim i el Carrer Sant Esteve, però presenta dificultats pel què fa al servei als visitants i turistes. Caldria replantejar la seva ubicació per poder oferir un millor servei, poder tenir un lloc ampli per a promocionar els esdeveniments i serveis del municipi, i la comercialització de productes i serveis turístics així com la venda d'una línia de productes propis i productes artesanals del municipi.

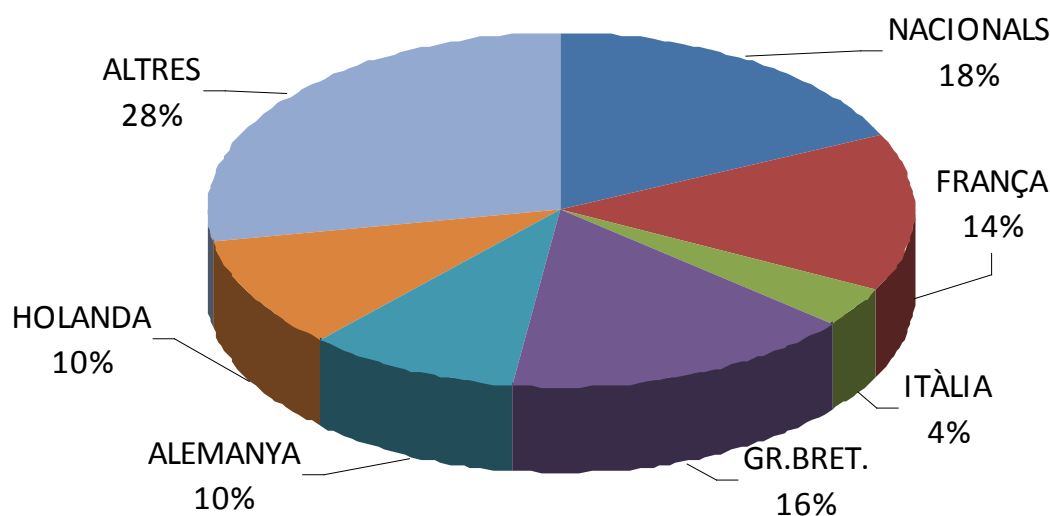
Pel què fa a l'oficina de Ca l'Arnau, s'ha procedit a senyalitzar aquest espai com a punt d'informació i, donada la proximitat de l'ascensor del Parc del Castell i la coincidència de la parada del bus turístic a la Plaça J. Anselm Clavé, s'ha apreciat un volum en procés de creixement de turistes i visitants en aquest espai.

#### **b) Persones ateses i tipus de consultes**

Fins ara s'ha dut un control presencial de les persones ateses i se'ls sol·licita la procedència del visitant/turista per poder estudiar després el seu perfil i poder enfocar les accions promocionals de Malgrat Turisme envers les comunitats autònomes i els mercats internacionals que visiten Malgrat de Mar, amb més eficiència.



## Procedència de les persones ateses a l'oficina de turisme Plaça de l'Àncora



L'apartat d'altres la formen principalment turistes i visitants procedents de Rússia i països de l'Est.

Les consultes habituals són de temàtica diversa i inclouen una gran varietat d'aspectes relacionats amb l'oferta turística de Malgrat de Mar i rodalies:

- Comerç, mercat setmanal, gastronomia i esdeveniments locals
- Ubicació dels establiments d'allotjament del municipi
- Informació de Barcelona ciutat i mitjans de comunicació (s'han repartit més de 5.000 còpies d'horaris de tren)
- Informació dels parcs aquàtics més propers
- Informació sobre les poblacions veïnes i les ciutats amb una oferta cultural important: Mataró, Girona, Figueres

### c) Productes a la venda

Malgrat Turisme ha posat a la venda des de l'Oficina de Turisme de la Plaça de l'Àncora diferents productes promocionals propis de Malgrat de Mar que inclou barrets, motxilles, revistes per a pintar i colors, però el poc espai disponible per exposar els productes ha ocasionat que la realitat de vendes hagi estat molt inferior a la previsió inicial.

