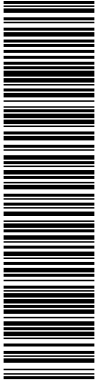


DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: PPT secretaria tècnica producte cultura	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: VR57V-33S9K-JKRY0 Data d'emissió: 28 de Maig de 2025 a les 13:07:21 Pàgina 1 de 5	SIGNATURES 1.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 15/04/2025 10:05	ESTAT SIGNAT 15/04/2025 10:05



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 551279 VR57V-33S9K-JKRY0 BB5D24CF106374C57C9BC318DB61689C377D884C) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://seu.diputadollleida.cat/portal/verificarDocuments.do?ent_id=6



Diputació de Lleida
Patronat de Turisme

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNiques QUE HA DE REGIR LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE GESTIÓ I ASSESSORAMENT TÈCNIC PER AL DESENVOLUPAMENT DEL PRODUCTE CULTURA DEL PATRONAT DE TURISME DE LA DIPUTACIÓ DE LLEIDA

1. DEFINICIÓ DE LA FINALITAT I OBJECTE DEL CONTRACTE

Objecte i abast

L'objecte de la present licitació consisteix en la prestació dels serveis assessorament, assistència i **suport tècnic en l'execució de les accions del producte cultura** del Pirineu i les Terres de Lleida per la implementació de les accions i tasques necessàries seguint les indicacions i els extrems contingut en els Plec de Prescripcions Tècniques i les indicacions del Patronat de Turisme, per tal de donar un servei de consultoria especialitzat que permeti la correcta planificació, gestió i execució d'accions del producte CULTURA.

Abast de l'objecte del contracte:

Les tasques objecte de contracte abastaran totes aquelles funcions orientades a assistir i assessorar al responsable del projecte en la gestió tècnica i executiva i el desenvolupament de les accions d'acord amb les expectatives en qualitat, abast i terminis.

En aquest sentit i en concret, l'abast del contracte i les tasques mínimes a ser efectuades per part de l'adjudicatari s'identifiquen a continuació:

- **Gestió de la línia de producte**
- **Continguts i suports de comunicació en referència al producte**
- **Suport en les accions de promoció i l'execució del Pla d'Actuacions i Objectius (d'ara endavant, PAO) i definició del mateix**

2. TASQUES CONCRETES A SER DESENVOLUPADES PER L'ADJUDICATARI

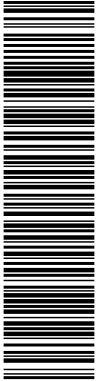
Es passa a desglossar les accions pròpies de cada tasca identificada en el punt anterior.

a) Gestió de la línia de producte

Quedaran englobades en aquest àmbit d'accions, les següents tasques per tal de donar resposta a la gestió de la línia de Producte CULTURA:

- Suport i assessorament tècnic continuat al Patronat de Turisme mitjançant reunions i comunicacions. Les reunions es portaran a terme habitualment de forma telemàtica i presencialment, de manera puntual, allà on s'indiqui. L'empresa contractista haurà d'estar present de forma presencial o online per dur a terme les prestacions objecte del contracte sempre que el Patronat ho requereixi amb un preavis mínim de 48h.
- Organització i dinamització de reunions, jornades, grups i taules, i redacció dels informes o actes posteriors, on constin els principals acords presos i les properes passes.
- Gestió i suport en l'execució de les accions i projectes que figuren en el PAO, el qual serà definit durant el transcurs de l'any anterior a la seva execució.
- Elaboració d'una memòria anual de les accions realitzades.
- L'adjudicatari haurà de donar suport a accions on i off-line orientades a la promoció del producte cultura que quedin englobades en les tasques pròpies de gestió de línia de producte.

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: PPT secretaria tècnica producte cultura	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: VR57V-33S9K-JKRY0 Data d'emissió: 28 de Maig de 2025 a les 13:07:21 Pàgina 2 de 5	SIGNATURES 1.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 15/04/2025 10:05	ESTAT SIGNAT 15/04/2025 10:05



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 551279 VR57V-33S9K-JKRY0 8B5D24CF106374C57C9BC318D861689C377D884C) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://seu.diputadelleida.cat/portal/verificarDocuments.do?ent_id=6



Diputació de Lleida

Patronat de Turisme

El Patronat de Turisme efectua accions conjuntes amb l'Agència Catalana de Turisme (l'ACT), el Centre de Promoció Turística de Catalunya a l'estranger (CPT) i amb l'Oficina Espanyola de Turisme (OET), pel que les tasques a ser desenvolupades per l'adjudicatari també abastaran l'assistència en català, castellà, anglès o francès en accions requerides i identificades com a transversals en la promoció cultural en col·laboració amb aquestes entitats, les quals queden referenciades dins del PAO del Patronat- apartats de: *Projectes estructurals i Promoció i màrqueting*.

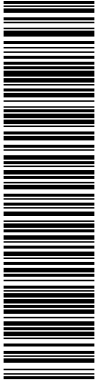
Queda englobat dins aquest apartat, el suport i assessorament en totes aquelles accions que es duguin a terme de forma coordinada amb aquestes entitats per la consecució d'objectius comuns.

Cal destacar que un apartat rellevant en la **gestió de la línia de producte** esdevé la determinació i creació de l'**Estratègia i estructuració de producte**, comportant i havent d'executar, en aquest àmbit, les següents accions:

- Estructuració i definició d'un pla de producte cultura per a la promoció com a producte vinculat al territori. La finalitat és poder comptar amb un full de ruta a seguir a mig i llarg termini que ens marqui l'estratègia a seguir en la promoció del turisme cultural en els propers anys (l'àmbit temporal al què es refereix aquest apartat vindrà determinat en consens amb el Patronat i l'adjudicatari).
- Realització d'un briefing per a la redacció d'un relat global (storytelling) que identifiqui la proposta de valor de l'oferta cultural del Pirineu i les Terres de Lleida, ressaltant aquells trets que ens identifiquen i poden posicionar-nos al segment i mercat desitjat. El relat ha de tenir en compte les **13 comarques**, i **caldrà coordinar la redacció de textos del relat**. En tot cas, s'haurà d'assegurar:
 - o La redacció del briefing per la producció d'un vídeo promocional de destinació en producte cultura.
 - o La redacció de briefing per adquisició de nou material visual (vídeo) i fotogràfic que pugui satisfer les necessitats del punt anterior i doni resposta a la necessitat.
- Redacció del catàleg actualitzat promocional del producte CULTURA .
- Accions d'Intel·ligència de mercat. Les tasques abastaran el seguiment i la identificació de noves necessitats i nous perfils ja sigui per part de l'oferta com de la demanda, tenint en compte també el visitant com a part important dins de l'ecosistema turístic.
- Identificació d'oferta relacionada amb el producte, que sigui atractiva per als segments i mercats prioritaris i creació d'un repositori d'experiències culturals interessants, que s'adaptin a les necessitats detectades per l'oferta i per la demanda. S'hauran de definir els criteris, si s'escau, prèviament, a endegar la tasca.
- Creació d'un mapa de producte amb els principals highlights del producte. Un cop identificats els mateixos caldrà elaborar una fitxa d'identificació de cada un d'ells.

Els objectius i estratègies es basaran en tot moment amb el Pla de màrqueting de Turisme 2025-2028 del Patronat de turisme.

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: PPT secretaria tècnica producte cultura	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: VR57V-33S9K-JKRY0 Data d'emissió: 28 de Maig de 2025 a les 13:07:21 Pàgina 3 de 5	SIGNATURES 1.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 15/04/2025 10:05	ESTAT SIGNAT 15/04/2025 10:05



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 551279 VR57V-33S9K-JKRY0 BB5D24CF106374C57C9BC318D61689C377D884C) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://seu.diputadollleida.cat/portal/verificarDocuments.do?ent_id=6



Diputació de Lleida

Patronat de Turisme

2- Continguts i suports a la comunicació:

Caldrà que l'empresa adjudicatària efectui les tasques pròpies vinculades amb el Producte en el marc de la comunicació i difusió de dades i informació. Les accions requerides abastaran les següents:

- Tasques d'actualització de bases de dades (BBDD): Tals com: CRM (Customer Relationship Management), el directori web, així com les bases de dades específiques d'interès.
- Identificació d'empreses, operadors, agències receptives, associacions, entitats, i la corresponent creació de bases de dades amb aquesta informació recopilada.
- Redacció d'informació relacionada amb el producte per la producció dels butlletins informatius interns en els quals s'indiquin les novetats, aquelles accions implementades, i esdeveniments futurs entre altres. Així com redacció d'informació relacionada amb el producte per redacció de butlletins adreçats al sector o altres.

