

2026

Pla d'actuació

- 1** Introducció
- 2** Propòsit · Visió · Valors
- 3** Organització del Patronat de Turisme
- 4** Marc estratègic de Catalunya
- 5** Objectius estratègics
- 6** Línies estratègiques i accions
- 7** Programa de fires
- 8** Ajuts, serveis i assistència als municipis i entitats privades

Introducció

Fer del turisme una garantia de futur



Hem deixat enrere un exercici de consolidació de les nostres destinacions amb xifres d'ocupació i pernoctacions superiors, en alguns casos, a les d'anys anteriors i amb un balanç positiu si el valorem en els termes clàssics vinculats a l'activitat turística. El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona afronta, però, reptes que no tenen a veure amb el creixement continu de visitants. Com el conjunt del turisme mundial, ens trobem davant d'un canvi d'època en què el creixement quantitatiu ha de substituir-se per la millora, alhora que la generació de riquesa s'ha de transformar en l'assoliment de prosperitat.

El canvi de paradigma que aquesta premissa conté obliga a reformular conceptes clau de l'activitat turística: el model econòmic, la gestió, la relació amb el territori i fins i tot la manera d'entendre l'èxit. Amb aquest esperit, el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona presenta un Pla d'Actuació que vol donar resposta a aquestes noves exigències i que planteja abordar amb estratègies i accions concretes els nous reptes del turisme.

Es tracta d'aconseguir un turisme millor, que sigui generador d'oportunitats i benestar en la mateixa societat que l'acull. I això passa, també, per distribuir, per diversificar i per desestacionalitzar.

Cal treballar amb nous mercats, atraure nous perfils de visitants, oferir experiències d'alt valor que connectin amb la natura, la cultura i el benestar. I cal fer-ho de manera equilibrada territorialment i també al llarg de tot el calendari anual.

Des del Patronat de Turisme de la Diputació tenim la convicció, les ganes i la voluntat de transformar aquests propòsits en realitat a través d'una aproximació diferent a la gestió i el foment de l'activitat turística en què, novament, el compromís del conjunt del sector és indispensable. Tenim per davant reptes majúsculs que, només amb un compromís ferm i una acció conjunta, serem capaços d'abordar per aconseguir que el turisme continuï sent un motor econòmic amb garanties de futur a les nostres destinacions.

Enric Adell

President del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona.

2026, reptes i ambicions

El primer gran repte és abordar la **sostenibilitat i el canvi climàtic**, un dels elements que influeixen en aquesta activitat. El turisme depèn d'un entorn sa: del clima, del paisatge, de la biodiversitat. Alhora, és també un sector que genera pressió sobre aquests mateixos recursos. El repte és enorme: reduir la petjada de carboni, adaptar-nos a un clima més extrem, gestionar millor l'aigua i l'energia. El compromís del sector per aconseguir-ho ha de ser real, visible i compartit.

El segon repte té a veure amb la **massificació i la gestió dels fluxos turístics**. L'activitat no pot créixer indefinidament en els mateixos llocs, ni a les mateixes èpoques de l'any. Cal distribuir, diversificar i desestacionalitzar.

Això vol dir treballar més amb nous mercats, atraure nous perfils, i oferir experiències d'alt valor que connectin amb la natura, la cultura i el benestar.

El tercer repte és la **transformació digital**. Aquest fenomen ja ha canviat la manera com els turistes busquen, reserven i comparteixen. El futur passa per destinacions intel·ligents, on les dades ajudin a planificar millor, a distribuir millor els fluxos i a personalitzar l'experiència. En aquest entorn, les dades són un actiu estratègic i han de quedar al servei del territori, no d'uns pocs actors globals. Hem de tenir sobirania sobre les dades que generem.

El quart repte és la **innovació** com a motor de canvi que permeti aportar més sentit, més coherència i més valor a la gestió del turisme. La innovació en aquest àmbit implica experimentar, col·laborar

amb altres sectors, crear productes híbrids i convertir la sostenibilitat en una oportunitat de negocis. La innovació ha d'arribar, també, a la relació amb els treballadors i treballadores, així com amb el conjunt de la comunitat.

El cinquè repte és una nova manera d'abordar **l'economia i les desigualtats**. El turisme genera molt valor, però no sempre aquest valor queda al territori. El veritable èxit no és tenir més visitants, sinó més prosperitat compartida: millor ocupació, més formació, més valor afegit local. Cal que la riquesa que genera el turisme es quedi al territori i millori la vida de les persones que hi viuen tot l'any.