#### **d) Formació**

Enguany s'ha elaborat un pla de formació intern adequat i vinculat a les necessitats de les infraestructures i certificacions de les dues oficines de Turisme:

- Jornada planificació Turística realitzada a l' Escola Administració Pública el 23 de febrer
- Sessió formativa de SICTED realitzat a l'Hotel Bernat de Calella el dia 28 de març
- Dinamització turística dels Fronts marítims realitzat a Vilanova i la Geltrú els dies 5 i 6 de maig
- Curs primers auxilis realitzat a la seu de l'empres Trekform el dia 31 d'agost

#### **e) Pràctiques realitzades a les Oficina de Turisme i Plans d'Ocupació**

L'objectiu d'acollir estudiants en pràctiques és crear sinèrgies entre estudiants i empresa a fi de donar a conèixer les condicions reals de treball, establir un vincle laboral i reforçar la tasca d'informació.

Durant l'any 2011 les oficines de turisme de Malgrat han estat el marc per a la realització de pràctiques acadèmiques, mitjançant convenis amb l'Institut Serrallarga i la Universitat de Brno (República Txeca). En total s'ha rebut un total de 2 estudiants que han desenvolupat les tasques d'informadores turístiques en pràctiques i de suport en la gestió d'activitats de promoció del municipi.

Durant 6 mesos s'ha comptat amb la incorporació de 3 persones provinents del Pla d'ocupació sol·licitat al departament d'Ocupació de la Generalitat de Catalunya. Aquesta incorporació ha permès ampliar l'horari de l'oficina de turisme durant els mesos de maig a setembre i tenir un reforç en les tasques organitzatives del festival Internacional de Música del mes d'octubre.



# 7 ORGANITZACIÓ DE FESTIVALS



**A**mb l'objectiu de promocionar el municipi de Malgrat de Mar mitjançant els esdeveniments amb projecció internacional que se celebren a la població, **MALGRAT TURISME, SL** ha apostat per a la consolidació i promoció del Festival Internacional Coral i el Festival Internacional de Bandes de Música.

### **a) Festival Internacional Coral FIC**

Després de valorar el grau de participació en l'edició 2010, i després de mantenir reunions amb membres del jurat del Festival Coral i la Federació Catalana d'Entitats Corals, es va proposar al sector hotelier el canvi de dates del Festival Coral. Enlloc de celebrar-se la primera setmana d'octubre passaria a la setmana després de Setmana Santa.

Amb menys temps de promoció es va incrementar el nombre de grups participants. En total s'ha comptat amb la participació de 6 grups corals enfront als 4 grups de l'edició de l'any 2010.

Cal fer esment a què des de MALGRAT TURISME, SL s'ha aconseguit l'aportació de material a cost 0, com són les aigües pels participants, subministrades per Viladrau, els trofeus de participació, oferts per Banc de Sabadell, l'allotjament dels membres del jurat, ofert per l'Hotel Sorra D'Or Beach Club i el subministrament de cava com a obsequi pels participants per part de l'empresa Montferrant

#### **1. Tasques dutes a terme**

- Mailing realitzat a més de a més de 200 federacions europees, espanyoles i catalanes de grups corals
- Control de les inscripcions i de les reserves dels grups participants
- Creació i disseny i maquetació del material promocional del festival: Cartells, programes de ma, flyers
- Realització de l'horari definitiu dels concerts i competició
- Control dels serveis necessaris per a dur a terme el festival
- Planificació de les accions de suport tècnic per a dur a terme el festival
- Promoció del festival en mitjans de comunicació local i provincial
- Punts d'informació del festival a través de l'OIT de la Plaça de l'Àncora i Ca l'Arnau
- Control de les necessitats d'assaig dels grups corals participants
- Recepció i reunions tècniques amb els membres del jurat
- Seguiment del festival

## 2. Resultats

- Increment de grups participants enfront l'edició de l'any 2010, amb un total de 180 cantaires, fet que va suposar un total de 356 pernотacions directes.
- Increment en la qualitat dels grups participants
- Més de 1.200 espectadors en els dies de concert i competició
- Important impacte econòmic pel municipi, especialment pel sector comercial i de restauració

### b) Festival Internacional de Bandes de Música i Majorettes (FIBM)

En l'edició de l'any 2011 es va comptar amb la participació de 7 bandes de concert (any 2010: 3), 5 grups de Marching Show Bands (igual que l'any 2010) i 5 grups de Majorettes (any 2010: 6).