La redacció d'aquesta informació i la transmissió de la mateixa es durà a terme entre 4 a 6 cops per any. La informació recopilada del producte haurà de ser també orientada per la redacció de la Memòria anual del Patronat.

- Identificació de blocs, webs, fòrums i altres plataformes de promoció digital sobre la temàtica.
- Tasques orientades a dotar de contingut a les xarxes socials del Patronat per tal que puguin redactar els elements textuais que siguin adients al producte, així com també generar continguts adaptats i preparats per bolcar a l'entorn web (landing page de cultura d'Ara Lleida).
- Assessorament i suport en la creació, revisió i actualització de continguts generals i específics on i offline relacionats amb la línia de producte que es generin d'accions o publicacions i per a la promoció en diferents suports i amb diverses finalitats com presentacions de producte o publicacions.

3- Suport en l'execució del Pla d'Accions Operatiu:

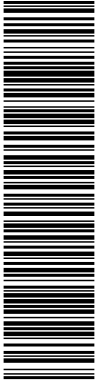
Quedarà cobert per l'empresa licitadora les tasques de:

- Suport tècnic en la definició i l'execució del PAO aportant propostes de millora alhora de definir i dur a terme les accions, de forma consensuada i conjunta amb els agents implicats, tenint en compte per l'annualitat 2026 la designació de l'any de la Cultura a Catalunya, havent de reflectir per tant, accions específiques de caràcter transversals en aquest sentit.
- Avaluació de cadascuna de les accions del PAO a través del model que especifiqui el Patronat en cada cas (forms, word, etc), així com suport en el seguiment del retorn de les accions. L'informe d'avaluació de cada acció també ha d'incloure propostes de millora, una BBDD dels contactes efectuats i fotografies de l'acció.
- Identificació i proposta de noves oportunitats de promoció prioritzant accions en format digital: esdeveniments, fires, plataformes, mitjans, etc.

3. EQUIP TÈCNIC REQUERIT

Tenint en compte els perfils requerits i identificats en la memòria justificativa, els quals es preveu que hauran de disposar d'una determinada formació professional i coneixements específics, l'empresa adjudicatària haurà d'adscriure els perfils addicionals que consideri per tal de donar resposta a la necessitat i tasques identificades.

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: PPT secretaria tècnica producte cultura	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: VR57V-33S9K-JKRY0 Data d'emissió: 28 de Maig de 2025 a les 13:07:21 Pàgina 4 de 5	SIGNATURES 1.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 15/04/2025 10:05	ESTAT SIGNAT 15/04/2025 10:05



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 551279 VR57V-33S9K-JKRY0 8B5D24CF106374C57C9BC318DB61689C377D884C) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://seu.diputadollleida.cat/portal/verificarDocuments.do?ent_id=6



Diputació de Lleida
Patronat de Turisme

4. OBLIGACIONS DE L'ADJUDICATARI

4.1 Obligacions derivades de la propietat intel·lectual, protecció de dades personals i confidencialitat de la documentació a tractar:

- a. Respectar els drets de propietat intel·lectual i els drets de propietat industrial de tercers, així com el dret d'imatge de tercers persones, amb especial interès en la protecció dels menors.
- b. L'adjudicatari lliurarà totes les bases de dades, imatges gràfiques, arts finals, documents i qualsevol tipus de contingut que es generi durant el període de contractació amb l'obligació de recollir el consentiment de les persones físiques i jurídiques de les quals obtinguin les dades i en el format que sol·liciti el Patronat de Turisme.
- c. En relació amb les dades personals que hagin de ser objecte de tractament per al compliment del contracte, les parts s'obliguen al compliment del Reglament General de Protecció de Dades (Reglament UE 2016/679 del Parlament Europeu i del Consell, de 27 d'abril de 2016) i de la normativa estatal de protecció de dades vigent en cada moment.
- d. La propietat intel·lectual dels materials generats en el desenvolupament del contracte serà totalment i exclusivament del Patronat de Turisme.
- e. L'adjudicatari cedirà en exclusiva, sense límit territorial ni temporal, els de les propostes i idees presentades, inclosa la documentació generada en qualsevol suport i format.
- f. El contractista complirà amb les obligacions de propietat intel·lectual i documentació classificada o de difusió restringida que, per necessitats del contracte, es vegi obligat a manejar.

L'empresa adjudicatària no podrà utilitzar aquelles dades que es vegin afectades en la realització de l'objecte del present contracte. A més, l'empresa adjudicatària haurà de complir amb la següent premissa: guardar la deguda confidencialitat i secret sobre els fets, informacions, coneixements, documents i altres elements als quals tingui accés amb motiu de la prestació del servei.

4.2 Altres necessitats que ha cobrir de l'empresa adjudicatària derivades de l'execució de les accions derivades de les tasques identificades en el punt 2 del present plec.

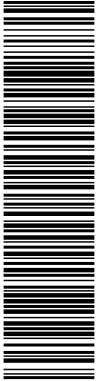
L'empresa contractista haurà tenir coneixements sobre els següents ítems que es relacionen:

- Coneixement de l'oferta turística CULTURAL del Pirineu i les Terres de Lleida.
- Coneixement de fluxos de visitants a la nostra destinació relacionat amb els nostres mercats i segments prioritaris, així com coneixements de noves necessitats de l'oferta i la demanda turística, nous projectes que s'endeguin dins el nostre territori, en referència al producte turisme cultural

4.3 Regles especials respecte al personal de l'empresa contractista:

1. Correspon exclusivament a l'empresa contractista la selecció del personal que, acreditant els requisits de titulació i experiència exigits als plecs, formarà part de l'equip de treball adscrit a l'execució del contracte, sense perjudici de la verificació per part del Patronat de Turisme del compliment d'aquells requisits.

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: PPT secretaria tècnica producte cultura	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: VR57V-33S9K-JKRY0 Data d'emissió: 28 de Maig de 2025 a les 13:07:21 Pàgina 5 de 5	SIGNATURES 1.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 15/04/2025 10:05	ESTAT SIGNAT 15/04/2025 10:05



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 551279 VR57V-33S9K-JKRY0 BB5D24CF106374C57C9BC318D61689C377D884C) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://seu.diputadollleida.cat/portal/verificar/Documentos.do?ent_id=6



Diputació de Lleida
Patronat de Turisme

2. L'empresa contractista procurarà que hi hagi estabilitat en l'equip de treball, i que les variacions en la seva composició siguin puntuals i obeeixin a raons justificades, a fi de no alterar el bon funcionament del servei, informant en tot moment el Patronat de Turisme.
3. En relació amb els treballadors destinats a l'execució d'aquest contracte, l'empresa contractista assumeix l'obligació d'exercir de manera real, efectiva i contínua el poder de direcció inherent a tot empresari. En particular assumirà la negociació i el pagament dels salaris, la concessió de permisos, llicències i les obligacions legals en matèria de Seguretat Social, inclòs l'abonament de cotitzacions i el pagament de prestacions, quan procedeixi, les obligacions legals en matèria de prevenció de riscos laborals, l'exercici de la potestat disciplinària, així com els drets reals i les obligacions que es deriven de la relació contractual entre l'empleat i l'ocupador.
4. El Director de Projecte, tindrà, entre les seves obligacions, les tasques següents:
 - Actuar com a interlocutor de l'empresa contractista davant el Patronat de Turisme, canalitzant, d'una banda, la comunicació entre aquella empresa i el personal integrant de l'equip de treball adscrit al contracte i, d'una altra, del Patronat de Turisme, en tot allò relatiu a les qüestions derivades de l'execució del contracte.
 - Distribuir el treball entre el personal encarregat de l'execució del contracte, i impartir a aquests treballadors les ordres i instruccions de treball que siguin necessàries en relació amb la prestació del servei contractat.
 - Supervisar el correcte compliment per part del personal integrant de l'equip de treball de les funcions que té encomanades, així com controlar l'assistència d'aquest personal al lloc de treball.
 - Organitzar el règim de vacances del personal adscrit a l'execució del contracte, havent de coordinar-se adequadament l'empresa contractista amb el Patronat de Turisme, per no alterar el bon funcionament del servei.
 - Informar el Patronat de Turisme sobre les variacions, ocasionades o permanents, en la composició de l'equip de treball adscrit a l'execució del contracte.