El sisè repte és el de la **seguretat i la incertesa global** en temps d'inestabilitat: guerres, crisis energètiques, ciberatacs, pandèmies... El turisme depèn de la confiança, i aquesta només és possible d'aconseguir amb planificació, previsió i transparència. Per aquest motiu cal treballar en protocols, sistemes de gestió de risc i col·laboració real entre administracions i empreses.

I el setè repte és comptar amb un model de funcionament basat en **la governança**, en la capacitat de compartir lideratge, de prendre decisions conjuntes i de rendir comptes amb transparència. Cal deixar de banda la competència entre actors i transformar-la en col·laboració intel·ligent. Aquesta és, probablement, la clau que determinarà quines destinacions sobreviuran i quines quedaran enrere.

Davant aquests reptes globals, les Terres de l'Ebre tenen una clara **ambició**.

Les Terres de l'Ebre volen consolidar-se com el referent mediterrani en turisme sostenible i de natura, amb un model arrelat al territori que genera valor i oportunitats reals per als seus residents.

Aposten per un desenvolupament equilibrat i desestacionalitzat, que preserva l'autenticitat com a valor diferencial i projecta el turisme com un aparador actiu del territori: una finestra oberta al seu patrimoni natural, cultural i productiu.

Amb les persones i el paisatge al centre, les Terres de l'Ebre aspiren a créixer i desenvolupar-se, impulsant un turisme que transforma sense desfigurar, i que inspira des del respecte i la identitat.

Per tal de fer realitat aquesta ambició a les Terres de l'Ebre, els **factors clau d'èxit** es construeixen al voltant d'un posicionament clar i diferencial en turisme sostenible i de natura. La baixa densitat turística, lluny de ser una feblesa, es percep com un valor per a la demanda, reforçant una imatge d'autenticitat, tranquil·litat i qualitat ambiental. El gran volum d'espais naturals, juntament amb productes ja consolidats com el cicloturisme, l'ornitologia o l'enoturisme, configuren una proposta coherent amb les tendències de mercat i amb l'ambició de ser un referent mediterrani en turisme responsable.

Un altre factor clau és la forta identitat territorial i l'elevada autoestima dels residents, que permeten concebre el turisme com un aparador del territori i un motor de desenvolupament local. El marc de la Reserva de la Biosfera, la sensibilitat creixent envers la sostenibilitat i la voluntat d'evolucionar cap a models de gestió més intel·ligents aporten solidesa estratègica. Tanmateix, l'èxit futur dependrà de la capacitat d'enfortir la governança, millorar la innovació i avançar en la internacionalització, sense comprometre la fragilitat ambiental del Delta ni l'essència del territori.



Propòsit Visió Valors

Millorem la vida i les oportunitats de la Catalunya Sud

Propòsit

A través de la gestió de les marques turístiques, actuar com a motor de canvi en el desenvolupament econòmic i social, en la cerca del bé comú de les persones de la demarcació, facilitant la gestió eficient dels nostres municipis i contribuint al creixement sostenible del territori.

Visió

Volem ser protagonistes actius de l'evolució innovadora i basada en el coneixement de la Catalunya Sud. En aquesta regió diversa han de conviure diferents sectors econòmics, entre els quals el turisme, tot procurant un desenvolupament sostenible i la qualitat de vida de les persones que hi vivim.

Valors

Innovació: Crear valor públic fent coses significativament diferents o noves, millorar i gestionar el canvi, valorant la diversitat.

Cooperació, participació i facilitació: Treballar en equip col·laborant activament amb altres persones i grups tant interns com externs, fomentant la proximitat.

Sostenibilitat i bé comú: Pensar en el desenvolupament equilibrat i col·lectiu de la societat per satisfer les necessitats de la població sense comprometre les capacitats futures.

Integritat, transparència i corresponsabilitat: Mantenir amb fermesa la coherència interna per ser fiable i responsabilitzar-se de les accions de forma transparent i participativa.