Cal fer esment a què des de **MALGRAT TURISME, SL** s'ha aconseguit l'aportació de material a cost 0, com són els trofeus de participació, oferts per Banc de Sabadell, detalls de xocolata per als representants dels grups participants, oferts per l'empresa Alemany, un descompte en l'adquisició de les aigües pels participants, subministrades per Viladrau, i el subministrament de cava com a obsequi pels participants per part de l'empresa Montferrant

Dins les accions incloses al FIBM cal destacar la sortida realitzada al Festival Internacional Rastede durant el mes de juliol i el material editat de venda de festivals. El resultat d'aquesta sortida va ser immediat amb la participació en l'edició del FIBM d'un grup de Polònia i un de Sicília ( grups nombrosos i de llarga estada) i el compromís de participació d'un grup polonès per a l'edició 2012.

Durant la celebració del FIBM es van mantenir converses amb membres de la NBTA España per a la possibilitat de tenir un campionat nacional de Twirling l'any 2012 (finals del mes de juny) i s'estan mantenint converses amb federacions poloneses i sicilianes en cerca de nous grups , tant de corals com de bandes de música.

### 1. Tasques dutes a terme

- Mailing realitzat a més de 275 federacions europees, 50 espanyoles i 25 catalanes de bandes de música de les dues tipologies
- Control de les inscripcions i de les reserves dels grups participants
- Creació i disseny i maquetació del material promocional del festival: Cartells, programes de mà, flyers

- Contacte amb es centres educatius del municipi per a la planificació dels concerts a les escoles
- Realització de l'horari definitiu dels concerts i competició
- Control dels serveis necessaris per a dur a terme el festival
- Lloguer del material i serveis per a dur a terme el festival
- Reserva del Pavelló Germans Margall i Camp Municipal d'Esports per a la realització de les sessions d'assaig i competició
- Planificació de les accions de suport tècnic per a dur a terme el festival
- Promoció del festival en mitjans de comunicació local i provincial
- Punts d'informació del festival a través de l'OIT de la Plaça de l'Àncora i Ca l'Arnau
- Control de les necessitats dels grups participants
- Recepció i reunions tècniques amb els membres del jurat
- Seguiment del festival

## 2. Resultats

- Increment de grups participants enfront l'edició de l'any 2010, amb un total de 854 participants, fet que va suposar un total de 1900 pernотacions directes i 2177 pernотacions mitjançant agències de viatges receptives.
- Increment en la qualitat dels grups participants
- Increment de quantitat de grups en la categoria de Bandes concerts.
- Més de 5.000 espectadors en els dies de concert i competició
- Important impacte econòmic pel municipi, especialment pel sector comercial i de restauració
- Contactes realitzats amb representants de federacions de bandes de música de Polònia i Sicília.

# 8. ESTUDIS





**E**ls estudis estadístics permeten conèixer millor el consumidor, les seves preferències els seus hàbits de consum, satisfacció amb el producte, etc. Aquests estudis són fonamentals per poder millorar certs aspectes del producte a la vegada que permet afinar el marketing i la promoció de la destinació a un target més definit amb arguments més eficients.

### **Estudi de platges**

Malgrat de Mar, centra la seva oferta com a destinació de platja. Durant l'any 2010 l'Oficina de Tècnica de Turisme va convocar a diferents municipis de la Costa de Barcelona per endegar un estudi de les platges de la província. Finalment l'estudi el va realitzar l'empresa DPT 21 durant la temporada d'estiu 2011 sota la supervisió de l'Oficina Tècnica de Turisme de la Diputació de Barcelona. Aquest estudi pretén treballar la Millora Integral de les platges del municipi seguint la metodologia ja realitzada en altres municipis turístics de costa com Calella, Castelldefels, Sitges o Mataró amb l'objectiu de valorar l'impacte econòmic de l'activitat turística a les platges.