Lleida, a data de la signatura electrònica.

PLA D'ACCIONS 2025

PATRONAT DE TURISME DE LA DIPUTACIÓ DE LLEIDA



Diputació de Lleida
Patronat de Turisme

BASES DEL PLA D'ACCIONS



CONTRACTACIÓ PÚBLICA

* D'acord amb la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic (LCSP) es treballarà amb la redacció dels plecs tècnics i administratius dels concursos que s'han de preveure per l'execució de les accions previstes segons les necessitats del Patronat de Turisme. Diputació de Lleida

Per aquest motiu el pla d'accions tindrà una dimensió adaptada a la previsió del pla anual de contractació. Això implica que es vegi afectat el número d'accions que es duguin a terme durant l'exercici 2025.

ÍNDEX

01. Objectius i eixos estratègics
02. Estratègia de màrqueting: Marca, Mercats, Productes, Segments i Comunicació
03. Projectes estructurals
04. Promoció i Màrqueting
05. Comunicació
06. Formació
07. Intel·ligència de mercat

A large, stylized number '1' is the central graphic. The left side of the '1' is a solid green shape, while the right side is a white shape with a green dotted pattern. The text is positioned within the white part of the '1'.

01 OBJECTIUS I EIXOS ESTRATÈGICS

OBJECTIUS

Promocionar i difondre el conjunt de l'oferta del Pirineu i les Terres de Lleida sota el paraigua de la marca Ara Lleida.

- Consolidar els productes estructurats a nivell estatal i internacional.
- Donar suport al sector turístic públic i privat del territori Lleidatà.
- Implementar el model de gestió turística sostenible i regeneratiu, proposat en el *Pla Estratègic de Turisme del Pirineu i les Terres de Lleida 2023-2026*
- Apostar per una gestió del turisme més sostenible que beneficiï, no només al visitant i al turista, sinó també a l'economia i al desenvolupament local.
- Treballar de forma coordinada amb l'Agència Catalana de Turisme, formant part del SMTC i donant suport a totes aquelles accions i iniciatives cooperades que puguin beneficiar al nostre territori.

MISSIÓ, VISIÓ I VALORS PATRONAT

MISSIÓ

Liderar la promoció de tot el patrimoni turístic del **Pirineu i les Terres de Lleida**, a nivell nacional i internacional, atenent a les necessitat de l'oferta i la demanda.

VISIÓ

Posicionar Lleida com una destinació turística de **qualitat, responsable, ecològica i innovadora** que satisfarà les necessitats del visitant i que vetllarà pels valors de la sostenibilitat social, econòmica i mediambiental des del punt de vista de l'oferta i la demanda.

VALORS



SENSIBILITAT
amb el resident



COMPROMÍS
amb el sector
turístic



ACOLLIDA
als turistes i
visitants



RESPECTE
al medi social
econòmic i ambiental



PROACTIVITAT
i innovadors

PROPÒSIT PATRONAT DE TURISME

Treballem perquè Lleida
sigui el millor lloc per viure,
ara i en el futur

www.aralleida.cat/proposit

PRINCIPIS RECTORS

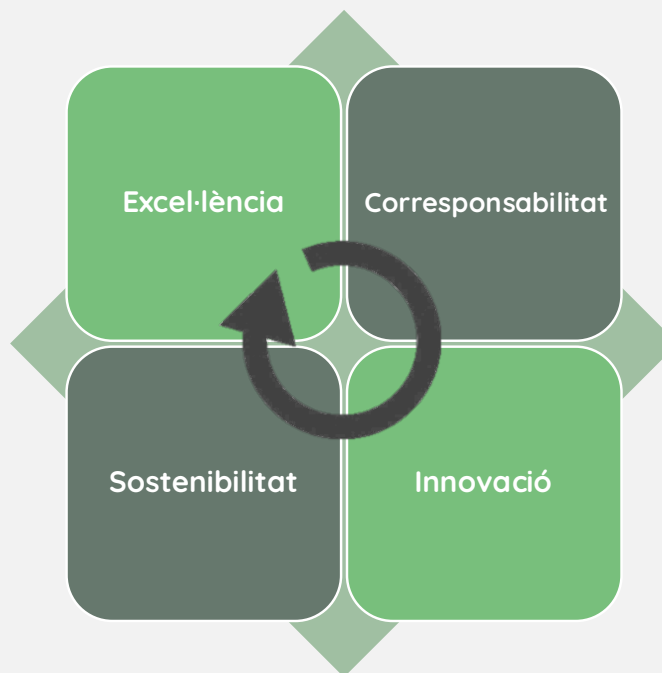
Es retroalimenten de manera sistèmica

Excel·lència

Aplicació dels criteris d'excel·lència en temes d'oferta, demanda i servei al territori de la demarcació de Lleida. L'aposta per la qualitat suma per assolir l'objectiu de ser una destinació sostenible.

Sostenibilitat

Dimensionament del model turístic sostenible compromesa amb la implementació pràctica dels principis de sostenibilitat des de tota la cadena de valor del sector.



Corresponsabilitat

Treball per un model de cogestió responsable, respectuós amb el territori i la seva gent, en què agents públics i privats col·laborin per assolir objectius comuns i un sistema de governança turística.

Innovació

Foment de la innovació amb propostes singulars per al visitant, intel·ligència de mercats per oferir les millors estratègies i la màxima eficiència en objectius fixats.

02 **ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING**

MARCA

MERCATS

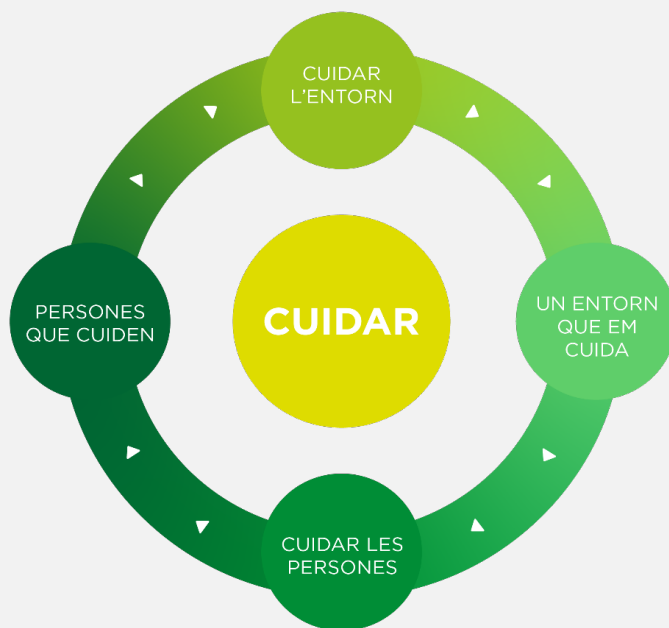
PRODUCTES

SEGMENTS

COMUNICACIÓ

MARCA

Definició propòsit de marca / propòsit de l'organisme



CERCLE VIRTUÓS que permet sensibilitzar i apel·lar a tots els actors

La projecció definida acredita un propòsit social del Patronat, com a impulsor cap un **TURISME DE CONSCIÈNCIA**

Volem un turisme que cuidi del nostre territori i també respecti i cuidi de les nostres persones.



PERQUÈ UNA TERRA CUIDADA, ÉS UNA TERRA QUE ET CUIDA

MERCATS

Mercats emissors prioritaris destinataris de les accions 2025

MERCATS ESTATALS

Estratègia PULL+ PUSH

Promoció dirigida al consumidor final i a prescriptors

Catalunya

País Basc

Comunitat Valenciana

Navarra

Comunitat de Madrid

Balears

Altres mercats

MERCATS INTERNACIONALS

Estratègia PUSH

Promoció dirigida principalment a prescriptors.