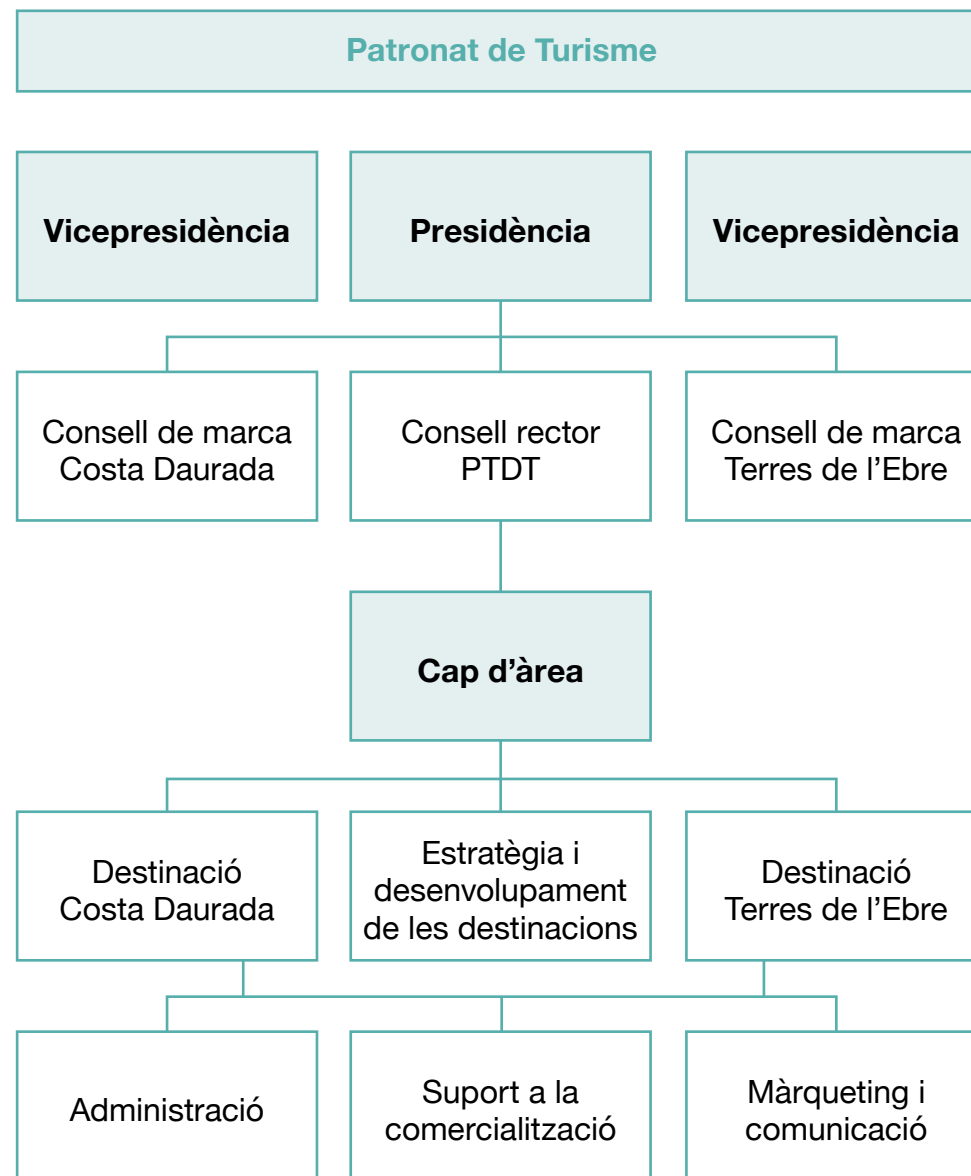
Resultats i eficiència: Promoure l'obtenció del màxim nivell de resultats i benestar factibles a partir dels recursos disponibles.



Organització del Patronat de Turisme



El Patronat de Turisme, amb l'objectiu de donar resposta al seu propòsit i visió, en congruència amb aquests i amb els valors de l'organització compta amb la següent estructura organitzativa:



L'activitat del Patronat de Turisme s'organitza a l'entorn de la gestió de les destinacions Costa Daurada i Terres de l'Ebre, cadascuna amb subunitats per al seu funcionament i per a l'assoliment d'objectius de màrqueting i suport a la comercialització.

Recentment, el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona ha creat una nova àrea d'Estratègia i Desenvolupament de les destinacions que donarà servei a les dues marques. El seu objectiu genèric és afavorir una gestió turística que sigui capaç d'afrontar els nous escenaris que el sector ha d'encarar.