Durant l'estiu 2011, a banda de recopilar i estudiar a fons tota la documentació tècnica referent a platges, permisos i concessions i realitzar visites sobre el terreny, també es van realitzar un total de 405 enquestes. El 85% dels enquestats eren persones allotjades a establiments del municipi i el 15% van ser excursionistes. Aquestes enquestes van ser realitzades per els tres persones contractades mitjançant Pla d'Ocupació i per una de les estudiants en pràctiques.

Les propostes de millora de platges seran exposades al llarg de l'any 2012.

### **Estudi de demanda en Destinació Costa de Barcelona**

Estudi realitzat a càrrec del Laboratori de Turisme de l'Oficina Tècnica de Turisme de la Diputació de Barcelona en les següents poblacions:

- Vilanova i la Geltrú
- Sitges
- Castelldefels
- Malgrat de Mar
- Santa Susanna
- Calella
- Pineda de Mar
- Mataró

## L'objectiu

En el cas el nostre municipi es van realitzar un seguit d'enquestes durant el mes d'agost de 2011. Aquests qüestionaris es van realitzar tant a la via pública com dins dels establiments d'allotjament privats.

Els llocs escollits per a la realització d'aquestes enquestes a la via pública van ser tres punts de referència del Passeig Marítim:

Cantonada Av. Colom  
Cantonada Av. Països Catalans  
Cantonada Av. Bon Pastor

Els resultats van ser presentats el passat 8 de març de 2012. Aquest és l'extracte que fa referència a l'impacte econòmic a la població de Malgrat de Mar, de la memòria de l'esmentat estudi:

***“Una recent enquesta del Servei d’Avaluació i Qualitat de l’Oficina Tècnica de Turisme de la Diputació de Barcelona comptabilitzava, durant el mes d’agost de 2011, que la meitat dels turistes s’allotjaven en hotels, i quasi un 20% en càmpings. A l’agost, un 50% són nacionals, majoritàriament catalans residents a Barcelona i la seva província.***

***Els turistes estrangers són sobretot holandesos i francesos. Un 60% dels turistes s’ha desplaçat amb el seu cotxe i l’estada mitjana ha estat de 13 nits els nacionals i 10 els estrangers. Els turistes valoren amb una positiva puntuació, de 7,7, la seva estada a Malgrat de Mar. El que més els hi agrada, amb diferència, és la platja.***

***Reptes de Futur. Dins les dinàmiques actuals dels factors turístics complementaris s’han introduït noves variables, una de les quals és el medi ambient, com a valor afegit local. Dins aquest nou model, Malgrat de Mar compta amb un potencial territorial important per a complementar la seva oferta hotelera i qualificar-la de forma diferenciada respecte la resta d’oferta de la comarca.***

***La gestió ambiental del litoral i la preservació dels seus paisatges característics són els elements principals per a la valorització del futur turístic del municipi, entre els quals es troben el manteniment del Pla de Grau com a element paisatgístic de major entitat i la recuperació de l’espai de la desembocadura de la Tordera.”***



# 9 COL·LABORACIONS AMB ALTRES ESDEVENIMENTS



La col·laboració amb activitats i entitats alienes al món turístic del municipi i de fora, poden representar una oportunitat per a atraure nous visitants, és per això que MALGRAT TURISME, SL ha participat estretament en els següents esdeveniments:

- **23 d'abril:** Col·laboració amb l'Associació Comerciants Malgrat Centre en la trencada de les mones gegants realitzades per la Pastisseria Vives i tallers de mones per a la mainada.
- **3 de juliol:** Col·laboració amb la Penya Avi Xaxu per la trobada de penyes del Barça de la comarca del Maresme
- **30 d'agost:** Reunió conjunta amb la Regidoria d'Esports i els clubs esportius de Malgrat per plantejar als clubs la possibilitat d'organitzar tornejos esportius amb la col·laboració de Malgrat de Turisme, pel què fa a la reserva d'allotjament dels clubs participants de fora.
- **De l'1 al 5 de setembre:** Visita a Seynod per a treballar en la promoció de Malgrat de Mar en un local de propietat municipal de l'Ajuntament de Seynod durant el mes de juny de 2012.
- **17 de setembre:** Celebració del primer Campionat de Korfball en col·laboració amb la Federació Catalana de Korfball
- **2 d'octubre:** Obertura de la 19a. Setmana Cultural de l'Esperanto a Malgrat de Mar , amb la participació de més 130 persones.