França

Benelux

Regne Unit

Alemanya

Altres mercats

PRODUCTES

Identificar els **productes força**, estratègics i tractors per la destinació



NATURA-ECOTURISME

- Parcs i Espais Naturals
- Floració
- Observació d'aus
- Starlight
- Altres Ecoturisme

ACTIU-AVENTURA

- Neu
- Senderisme
- Cicloturisme
- Esports Aire
- Esports Aigua
- Altres Turisme Actiu-Esportiu

CULTURA

- Patrimoni Mundial
- Festes i Tradicions
- Camins de Pelegrinatge
- Museus i Col·leccions
- Estils Arquitectònics, Artístics i Altres

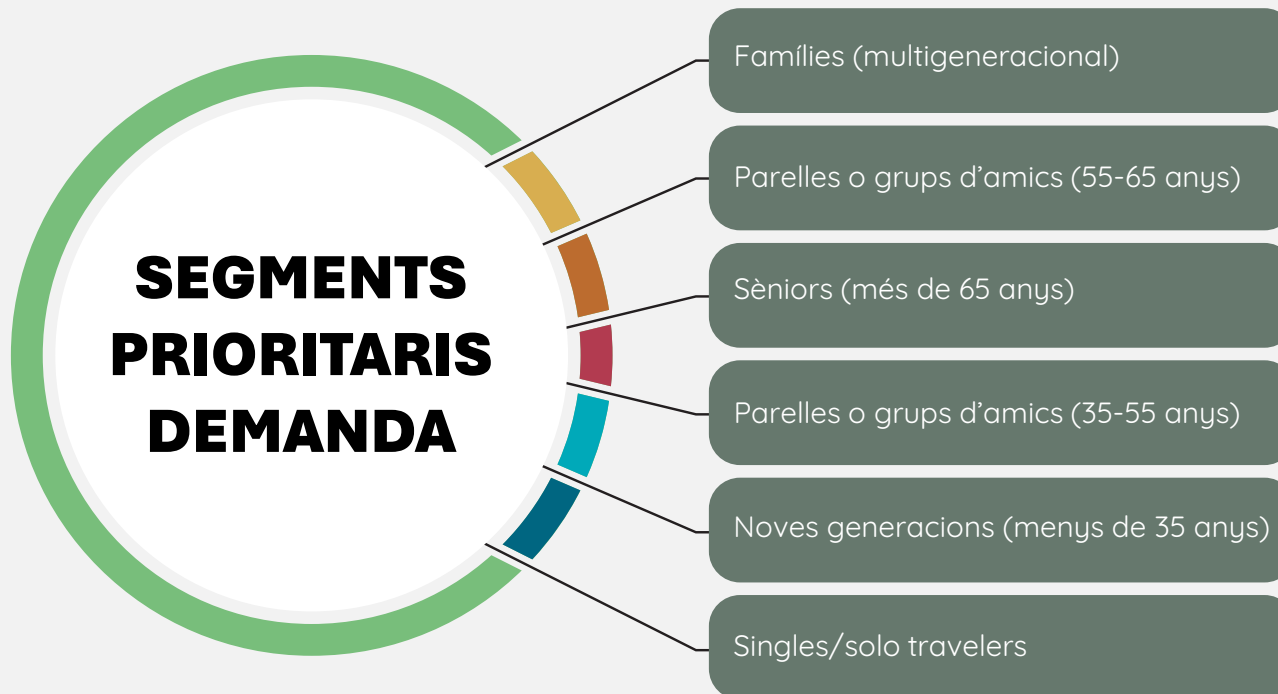
GASTRONOMIA

- Enoturisme
- Oleoturisme
- Experiències amb productors
- Cultura Gastronòmica i altres

ALTRES MODALITATS

- Touring i Moturisme
- Benestar
- Incentius
- Reunions i congressos
- Esdeveniments
- Industrial, científic i altres

SEGMENTS



Identificació del perfil del visitant: matriu per producte i mercat prioritari

Els segments Familiar i Premium, es treballaran de manera específica i transversal (seguint estratègia SMTC-ACT)

COMUNICACIÓ

PÚBLIC INTERN



SECTOR RESIDENT



Desenvolupar una estratègia de lideratge entre el públic local, que permeti ser percebuts com a líders i referents:

Un Organisme que fomenta un turisme sostenible amb respecte pel territori que millora la qualitat de vida i el progrés respectant l'autenticitat i identitat de la seva població.

PÚBLIC EXTERN



PÚBLIC FINAL I PROFESSIONAL



Es planteja una estratègia de captació entre els visitants per tal de posicionar Lleida com una destinació de referència que cal preservar.

I una de fidelització dirigida a aquells segments més madurs per la destinació.

03 PROJECTES ESTRUCTURALS

PLA ESTRATÈGIC

PLA DE MÀRQUETING

GOVERNANÇA

CERTIFICACIONS SOSTENIBILITAT

PLANS SOSTENIBILITAT TURÍSTICA

SMTC

PLA ESTRATÈGIC DE TURISME DEL PIRINEU I LES TERRES DE LLEIDA 2023-2026

Alineats als objectius i reptes del Pla estratègic

OBJECTIUS I EIXOS

● Objectiu transversal



Model de turisme **sostenible i regeneratiu**

● Objectius específics



Cogestió



Demanda



Producte



Coneixement

Accions pròpies del Patronat de Turisme

Alineades als objectius i reptes del Pla

Accions específiques destinació

Impulsar i acompanyar

FIGURES CLAU PER AL DESENVOLUPAMENT DEL PLA ESTRATÈGIC



PLA DE MÀRQUETING 2025-2028

Cap a un màrqueting d'alta eficàcia

Es plantegen 6 línies de treball per aconseguir la implementació de l'estratègia de màrqueting definida. Cada línia de treball dona resposta a un objectiu, i cada directriu està alineada amb les estratègies marcades.

LÍNIES DE TREBALL DEL PLA DE MÀRQUETING D'ARA LLEIDA

1. Personalitat turística

Evolucionar i enfortir la marca Ara Lleida a nivell de sector i resident.



2. Ara Lleida conscient i responsable

Treballar la sostenibilitat com a proposta de valor de la destinació.



3. Rendiment turístic

Millorar la competitivitat, posant en valor l'actual oferta turística, per crear propostes d'alt valor afegit.



4. Eines de màrqueting

Evolucionar el màrqueting i la promoció turística d'Ara Lleida cap a la digitalització i l'especialització.



6. Governança

Optimitzar la planificació, coordinació i gestió del turisme, tenint en compte les estructures existents.



5. Coneixement estratègic

Treballar amb dades reals, actualitzades i segmentades per tal de poder millorar la gestió de la destinació.



GOVERNANÇA

Subvencions, plans, convenis i col·laboracions sectorials / territorials

Amb l'objectiu de reforçar el partenariat públic – privat:

- Plans Consells Comarcals de Lleida per a la promoció turística.
- Federació d'Hostaleria de Lleida
- Associació de Càmpings de Lleida
- Federació de Turisme Rural
- Ruta del Vi de Lleida
- Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya
- Mancomunitat Estacions Esquí Nòrdic
- Universitat de Lleida. Càtedra Turisme Interior i Muntanya.
- Ajuntament de Lleida / Turisme de Lleida
- Xarxa de Museus de Lleida
- Associació d'Empreses de Turisme Actiu del Pallars Sobirà



CERTIFICACIONS SOSTENIBILITAT

Cap a la consolidació d'una destinació més sostenible i regenerativa

- L'any 2021, el Patronat de Turisme va obtenir la certificació **BIOSPHERE © DESTINATION**, que reconeix el seu compromís amb la gestió sostenible del turisme del Pirineu i les Terres de Lleida. El gener del 2024 es va assolir l'estatus de **BIOSPHERE GOLD DESTINATION**, un reconeixement que exigeix que, a més de la certificació Biosphere de la destinació, s'hagi dut a terme una tasca d'implicació i compromís per part de les empreses i entitats turístiques de la destinació, que també obtenen el segell **Biosphere Sustainable LifeStyle**. La pròxima fita de l'organisme per a aquest any 2025 és consolidar el reconeixement de la certificació **BIOSPHERE GOLD DESTINATION** amb més empreses i entitats compromeses amb la sostenibilitat del territori.
- En col·laboració amb els Parcs Naturals de l'Alt Pirineu i el Cadí-Moixeró es treballa també per la **Carta Europea de Turisme Sostenible en espais naturals protegits (CETS)**. Aquesta Carta és molt més que un distintiu de qualitat, és un compromís entre els gestors de l'espai natural, les empreses turístiques i la resta d'entitats i agents del territori.