Les funcions específiques de l'àrea **Estratègia i desenvolupament de les destinacions** són:

- 1 Gestió de la unitat de coneixement i intel·ligència de mercat: dades, informes, benchmarking, nous segments, tendències emergents...
- 2 Gestió de la unitat de valorització de producte turístic.
- 3 Gestió del servei de planificació turística municipal.
- 4 Programa d'impuls a la sostenibilitat.
- 5 Implementació d'actuacions de formació i capacitatció del sector local.
- 6 Coordinació transversal entre marques i amb els grups d'interès del territori.
- 7 Monitoratge de *KPI's*.
- 8 Participació en xarxes i projectes de *benchmarking* i innovació turística.
- 9 Impuls de programes de sensibilització i participació ciutadana.



Marc estratègic de Catalunya



Per tal de mantenir i millorar la coordinació, així com l'eficiència de les actuacions del Patronat de Turisme, aquest alinea la seva estratègia amb l'establerta per l'Agència Catalana de Turisme a través del **Pla de Màrqueting de l'Economia del Visitant a Catalunya**. Amb un horitzó que abasta fins al 2028, aquest marc estableix un nou enfocament del turisme basat en el valor compartit i el benestar col·lectiu.

El turisme es concep com una activitat estratègica per al desenvolupament econòmic i social del país, però també com una eina de cohesió territorial, sostenibilitat i preservació de la identitat cultural i natural. Amb un pes rellevant a l'economia catalana —al voltant del 12 % del PIB i centenars de milers de llocs de treball—, el sector turístic afronta reptes importants relacionats amb la concentració territorial, l'estacionalitat, la pressió sobre els recursos i la convivència amb la població resident. Davant d'aquesta realitat, el Pla de Màrqueting de Catalunya proposa superar el model centrat en el volum de visitants i avançar cap a un model que prioritzi la qualitat, l'impacte positiu i el retorn social del turisme.

Els seus objectius inclouen la desestacionalització de la demanda, la desconcentració territorial de l'activitat turística, la diversificació d'experiències i perfils de visitants, l'augment de l'impacte econòmic positiu, el reforç de la relació entre residents i visitants, l'impuls d'un turisme ambientalment i socialment sostenible, la fidelització de visitants alineats amb els valors del país i el posicionament de Catalunya com a destinació de referència internacional.

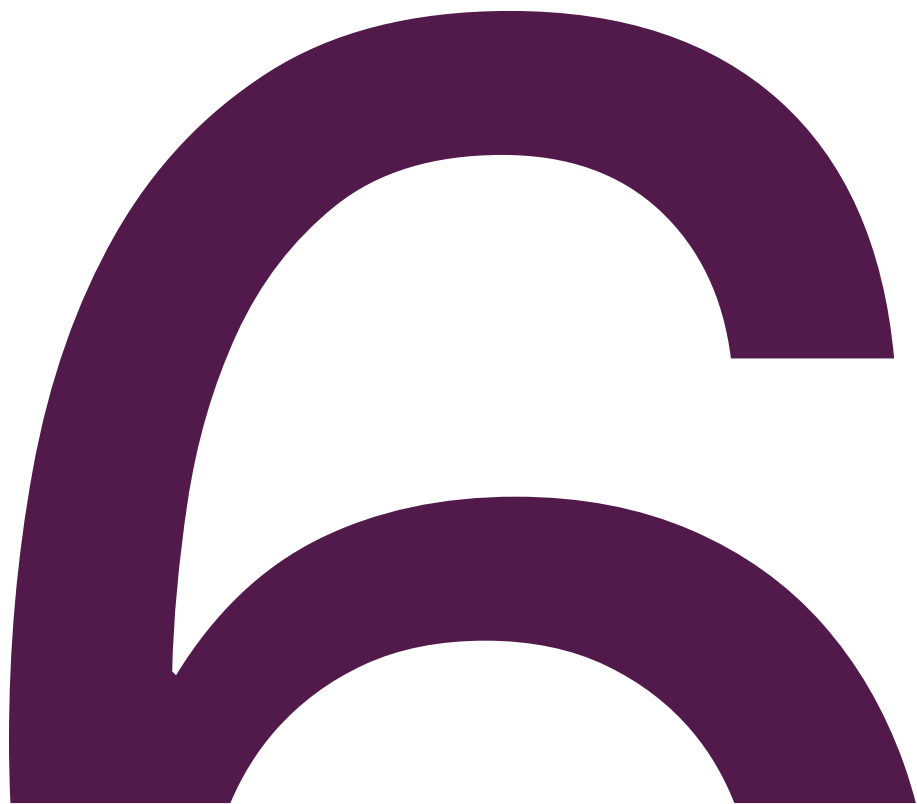
Per assolir aquests objectius, el Pla de Màrqueting de Catalunya articula diverses línies d'acció basades en el visitant conscient, la regeneració del territori, la innovació i la digitalització, una comunicació centrada en valors i la implicació activa de la ciutadania. El resident ocupa un paper central com a agent clau del model turístic, en una visió que entén el turisme com una activitat compartida, responsable i orientada al futur.