# 10. CERTIFICACIÓ DE QUALITAT SICTED



**E**l SICTED és un sistema promogut per la Secretaria General de Turisme, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, que té la seva implantació a la província de Barcelona de forma coordinada entre la Diputació de Barcelona, la Cambra de Comerç de Barcelona i els consorcis de turisme.

L'objectiu estratègic d'aquesta certificació és impulsar la qualitat en les destinacions turístiques, harmonitzar els nivells sectorials, afavorint les actuacions integrals en les destinacions a llarg termini i reforçar el teixit empresarial.

Operativament vol aconseguir una consciència global de destinació turística, coordinar els diferents agents de l'activitat turística i dissenyar productes ajustats a les noves tendències de la demanda.

Els beneficis d'aquesta certificació són:

- Impuls a la gestió de la qualitat
- Millor coneixença del client
- Disposició d'un manual de bones pràctiques
- Augment de la percepció de fiabilitat del servei per part del client
- Disposició d'un sistema de reconeixement

Per a l'obtenció d'aquesta certificació s'ha passat una auditoria on s'ha comprovat el compliment de tots els requisits del manual de bones pràctiques, que en el cas de l'Oficina de Turisme se centra en els següents apartats:

- Personal
- Recursos material i proveïdors
- Organització
- Instal·lació i equipaments
- Comercialització
- Satisfacció del client
- Gestió mediambiental
- Bones pràctiques "excel·lents"

### **Renovació i certificació**

L'Oficina de Turisme de la Plaça de l'Àncora va renovar la seva certificació després de les visites realitzades a finals del mes de març i a principis del mes de juliol.

L'Oficina de Ca l'Arnau va rebre la visita d'inspecció a mitjans del mes de juliol i a finals del mes d'octubre va superar l'auditoria.

### **Sessions de formació**

Per poder tenir les certificacions de les dues oficines, la gerent de Malgrat Turisme va assistir durant l'any 2011 a diferents jornades de formació SICTED celebrades a diferents llocs e la comarca del Maresme.

### **Taula de qualitat**

La gerent de **MALGRAT TURISME, SL** forma part de la Taula de qualitat de la comarca del Maresme. En aquestes trobades (dues a l'any) s'analitzen els resultats de les auditories i revisions de certificacions a la comarca, abans de passar informe a la Diputació de Barcelona.

### **Viatges de qualitat**

A finals de la temporada d'estiu 2011 es va iniciar una nova iniciativa de promoció de la marca SICTED, sota el nom TURISTES DE QUALITAT. La Laura Sala i l'Alba Danès van visitar més de cent empreses o serveis SICTED de la província de Barcelona. L'acció es va englobar dins la campanya per la promoció del distintiu SICTED, acció promoguda per la Diputació de Barcelona i la Cambra de Comerç de Barcelona.

Malgrat de Mar va rebre la seva visita el dia 5 de novembre i van visitar, malgrat el mal temps, l'oficina de Ca l'Arnau, el centre de la població, el Parc del Castell i el Parc Francesc Macià.



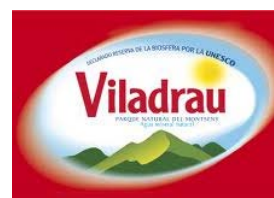


# 11 CONVENIS I ACORDS DE COL·LABORACIÓ



La col·laboració amb el sector privat no s'entén solament en concepte d'aportació econòmica sinó que des de **MALGRAT TURISME, SL** s'ha aconseguit altres aportacions que han facilitat l'obtenció de material i recursos humans, que han permès disminuir la despesa de l'entitat.