Gold
Sustainable
Certified



PLANS DE SOSTENIBILITAT TURÍSTICA

Cap a la consolidació d'una destinació més sostenible i regenerativa

El Patronat de Turisme, mitjançant la Diputació de Lleida, va presentar 2 projectes a la convocatòria extraordinària dels Plans de Sostenibilitat Turística, finançada amb el fons Next Generation. Les actuacions aprovades s'executen en diferents anualitats.

- Pla de Sostenibilitat Turística en Destí “Naturalment Lleida:

45 actuacions específiques organitzades amb un doble component: propostes transversals i propostes territorialitzades.

- Ruta enogastrònica de la Vall de Sió

El projecte es desenvolupa en el marc del programa “Catalunya, Terra de Sabors” de la Agència Catalana de Turisme (ACT).

SISTEMA DE MÀRQUETING TURÍSTIC DE CATALUNYA

Treball cooperat amb l'ACT i els patronats de turisme de les diputacions.

Alineació a la nova governança del màrqueting turístic de Catalunya, per impulsar el SMTC, conjuntament amb l'ACT i la resta de socis de Catalunya i patronats de turisme de les diputacions.

Participació activa del SMTC:

- Formem part, com a socis de l'Agència Catalana de Turisme, dels Grups: Cultura corporativa ; Comitès de Programes; Taules de treball: Ciutats catalanes alta velocitat/ Taules camins de pelegrinatge/ Ecoturisme.
- Suport actiu a tots els Programes ACT que beneficien al nostre territori i sector.
- Desenvolupament del pla d'accions que es marca conjuntament amb la resta de socis de Catalunya.
- Programa Marca Pirineus.
- Grand Tour de Catalunya.
- Xarxa de Turisme per a Tothom



SMTC – Programa Pirineus

Programa Marca Pirineus



Participació activa dins les actuacions previstes pel Programa Pirineus 2025, del qual el Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida és soci juntament amb Foment Torisme Val d'Aran, Diputació de Girona, Diputació de Barcelona, IDAPA, Turisme de Barcelona, Ferrocarrils de la Generalitat i l'ACT per a la promoció de les comarques del Pirineu català.

Mercats: Europeus de proximitat: Espanya, França, Alemanya, Benelux, Regne Unit

OBJECTIUS I ACCIONS:

Incrementar la visibilitat de Pirineus als principals mercats emissors a través d'accions online.

- Campanya de publicitat Pirineus 365
- Accions amb generadors de continguts i influencers
- Accions co marketing amb TTOO i AAVV
- Gestió dels perfils a XXSS (Instagram, Facebook, Tik Tok, Youtube)
- Competitivitat web a nivell de programació i a nivell de millora de continguts

Obertura a mercats de llarga distància en l'atracció de fluxos de visitants més desestacionalitzats i desconcentrats.

- Treball amb operadors de nínxol, associacions tipus ATTA, prescriptors o altres plataformes de difusió.

SMTC – Programa Pirineus

Programa Marca Pirineus



Suport directe a la comercialització

- Pla de treball amb DMC (FT's interns i FT's (+WS amb DMC) individualitzats adreçats a operadors internacionals)
- Presentacions + WS a mercats prioritaris
- Assistència a fires

Governança

- Implicar al sector turístic amb la marca
- Jornades InterPirineus 2025
- Reunions de seguiment del programa a nivell tècnic (mensuals) i de socis (semestrals)
- Trobades semestrals amb els Consells Comarcals
- Reforç canal comunicació amb el sector
- Sinergies amb altres programes ACT
- Contractació Assessoria tècnica

SMTC – Grand Tour de Catalunya

Cada quilòmetre, un territori per descobrir



El Grand Tour de Catalunya és un itinerari per conèixer, descobrir i gaudir de Catalunya en vehicle motoritzat.

El Grand Tour es basa en tres pilars:

- ✓ **La sostenibilitat:** fomentar els desplaçaments per Catalunya utilitzant vehicles menys contaminants o transport públic, tot promovent el respecte per la cultura, el patrimoni i l'entorn natural.
- ✓ **L'accessibilitat:** proporcionar tota la informació necessària perquè qualsevol persona pugui gaudir de l'experiència del Grand Tour.
- ✓ **La gestió de l'agenda i el patrimoni immaterial:** destacar els elements més representatius de la cultura catalana, oferint un recorregut dinàmic que permet viure una experiència diferent en cada ocasió.

Objectius:

- ✓ Redistribuir la demanda turística al llarg del territori.
- ✓ Reduir la concentració de visitants en temporades altes.
- ✓ Posar en valor la diversitat territorial i d'experiències.
- ✓ Donar visibilitat a altres productes i rutes menys conegudes.
- ✓ Reforçar la col·laboració amb altres entitats públiques.
- ✓ Consolidar la marca turística de Catalunya.



SMTC – Grand Tour de Catalunya

Cada quilòmetre, un territori per descobrir



Estructura:

- El GTC consta de 5 trams, dels quals 4 recorren en part o la seva totalitat al Pirineu i les Terres de Lleida.
- El producte GTC està adreçat a “ruters”, campistes i “moteros”.

Accions previstes 2025:

- Celebració del Grand Tour Day durant la primera quinzena del mes de març a la demarcació de Lleida.
- Presentació i promoció del Tasta Grand Tour de Catalunya.
- Nova estructuració de la comercialització: acompanyament i formació específica per a les AAVV receptives.
- Elaboració d'un nou Pla de Producte vinculat al nou Pla de Màrqueting de l'ACT.
- Activació nova gamificació del GTC amb premis a través de l'Oficines de Turisme.
- Campanya de publicitat als mercats de Catalunya, Espanya, Itàlia, França, Benelux, França i Alemanya.
- Es preveu una campanya als EUA, a través del seu CPT.

SMTC – Xarxa de Turisme per a tothom

Promoure un turisme inclusiu i accessible per a tothom.

La xarxa permet a tots els agents implicats treballar per a un turisme per a tothom, turisme inclusiu i accessible.

Grup de treball tècnic:

Treballa en xarxa amb l'objectiu de:

- Definir i executar el PAI anual en base a 4 eixos:
 - ⇒E1: TREBALL EN XARXA per l'impuls del Turisme per a tothom.
 - ⇒E2: AUTODIAGNOSI d'espais i experiències. EINA PROA
 - ⇒E3: POSICIONAMENT DE LA DESTINACIÓ a partir d'actuacions de màrqueting.
 - ⇒E4: PLA DE FORMACIÓ per augmentar la qualitat de les experiències turístiques.
- Revisar, valorar, i modificar si s'escau, el funcionament de les accions realitzades i/o en curs.
- Intercanviar experiències i coordinar el treball alineat de tot el territori.

Roï del PATRONAT DE TURISME:

- Participar en la realització dels acords que es prenguin en àmbits com la formació i la promoció turístiques.
- Servir d'enllaç entre la XTPT, els Consells Comarcals i els Municipis.
- Treball en Xarxa entre Patronats.