Més informació [aquí](#).



Objectius estratègics

- 1** Aprofundir en el sistema de governança turística del territori, amb nous instruments de caràcter específic i consolidar la col·laboració en la promoció amb els agents públics i privats locals, com a signe d'identitat del foment del turisme a les Terres de l'Ebre.
- 2** Mantenir dinàmiques de sensibilització per a les mesures en turisme dels ODS als agents locals de la cadena de valor turística.
- 3** Donar suport als processos i eines per assolir una millor experiència turística sobre els actius turístics de la destinació.
- 4** Desplegar accions de màrqueting, en especial en format digital, abastant el foment d'activitats consolidades i de noves activitats i productes al territori, aprofundint en la capacitat de mesurar el retorn de les accions.
- 5** Revisar la matriu de productes, segments i mercats en benefici d'una millor distribució en l'espai i en el temps.
- 6** Aprofundir en la identitat actual de les marques, aprofitant el rol, la tasca i el lideratge del Patronat tot integrant i harmonitzant visions i projectes turístics locals.
- 7** Impulsar la implementació d'eines digitals que afavoreixin la competitivitat, establint un procés per integrar o harmonitzar les diferents eines d'intel·ligència implementades a la destinació per evitar les duplicitats, el desconeixement d'iniciatives, i afavorir la implementació.
- 8** Identificar exhaustivament el fet turístic al territori i consolidar eines pel flux d'informació eficaç amb els agents turístics, valorant l'impacte de l'activitat, difonent-lo entre la societat.
- 9** Estrènyer vincles entre els centres educatius i el sector productiu per adequar l'oferta de formació a les necessitats.



Línies estratègiques i accions



El Pla de Mandat de la Diputació de Tarragona 2023-2027 s'estructura a l'entorn d'uns eixos d'actuació amb una estratègia ben definida per als diferents àmbits, amb l'objectiu de garantir un desenvolupament equilibrat, sostenible i inclusiu del territori. Les línies estratègiques que contempla el Pla es basen en la innovació, la cohesió social, la sostenibilitat ambiental, la dinamització econòmica i la igualtat d'oportunitats, tot impulsant polítiques que reforcin el teixit empresarial, fomentin l'ocupació de qualitat i promoguin la col·laboració entre administració, universitat, empreses i ciutadania.

El Patronat de Turisme estableix un seguit d'accions que donen resposta, en l'àmbit de la gestió turística i de les marques, a diferents línies estratègiques definides en el vigent Pla de Mandat.

Innovació, transferència del coneixement i reindustrialització

Projectes al servei del coneixement, la intel·ligència de mercat, la sostenibilitat i la valorització del producte

Participació al grup de SEGITTUR de destinacions DTI's, la xarxa de Destinacions Turístiques Intel·ligents juntament amb la resta de destinacions del territori adherides al projecte.

Oferir el Servei d'Assistència Municipal en turisme per l'elaboració de Plans Estratègics en turisme.

Elaborar el Pla d'Actuació 2026.

Generar 12 informes de seguiment de l'activitat turística.

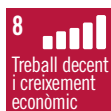
Treballar per la transferència de coneixement turístic al territori de la mà del Laboratori d'Innovació Turística i l'Observatori de Turisme.

Treballar amb l'Agència Catalana dins del grup de treball Intel·litur, que gestiona la plataforma de gestió intel·ligent de dades turístiques de Catalunya.

Desenvolupar accions derivades del Pla de sostenibilitat a dur a terme amb el sector públic i privat a les Terres de l'Ebre.

Participar, fomentar i dinamitzar les Cartes Europees del Turisme Sostenible dels Parcs Naturals del Delta i dels Ports.

Desplegament de la digitalització del projecte d'extensió de la Via Verda de la Val de Zafán, Terres de l'Ebre.