- **Banc de Sabadell:** aportació de trofeus de participació pels Festivals Coral i de Bandes de Música i Majorettes.
- **Boehringer ingelheim:** donació de 150€
- **Aigües Viladrau:** aportació de les ampolles d'aigua necessàries pels grups del FIC.
- **Sorra d'Or:** allotjament jurat FIC
- **Water World:** Reedició fulletons Parc del Castell, Parc Francesc Macià, Calendari d'activitats mesos juny a setembre.
- **Caves Montferrant:** regal de cava per a obsequiar els grups corals guanyadors així com pels concerts inaugurals del FIBM.
- **Illa Fantasia:** Braçalets de seguretat Turisme familiar, tríptic de consells de seguretat.
- Convenis amb l'**Institut Educació Secundària Serrallarga** de Blanes i amb l'**Universitat de Brno** (República Txeca) per les dues estudiants de pràctiques.
- **Alemanya:** aportació de xocolata per obsequiar els grups participants al Festival de Bandes de Música (FIBM)
- **Sr. Josep Camps i Camps:** donació de 400€ pel Festival de Majorettes del FIBM.



# 12. INGRESSOS I DESPESES



L'empresa MALGRAT TURISME, SL es financia mitjançant subvenció de l'Ajuntament de Malgrat de Mar, en la seva major part. Rep també subvenció de la Diputació de Barcelona, i una aportació del sector privat en concepte de promoció del municipi.

La previsió de finançament era de 306.875€ en concepte de subvencions dels ens públics, 56.455€ per prestació de serveis al sector privat i 24.300€ en concepte d'altres ingressos.

Un cop realitzat el tancament de les comptes generals de l'any 2011 els resultats han estat els següents:

<b>INGRESSOS</b>	<b>PREVISIÓ</b>	<b>ESTAT A 31/12/11</b>
Subvenció Ajuntament	303.875,00 €	221.264,77 €
Subvenció Diputació Barcelona	3.000,00 €	7.000,00 €
Ingressos activitat	80.755,00 €	61.158,52 €
Aportacions FIC-FIBM		550,00 €
Ingressos financers		15,67 €
<b>TOTAL INGRESSOS</b>	<b>387.630,00€</b>	<b>289.988,96 €</b>

<b>DESPESES</b>	<b>PREVISIÓ</b>	<b>ESTAT A 31/12/11</b>
Despeses personal	100.500,00 €	101.145,91 €
Serveis externs	258.630,00 €	156.295,03 €
Càrregues socials	28.500,00 €	32.508,02 €
Altres tributs		40,00 €
<b>TOTAL DESPESES</b>	<b>387.630,00 €</b>	<b>289.988,96 €</b>

Tal i com es desprèn de les xifres de les taules anteriors, la despesa realitzada durant l'exercici 2011 ha estat inferior a la previsió en **97.641,04 €**. Però que la despesa hagi estat inferior no equival a realitzar o executar menys accions.

Una acció que finalment no es va dur a terme respecte l'any 2010 va ser el Festival Floral. Aquesta decisió va ser presa amb el coneixement de l'Associació d'Hotels de Malgrat de Mar i l'Associació de Comerciants Malgrat Centre, entenent que la despesa ocasionada prevista era molt elevada i no es corresponia amb la repercussió de dinamització que en un principi es buscava.

Degut a la flexibilitat de gestió que aporta la figura d'una societat mercantil, s'han pogut aconseguir millors preus per a despeses que anys anteriors, des de l'Ajuntament, no era possible. S'han pogut realitzar més accions de promoció de les que en un principi estaven previstes així com donar suport a activitats no relacionades directament amb el turisme o el comerç:

A part de les sortides de Berlín Fira ITB, i Donostia Fira SEVATUR, es van realitzar accions de promoció a Rastede (Alemanya), Montpel·lier (França).

S'ha reeditat la guia de Malgrat de Mar i s'ha ampliat fins a 9 idiomes diferents, (3 idiomes més que els previstos inicialment).

S'ha treballat molt estretament amb el Mercat Municipal, aconseguint que les 9 parades existents estiguin associades i que es pugui presentar una campanya anual potent.

Pel què fa al comerç, de les accions previstes cal remarcar la realització de l'spot publicitari, els tallers de Nadal i el concurs d'aparadors, no pressupostats inicialment.