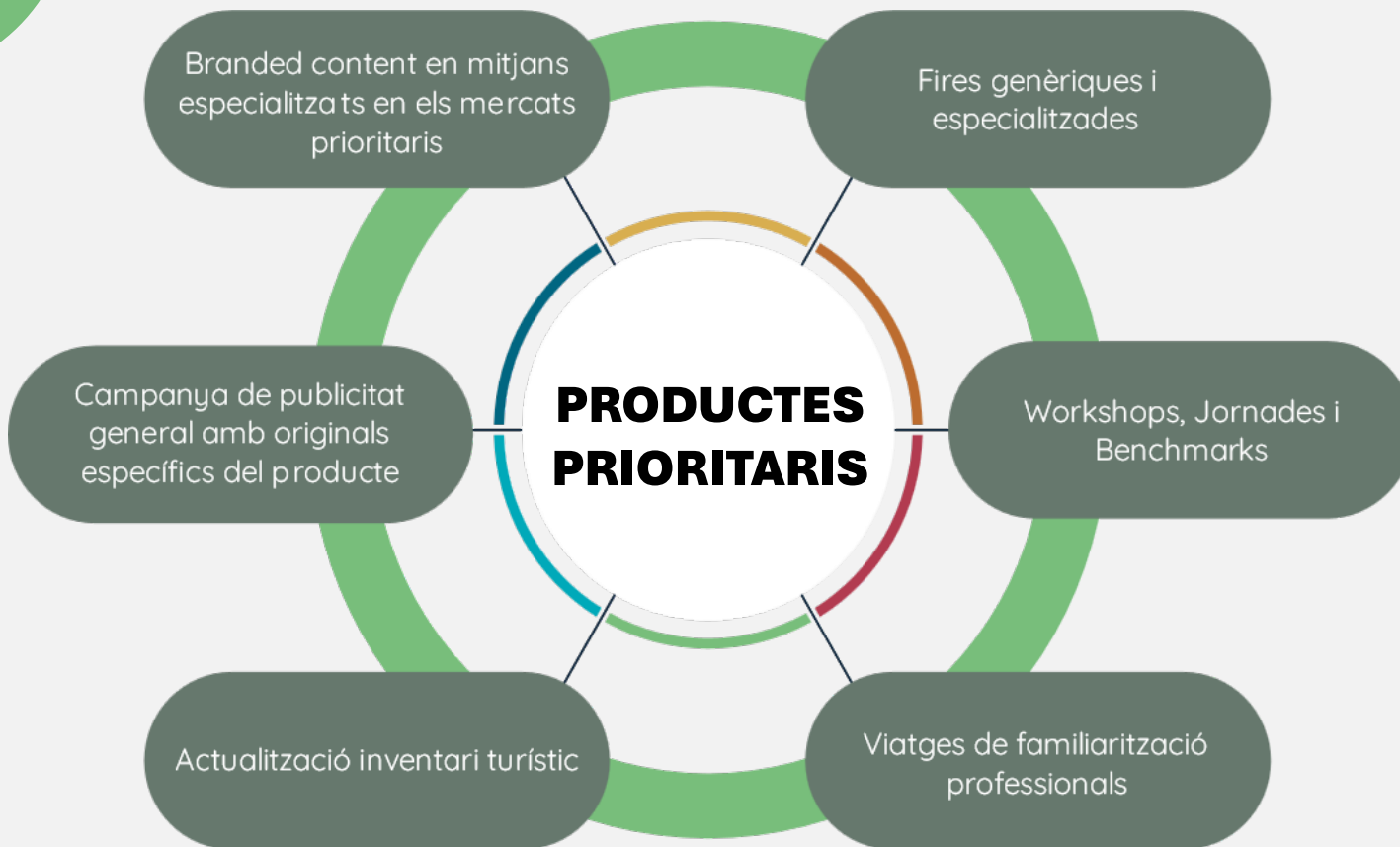




**04 PROMOCIÓ I
MÀRQUETING**

**PRODUCTES
PROGRAMES PRÒPIS
ACCIONS**

ACCIONS COMUNES PER PRODUCTES



Accions comunes que es duen a terme per a tots els productes prioritaris



NATURA

ACCIONS PRÒPIES:

- Floració – visualització del producte floració a través de la web i xarxes socials.
- Ornitologia:
 - Actualització de les experiències/productes de turisme ornitològic.
 - Promoció de l'oferta ornitològica del Pirineu i les Terres de Lleida
 - Microsite de turisme ornitològic eix Ebre - Secans - Pirineus
 - Col·laboració amb l'Institut Català d'Ornitologia i/o SEO Birdlife.

ACCIONS EN COL·LABORACIÓ AMB L'ACT:

- Participació a les reunions de seguiment de la marca Ecoturisme i a la jornada d'afiliats.
- Col·laboració en l'execució de les accions vinculades als projectes de la marca Ecoturisme

Participació a la **Taula d'Ecoturisme** liderada per la Direcció General de Turisme i amb la col·laboració de l'Agència Catalana de Turisme. Està la previst la celebració del **Global Ecoturism Forum** (22-24 octubre de 2025) a la demarcació de Barcelona i el Fòrum ENS que organitza la taula sectorial.



TURISME ACTIU I ESPORTIU

ACCIONS PRÒPIES:

- Presentació de la temporada turisme actiu i esports d'aventura.
- Cicloturisme:
 - Microsite organitzat per modalitats (BTT- Ciclisme de Carretera-Gravel)
 - Presentació en una fira d'àmbit internacional de l'oferta cicloturística de la ma d'un prescriptor
- Trailrunning:
 - Promoció oferta de trailrunning a través del Lleida Trail Tour.
- Esquí:
 - Conveni amb la Mancomunitat de municipis per a la promoció de l'esquí nòrdic.
 - Presentació temporada de neu al Pirineu de Lleida 24/25.
 - Actualització continguts temporada esquí 24/25 al web.
- Col·laboració amb iniciatives del territori (Festivals de Senderisme, Taula de Camins de l'Alt Pirineu i Aran).



TURISME ACTIU I ESPORTIU

ACCIONS EN COL-LABORACIÓ AMB L'ACT:

- Col·laboració en l'execució de les accions definides en el marc dels projectes dels programes actiu-natura (senderisme, cicloturisme, actiu-aventura) i turisme esportiu (ciclisme, golf)
- Participació a les reunions de seguiment dels programes Actiu-Natura i Turisme Esportiu i a les respectives jornades d'afiliats.
- Accions de promoció del turisme de neu i campanya de publicitat coordinades amb la Marca Pirineus



CULTURA

ACCIONS PRÒPIES:

- **Xarxa de Museus de les Terres de Lleida i Aran**
- Suport a les iniciatives de promoció de la xarxa. (Pendent definició conjunta).
- **Turisme agroindustrial** - actualitzar oferta del patrimoni agroindustrial
- **Perseguits i salvats.** Promoció de les rutes d'evasió en diversos mitjans
- **AEPJ** - (Associació Europea Patrimoni Jueu). Participació Ruta Catalana de Patrimoni Jueu i suport accions de promoció.

ACCIONS EN COL·LABORACIÓ AMB L'ACT:

- Participació i execució de les accions definides en el marc dels projectes del programa Cultura: Ciutats amb caràcter, Pobles amb Encant, Arts i Cultura.
- Participació a les reunions de seguiment de cadascun dels programes i participació a les jornades d'afiliats
- Col·laboració en la definició del Pla de producte
- Participació taula Camino Ignaciano Estatal - format per les CCAA per on passa la ruta
- Seguiment taula de treball i accions en Camins de Pelegrinatge: Camí Sant Jaume i Camí Ignasià
- Participació activa a la taula "Xarxa de ciutats catalanes d'alta velocitat"



ENOGASTRONOMIA

ACCIONS PRÒPIES:

- Posada en valor dels productes locals a totes les accions de promoció.
Enoturisme
- Accions de promoció de l'enoturisme en el marc del conveni plurianual amb la **Ruta del Vi de Lleida 2024 - 2027**.
Oleoturisme
- Accions de promoció i comunicació en el marc del projecte **Oleoturisme de Lleida. El gust de la terra**.
- Revisió i actualització de les experiències de la web
- Difusió del material divulgatiu: expositor QR
- Accions formatives encaminades a la creació de productes i experiències turístiques.



ENOGASTRONOMIA

ACCIONS EN COL·LABORACIÓ AMB L'ACT:

- Participació i execució de les accions definides en el marc dels projectes del programa d'enogastronomia: **Experiències Gastronòmiques, Hotels Gastronòmics i Enoturisme a Catalunya**.
- Participació a les reunions de seguiment de cadascuna de les marques, grup de treball de les Rutes del vi de Catalunya i a la jornada d'afiliats.
- Adhesió al **Catalunya Regió Mundial de la Gastronomia** i implicació en les actuacions que se'n deriven:
 - Campanya publicitat B2B - Adhesions i campanya B2C
 - Jornada enoturisme al Barcelona Wine Week
 - "Som Gastronomia" Tour: presentacions als principals mercats emissors de turisme enogastronòmic
 - Workshop "Som Gastronomia"





ENOGASTRONOMIA

- Meet the press "Som Gastronomia"
- Campanya experiències regeneratives turisme enogastronòmic
- Calendari experiències on-line per temporada
- Catàleg on-line de rutes temàtiques per a food & wine lovers
- Campanya experiències regeneratives turisme enogastronòmic
- "Llançament campanya "Tasta el GTC".
- Producció campanya MKT 360- turisme enogastronòmic
- Col·laboració en l'execució d'altre accions .