Turisme sostenible i responsable

Assolir el 60% de les accions de màrqueting a Terres de l'Ebre en format online

Desenvolupar 10 accions de publicitat a Internet per a la promoció d'Experiències Terres de l'Ebre.

Establir 2 acords de comàrqueting amb comercialitzadores d'experiències i OTAs. Terres de l'Ebre.

Desplegar campanyes generalistes i per productes a través de xarxes socials.

Desenvolupar actuacions per a la millora del posicionament de les Terres de l'Ebre. Reserva de la Biosfera com a destinació de natura de referència

Desenvolupar el Pla de Conjunt per la millora de l'experiència turística de les Terres de l'Ebre.

Definir una línia de subvencions per a l'impuls de la promoció amb el sector privat de l'allotjament i les experiències turístiques.

Promoure l'Oleoturisme en el marc del programa Oleoturismo Espanya amb l'Associació de municipis de l'olivera d'Espanya.

Desplegar accions de la Ruta del Grand Tour de Catalunya de descoberta del territori i les seves experiències.

Desplegar el programa de màrqueting i comunicació del Cicloturisme.

Desplegar el programa de màrqueting i comunicació del Turisme de Natura i l'Ecoturisme.

Desenvolupar 2 accions de promoció de les Experiències de Terres de l'Ebre.

Desenvolupar 2 campanyes de publicitat de l'Enoturisme.

Desenvolupar 4 accions de promoció al programa de Birdwatching.

Impulsar la col·laboració estratègica amb el COPATE com a ens gestor de la Reserva de la Biosfera per consolidar un model turístic arrelat al territori. Aquesta aliança permetrà harmonitzar la comunicació de la marca Terres de l'Ebre amb els valors de sostenibilitat i conservació, promovent productes que generin prosperitat compartida sense comprometre la fragilitat ambiental de l'entorn.

Portar a terme accions de màrqueting i comunicació per a un millor posicionament dels productes de les Terres de l'Ebre, Reserva de la Biosfera

Campanya de màrqueting online en Conveni Córner als mercats prioritaris.

Campanyes de contingut a mercats prioritaris en forma de Branded Content i a mitjans digitals.

Desplegar campanyes de publicitat en mitjans generalistes i especialitzats en turisme.

Desenvolupar la línia de patrocini esportiu per tal d'optimitzar el seu impacte de marca.

Impulsar la Promoció i difusió del patrimoni cultural.

Desenvolupar 1 campanya de promoció de la Gastronomia.

Desenvolupar 1 campanya de promoció del Turisme Nàutic.

Desenvolupar 2 campanyes de comunicació per al programa de Viles Marineres i Litoral.

Desenvolupar 2 campanyes de promoció a la Taula dels municipis de la Festa de l'Arròs.

Treballar amb l'Agència Catalana de Turisme dins la Xarxa Turisme per Tothom.

Disseny i posada en marxa del nou portal web www.terresdelebre.travel.

Disposar d'un banc d'imatges i de produccions audiovisuals al servei del Patronat de Turisme i també dels municipis i ens comarcals.

Elaboració d'agenda mensual d'activitats i el disseny de newsletters amb el recull d'activitats adreçades als visitants.

Organitzar i donar suport a rodes de premsa de les Terres de l'Ebre.

Reeditar catàlegs de la col·lecció de material gràfic de Terres de l'Ebre.



Espais de relació amb actors públics i privats del sector per desplegar programes de màrqueting

Foment i lideratge del grup de treball el Paisatge dels Genis pel posicionament de la destinació en turisme cultural.

Desenvolupar el Sistema Integrat de Màrqueting Turístic de Catalunya (Bilaterals).

Desplegar iniciatives per a la celebració del 40 aniversari de la creació del Patronat de Turisme.

Garantir la participació del Patronat al Consell de Direcció de l'Agència Catalana de Turisme.

Organitzar l'esdeveniment i el lliurament dels premis Jordi Cartanyà al "Som Turisme Costa Daurada i les Terres de l'Ebre".

Segmentar el Turisme de Reunions i esdeveniments a les Terres de l'Ebre per sectors econòmics (MICE) mitjançant el Costa Daurada Convention Bureau.

Accions de suport a la comercialització per a una millor distribució dels productes de les Terres de l'Ebre

Desenvolupar el programa de fires de les Terres de l'Ebre.