Aquest nou model gestió com a SL ha permès aconseguir millors preus ja que els tractes amb els proveïdors es realitza d'una manera més directa. El fet de disposar de sistemes de pagament amb tarja electrònica ha permès també aprofitar ofertes on line a l'hora d'adquirir béns i bitllets de transport més econòmics.



# 13. REPERCUSSIÓ ECONÒMICA LOCAL





**S**egons dades extretes d'IDESCAT, els establiments hotelers de Catalunya durant l'any 2011 van registrar un nou rècord turístic de 48.029.385 pernoctacions, un 5,9% més que el 2010, segons les darreres dades fetes públiques pel l'Institut d'Estadística espanyol (INE). Gairebé la meitat d'aquestes pernoctacions es van concentrar entre els mesos de juny i setembre. En total, l'any passat van visitar Catalunya més de 16,5 milions de turistes, això és un 5% més que el 2010, gràcies a un increment dels turistes estrangers. El 2011 en van venir gairebé 10 milions, un 10,6% més respecte el 2010. Els turistes espanyols, en canvi, van caure un 2,5% anual.

L'augment en pernoctacions suposa en xifres absolutes 2,7 milions més de pernoctacions respecte el 2010 i una taxa de creixement 2,6 punts inferior a la registrada l'any 2010. Aleshores, el sector va registrar 45,3 milions de pernoctacions, xifra que suposava un augment del 7,6% respecte el 2009 i deixar enrere dos anys de tendència negativa

El turisme d'estrangers va suposar el 2011 el 68% del total de les pernoctacions registrades pels establiments hotelers i el 60% del total de viatgers que van visitar Catalunya. En tots dos casos, les xifres van augmentar un 10,6% respecte el 2010. L'any passat van visitar Catalunya prop de 10 milions de turistes estrangers, concretament 9.968.895 persones, que van contractar més de 15,1 milions de nits d'hotel.

Per contra, les pernoctacions dels turistes espanyols, que van representar el 32% del total, van descendir el 2011 un 2,9% anual, això són unes 452.000 pernoctacions menys que el 2010. I és que Catalunya va perdre l'any passat uns 165.000 turistes espanyols. Van visitar el territori una mica més de 6,5 milions de viatgers procedents de la resta de l'Estat, això és un 2,5% menys que el 2010.

La majoria de les pernoctacions registrades pel sector hotelier es va produir durant els mesos d'estiu i fins el setembre. Només el mes de juny, Catalunya va registrar un rècord superant els 5,6 milions de pernoctacions; el juliol es van superar els 7 milions, mentre que a l'agost i al setembre es van registrar més de 7,9 i 5,7 milions més de pernoctacions, respectivament.

El 2011 van augmentar el volum de turistes i també la seva estada. Cada turista, de mitjana, es va estar 2,91 dies en els establiments hotelers, quan l'any passat la mitjana se situava en 2,88 dies. Pel que fa al grau d'ocupació, aquesta va superar el 60% en cap de setmana - en concret, del 60,94%- això és un 1,7 punts per sobre respecte el 2010

El tant per cent d'ocupació va augmentar lleugerament els mesos de juliol agost i setembre respecte de l'any passat (tenint un 81.46%, 83.53% i un 69.01% respectivament en aquests mesos), l'estada mitjana dels turistes s'ha vist lleugerament disminuïda.

Pel que fa als càmpings, es van registrar 169,6 milers de persones als càmpings de Catalunya al quart trimestre del 2011, un 2,3% més que un any enrere. Aquests viatgers han generat 566,6 milers de pernoctacions, xifra que suposa un decrement interanual del 2,9%. Segons l'origen dels viatgers, el turisme domèstic presenta un increment interanual del 3,5%, mentre que l'estranger es redueix un 3,5%. Pel que fa a les pernoctacions, en canvi, tant el turisme domèstic com l'estranger disminueixen respecte al quart trimestre del 2010 (-2,4% i -3,7%, respectivament). A Espanya, el nombre de viatgers augmenta un 1,5% i el de pernoctacions baixa un 1,7%.