ACCIONS EN COL-LABORACIÓ AMB TURESPAÑA:

- PT CRMG25 – segment roadies- Regne Unit
- PT CRMG25 – segment M&M (Más que mar) - Noruega



PROGRAMA MOTURISME

ACCIONS PRÒPIES:

- Renovacions i noves acreditacions.
- Actualització del web i desplegable.
- Foment de la competitivitat dels establiments que formen part del projecte amb formació continuada per als acreditats.
- Enviament semestral de butlletins i publicació a xarxes socials.
- Col·laboració amb esdeveniments del món de la moto: Quebrantabook (El Pont de Suert - juliol), Rodi Book (Vielha - setembre), Cherokee Rider (Rialp - setembre) i altres a valorar.
- Ampliació de la base de dades de contactes del projecte.

ACCIONS EN COL·LABORACIÓ AMB L'ACT:

- Aprofitament del Grand Tour de Catalunya per donar a conèixer el projecte.



PROGRAMA CLUB D'AMICS DE LLEIDA

El Club esdevé un canal dirigit de comunicació per reforçar el seu rol en la fidelització i posicionament de la destinació.

ACCIONS:

- Renovació del microsite i de la imatge del Club
- Butlletí bimensual als membres del Club d'Amics amb propostes i ofertes exclusives
- Comunicats de novetats Ara Lleida (campanyes, revista)
- Comunicats d'accions especials per als membres
- Felicitació per l'Aniversari i per Nadal a tots els membres del Club



PROGRAMA RECEPTIVES ARA LLEIDA

Programa de col·laboració amb **les agències de viatges receptives de Lleida** amb la voluntat d'incrementar el volum d'activitat turística i millorar la comercialització dels productes turístics de Lleida. Actualment tenim 31 agències de viatges receptives adherides.

- **Desplegament de les propostes d'accions** definides en el programa d'agències de viatges receptives.
- **Promoció del manual de promoció i venda de serveis turístics del Pirineu i les Terres de Lleida**, amb informació de les agències receptives, i que tindrà com a destinataris els operadors turístics interessats a vendre la destinació.
- **Col·laboració en l'organització de trips** adreçats als periodistes i operadors turístics
- Acompanyament a la generació de **sinergies entre les receptives i l'oferta turística lleidatana**.

PROGRAMA OFICINES DE TURISME

El Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida col·labora amb les diferents oficines de turisme del territori per tal de desenvolupar actuacions conjuntes d'interès comú.

- **Pla de formació** adaptat a les seves necessitats.
- Actualització de l'espai **“Publicacions del Territori”** al portal aralleida.cat. Un espai on es penjen de les publicacions editades per les Oficines de Turisme. En aquesta secció l'usuari té la possibilitat de filtrar-les per diverses categories com temàtica i comarca.
- Vetllar la implementació de millores als gestors estadístics de l'OTC (DGT).
- **Producció de material i marxandatge** per a les OTs, si aquestes ho sol·liciten.

PLA DE FIRES

Calendari de fires 2025.

Participació directa dins de l'estand de l'Agència Catalana de Turisme

- ✓ **Fitur** - Madrid- *22-26 de gener de 2025*
- ✓ **Btravel** - Barcelona- *28-30 de març de 2025*
- ✓ **World Travel Market**- Londres - *Novembre*

Participació a través de les associacions de Lleida, dins de l'estand de l'Agència Catalana de Turisme

Per conveni:

ASSOCIACIÓ DE CÀMPINGS DE LLEIDA:

- ✓ **Fahrrad & Wandereisen** - Stuttgart. Alemanya - *18-20 de gener de 2025- Actiu*
- ✓ **Fiets en Wandelbeurs** - Utrecht. Holanda- *14-16 de febrer de 2025- Actiu/senderisme*

WORKSHOPS I JORNADES NETWORKING

El Patronat de Turisme col·labora i participa al programa anual de workshops i jornades de networking de les marques de l'Agència Catalana de Turisme.



- WS Som Gastronomia
- Jornada i WS InterPirineus (Catalunya)
- Benchmarks interns temàtics
- Jornades Mercats Emissors
- Jornades Afiliats

PUBLICACIONS

Edicions previstes

CONTINGUTS DIGITALS I VERSIÓ IMPRESA:

- Revista Ara Lleida (*semestral*)
- Memòria d'activitats del Patronat de Turisme. Actuacions de l'any 2024. (*anual*)
- Fulletó Premi Pica d'Estats (36^a edició) (*anual*)

CONTINGUTS DIGITALS:

- Agenda d'activitats digital: 4 agendes a l'any (*hivern, tardor, primavera, estiu*) (*trimestral*)
- Actualització dels continguts del producte neu i esquí de Lleida.

PUBLICACIONS NOVES:

- Catàleg genèric per a fires d'àmbit local.

RE-EDICIONS:

- Plànol Pirineu i Terres de Lleida
- Desplegable Moturisme



A large, stylized number '5' graphic that serves as a background for the title. The number is composed of a solid green left half and a right half filled with a light green halftone dot pattern. The number is positioned on the left side of the page, with its right edge extending towards the center.

05 COMUNICACIÓ

PREMSA

- Campanyes de publicitat Ara Lleida: primavera-estiu-tardor i hivern-neu i 2024/2025 i 2025/2026
- Revista Ara Lleida. Coordinació dels continguts de la publicació del Patronat de Turisme que s'edita amb una periodicitat bianual. La revista *Ara Lleida* té com a objectiu donar a conèixer i promocionar els atractius turístics (paisatgístics, monumentals i d'activitats) de les comarques de Lleida per mitjà d'un producte de gran qualitat fonamentat en textos escrits per periodistes i escriptors i imatges d'alt nivell.
- Recull de premsa: Recull diari de tots els articles publicats sobre l'àmbit turístic de la demarcació de Lleida, tant dels mitjans locals com dels d'àmbit català i estatal.

PREMSA

- Elaboració de continguts redaccionals: Impuls a la realització de reportatges en els diferents mitjans de comunicació de premsa, revistes especialitzades en viatges i turisme, ràdio i televisió, com també de difusió per internet. També es dona suport logístic a periodistes d'arreu que sol·liciten visitar les comarques lleidatanes amb la finalitat d'elaborar reportatges per als seus mitjans de comunicació respectius.
- Presentació de novetats de Turisme Actiu i Temporada de Neu. Presentació de les novetats de la temporada de turisme actiu i esports d'aventura 2025 al conjunt de la demarcació de Lleida i de la temporada d'esquí 2024/2025 a les 11 estacions hivernals del Pirineu de Lleida.
- Dossiers de premsa. Edició del dossier de premsa anual del Pirineu i les Terres de Lleida, de Turisme Actiu 2025 i de la Temporada de Neu 2024/2025.
- Notes de premsa sobre les diferents accions que impulsa el Patronat i els actes que organitza durant l'any.
- Distribució de publicacions. Durant l'any es distribuïran les diverses publicacions del Patronat a més d'un miler de periodistes i mitjans de comunicació.
- Organització/convocatòria de rodes de premsa i presentacions.
- Convocatòria del 36è Premi Pica d'Estat i lliurament del 35è Premi Pica d'Estats

BUTLLETINS

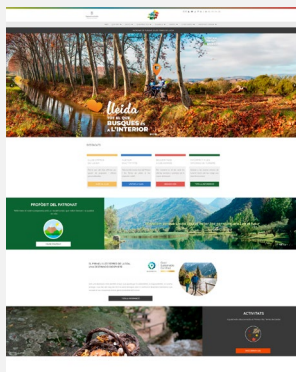
Compartint novetats i promocionant la destinació

- **Butlletí de Premsa “Butlletí Turístic Ara Lleida” de caràcter mensual.** Aquest butlletí es distribueix mensualment a un miler de periodistes d’arreu amb notícies sobre l’actualitat de l’oferta turística del conjunt de les comarques del Pirineu i les Terres de Lleida.
- **Butlletí de Premsa “Butlletí Turístic Internacional Ara Lleida” de caràcter bimensual.** Un eNews adreçat als periodistes i mitjans de comunicació internacionals, així com a les oficines de turisme a l’estranger de l’Agència Catalana de Turisme i Turespaña.
- **Butlletí de Promoció i Màrqueting “Butlletí Informatiu Ara Lleida” de caràcter mensual.** A través d’una newsletter mensual s’envia les accions de promoció i comunicació dutes a terme pel Patronat de Turisme, així com les notícies i novetats d’interès per al sector turístic del Pirineu i les Terres de Lleida.
- **Butlletí projecte Moturisme de caràcter semestral.** Una *newsletter* vinculada al projecte Moturisme que té per objectiu donar a conèixer el l’oferta de les comarques de Lleida als aficionats a viatjar amb moto.
- **Butlletí programa de fidelització “Club d’Amics de Lleida” de caràcter bimensual.** Un eNews que té per objectiu informar i inspirar els socis del programa sobre activitats i esdeveniments de caràcter turístic i d’interès per a aquest Target.

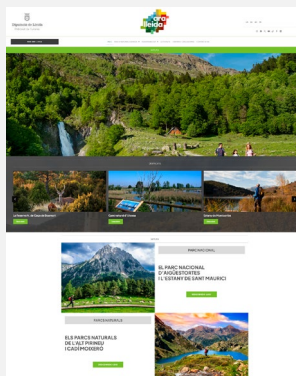


ENTORN WEB

Potenciant la presència digital



- Fruit d'un nou contracte per al **portal i microsites aralleida.cat** es durà a terme:
 - Manteniment, nous continguts i imatge renovada.
 - Millora contínua de l'estratègia SEO per a major visibilitat.
 - Anàlisi detallada de KPIs per optimitzar l'impacte digital.
 - Implementació de dissenys visuals moderns i atractius.
 - Adaptació a les noves tendències tecnològiques i necessitats del públic.



Accions previstes 2025

- Desenvolupament del microsite "Cicloturisme" i "Turisme Familiar".
- Nou microsite programa fidelització: Club Amics de Lleida.
- Microsite ornitologia: col·laboració amb el Patronat de Turisme de les Terres de l'Ebre.
- Nova oferta d'equipaments d'Art Barroc.
- Migració dels microsites antics a Wordpress.

MITJANS SOCIALS

Posicionant la nostra destinació a xarxes

Estratègia digital del Patronat de Turisme

- Ús actiu de les xarxes per promoure el Pirineu i les Terres de Lleida.
- Planificació i publicació de continguts, amb seguiment de mètriques.

Objectius 2025

- Fruit d'un nou contracte, actualitzar el Social Media Plan segons les noves tendències i perfils.
- Explorar noves plataformes per arribar millor al públic.

Accions principals

- Millorar la visibilitat i reconeixement de la marca.
- Fomentar la participació dels seguidors.
- Mantenir una imatge digital positiva.
- Definir KPI's per mesurar l'èxit.

Xarxes socials actives

- Present a: Twitter/X, Meta, TikTok, LinkedIn, Pinterest, YouTube.





OPERATIVA AUDIOVISUAL

Arxiu fotogràfic. Gestió de la compra i cessió de fotografies del fons fotogràfic del Patronat.

Ampliació del fons audiovisual:

- Fotos Campanya
- Fotos dels diferents productes

Càpsules audiovisuals per difondre als mitjans socials.

Peces creatives de suport a projectes estructurals

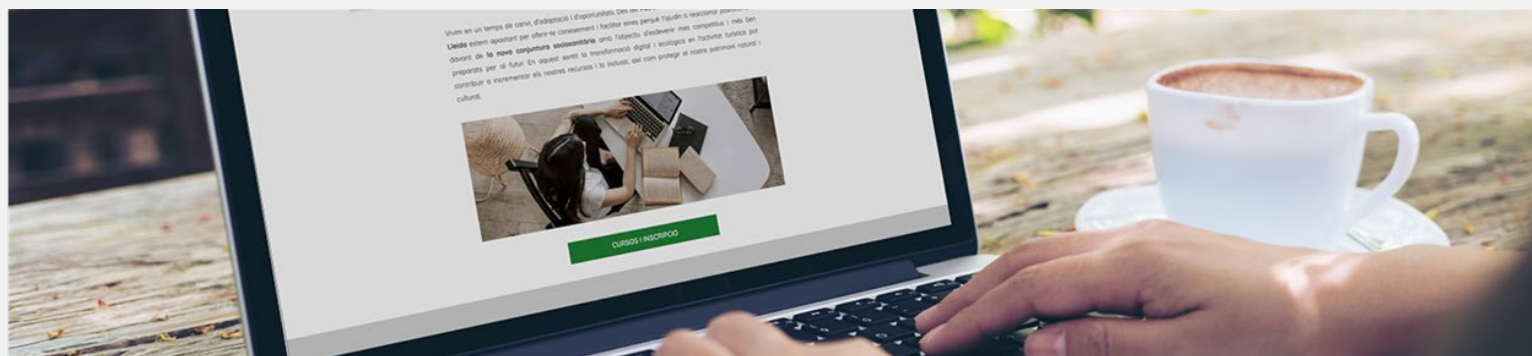
A large, stylized number '6' is the central graphic. The left side of the '6' is a solid green shape, while the right side is a light green shape with a fine halftone dot pattern. The number '06' is written in a bold, green, sans-serif font within the left curve of the '6'. To the right of the '06', the word 'FORMACIÓ' is written in a bold, black, sans-serif font.

06 FORMACIÓ

FORMACIÓ

On el coneixement es transforma en oportunitat

- Sessions de Formació adreçades als tècnics de turisme dels Consells Comarcals, Oficines de Turisme i altres agents turístics.
- Organització de Webinars adreçats al sector del Pirineu i les Terres de Lleida amb la participació de ponents rellevants i d'interès per a aquest col·lectiu.



A large, stylized number '7' graphic that serves as a background for the text. The left vertical stroke of the '7' is a solid green color, while the top and bottom horizontal strokes are filled with a light green halftone dot pattern.

07

**INTEL·LIGÈNCIA
DE MERCAT**

INTEL·LIGÈNCIA DE MERCAT

Estadístiques

Actualment el Patronat de Turisme disposa de les següents estadístiques:

- INE:
 - ✓ Ocupació hotelera
 - ✓ Ocupació de turisme rural
 - ✓ Ocupació d'empreses d'explotació d'apartaments turístics
 - ✓ Ocupació càmpings
- Intel·litur
- Federació Hosteleria:
 - ✓ Ocupació hotelera per comarques
- Estadístiques d'Internet
- Tourist Data System de la DGT
- Infoturist de les Oficines de Turisme de la DGT
- Parc Nacional d'Aigüestortes i Estany de Sant Maurici
- Estadístiques d'esquí

INTEL·LIGÈNCIA DE MERCAT

Estudis

- **Participació i col·laboració amb el Centre d'Excel·lència en Innovació Turística-COE *Tourism***, impulsat per la Fundació Eurecat i que compta amb la participació de diferents entitats públiques d'arreu de Catalunya, entre ells el mateix Patronat de Turisme, i també d'empreses privades vinculades amb l'àmbit del turisme i l'oci de Catalunya.
- Col·laboració amb **la Universitat de Lleida a través de la Facultat d'Economia, Dret i Turisme**: estudis d'investigació i recerca per part d'equip acadèmic i estudiants del Grau en Turisme.
 - Durant el 2025 es faran públics tres estudis:
 - Oferta de càmpings del Pirineu i les Terres de Lleida.
 - Habitatges d'ús turístic (HUT).
 - Oferta de turisme actiu del Pirineu i les Terres de Lleida



BIOSPHERE

Certified
Gold
Destination



Diputació de Lleida

Patronat de Turisme

www.aralleida.cat