Per marques turístiques, Pirineus, Costa Daurada i Costa de Barcelona-Maresme apleguen en conjunt el 70,2% dels viatgers. Les tres marques registren increments: Pirineus, amb un 37,9% del total, creix un 3,2%; Costa Daurada, amb un 18,2% del total, ho fa un 5,3%, i Costa de Barcelona-Maresme (14% del total), un 41,2%. També creix Catalunya Central (13,3%). En canvi, Costa Brava, Costa de Garraf i Terres de l'Ebre baixen respecte a un any enrere (-5,7%, -39,8% i -9,3%).

Pel que fa a les pernoctacions, destaca l'increment del 8,1% registrat per Pirineus, marca que aplega el major nombre de pernoctacions. La següent marca en nombre de pernoctacions és Costa Daurada, que registra un descens de l'1,4% interanual. Costa Brava i Costa de Barcelona-Maresme mostren increments del 0,7% i del 2,8%, respectivament. En canvi, redueixen el nombre de pernoctacions Costa de Garraf (-21,7%), Catalunya Central (-10,9%) i Terres de l'Ebre (-9,7%).

Pel que fa a les categories dels càmpings, només creix el nombre de viatgers en els de segona (12,9%). En canvi, decreix el nombre de viatgers en els càmpings de luxe i primera (-10,7%) i en els de tercera (-0,4%). En el cas de les pernoctacions, només augmenten en els càmpings de tercera categoria (4,4%).

El grau d'ocupació per parcel·les en els càmpings de Catalunya ha estat del 37,5%, tres punts i set dècimes per sobre del valor registrat un any enrere (33,8%). Catalunya Central (55,7%), Costa de Barcelona-Maresme (54,3%) i Pirineus (47,7%) tenen graus d'ocupació per damunt de la mitjana.

En el conjunt de l'any 2011, el nombre de viatgers registrats als càmpings de Catalunya decreix un 0,4%, mentre que les pernoctacions augmenten un 4,3% respecte al 2010. A Espanya van pujar tant els viatgers (0,8%) com les pernoctacions (1,8%).

## Repercussió econòmica del turisme a Malgrat de Mar

Segons dades extretes del Departament d'Empresa i Ocupació en el seu informe del gener 2012, l'any 2011 Catalunya va ser la primera destinació estatal en despesa total estrangera acumulada. Va rebre 11.273 milions d'euros (21,4% del total de l'Estat), amb un creixement interanual del 7,4%.

El turisme europeu va generar el 75,7% de la despesa total estrangera de Catalunya. En general els principals mercats emissors europeus (França, Itàlia, Regne Unit, Bèlgica i Alemanya) van registrar una pèrdua de quota conjunta. Mentre que els Països Baixos va incrementar lleugerament el seu pes sobre el total, respecte l'any 2010.

La despesa mitjana diària va ascendir a 112€. Amb aquestes dades i tenint en compte només la xifra de persones ateses a l'Oficina de Turisme de la Plaça de l'Àncora de Malgrat de Mar, podem dir que la repercussió econòmica al municipi està per sobre dels 4.854.640€.

Però tenint en compte que Malgrat de Mar té una capacitat d'allotjament de 14.863 persones en establiments turístics oficials, és a dir, sense tenir en compte les 2es. residències i els apartaments no turístics, la xifra resultant per una ocupació mitjana del 82% (dades IDESCAT) en el mes de juliol i agost i del 67% (dades IDESCAT) durant els mesos maig, juny, setembre i octubre, ha suposat una repercussió econòmica al municipi de **118.223.869 €** en el total de la temporada.

Cal ressaltar que l'organització per part de **MALGRAT TURISME, SL** dels Festivals de Música, tal i com ja s'ha detallat en l'apartat 7 de la memòria, va suposar un total de 4.433 pernотacions en establiments hotelers de Malgrat de Mar que suposa una repercussió econòmica en el municipi de **496.500 €**.

**MALGRAT TURISME, SL** segueix apostant fort per l'organització d'esdeveniments com aquests, que aporten al municipi una molt bona possibilitat de promoció de Malgrat de Mar per a captar nous turistes i visitants i que generen un volum de negoci directe i indirecte molt important a la nostra població.