Organització i execució del programa de viatges de familiarització i de premsa.

Organització del workshop In&Out d'excursions i experiències de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre per afavorir la comercialització dels productes turístics de la destinació.

Modernització dels sistemes interns i dels serveis que presta la Diputació, incloent-hi nous mecanismes com la concertació

Línies de suport a tercers pel que fa a turisme i productes agroalimentaris

Actualitzar les línies d'ajut als ajuntaments, oficines i patronats de Turisme per a la promoció turística.

Actualitzar les línies de subvencions per a l'impuls de la promoció agroalimentària de qualitat.

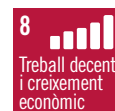
Gestionar els Convenis de Col·laboració i Subvencions Nominatives per accions especials a les Terres de l'Ebre.

Gestionar les publicacions de convenis i contractes en els registres oficials i en els portals de transparència.

Gestió i funcionament de l'oficina a Tortosa

Convocar els Consells de Marca de Terres de l'Ebre i el Consell Recorridor del Patronat de Turisme.

Garantir el funcionament de l'oficina del Patronat a Tortosa.





Programa de fires

El calendari de fires amb participació del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona Terres de l'Ebre subjecte a possibles modificacions, ajornaments o suspensions, és el següent:

Fira	Data	Lloc
FITUR	21/01 – 25/01	Madrid
FIETS EN WANDELBEURS	13/02 – 15/02	Utrecht
FIETS EN WANDELBEURS	28/02 – 01/03	Gant
COPENHAGEN BIKE SHOW	07/03 – 08/03	Copenhagen
B-TRAVEL	20/03 – 22/03	Barcelona
DELTA BIRDING FESTIVAL	18/09 – 20/09	Amposta
SEA OTTER	18/09 – 20/09	Girona



Ajuts, serveis i assistència als municipis i entitats privades

Bases de subvencions de concurrència competitiva

Concessió de subvencions per a programes concrets de gestió de les destinacions turístiques

Què és?

És un programa de suport econòmic adreçat als ens locals per impulsar projectes que reforcin el desenvolupament turístic, la modernització i el màrqueting de les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre.

Per a què serveix?

Per facilitar als ens locals recursos econòmics que permetin desenvolupar projectes que reforcin la competitivitat turística i contribueixin a les accions de màrqueting conjunt impulsades pel Patronat.

A qui s'adreça?

Als patronats i oficines de Turisme locals i comarcals, ajuntaments i consells comarcals amb activitat o interès en l'àmbit turístic.

Què ofereix?

Subvencions adaptades a les necessitats dels territoris:

- Destinacions Turístiques Intel·ligents (DTI).
- Suport a la diagnosi i actuacions inicials per avançar cap a un model de gestió intel·ligent.
- Actuacions derivades de Plans Estratègics de Turisme.
- Finançament per desplegar accions previstes en la planificació turística local o comarcal.
- Presència digital.
- Suport per crear, millorar o actualitzar webs i altres eines digitals de contingut turístic.
- Distintius de qualitat de platges.
- Ajut per a l'obtenció de certificacions de qualitat i gestió ambiental.

Com s'atorga?

L'import de la subvenció es calcula aplicant els criteris establerts per cada línia (població, incidència del projecte, distintius de qualitat, etc.) sobre la despesa subvencionable.

Concessió de subvencions per a la difusió de productes agroalimentaris i artesans de qualitat

Què és?

És una línia de subvencions destinada a donar suport a accions de difusió dels productes agroalimentaris i artesans de qualitat de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre, amb l'objectiu de reforçar la imatge turística del territori.

Per a què serveix?

Per donar suport a iniciatives que afavoreixin els productes locals de qualitat i reforcin la marca turística Costa Daurada i Terres de l'Ebre a través de la gastronomia i l'artesania del territori.

A qui s'adreça?

Als ens de dret públic: ajuntaments, consells comarcals, EMD, mancomunitats i els seus ens dependents.

Entitats privades sense ànim de lucre, cooperatives i consells reguladors.

Què es pot subvencionar?

Accions de difusió i promoció relacionades amb productes agroalimentaris i artesans, especialment els que compten amb distintius de qualitat (DO, DOP, DOQ, IGP, MQ):

- Fires, mostres i mercats.
- Activitats orientades a la visibilització i promoció del producte local.
- Jornades, tastos, tallers i esdeveniments gastronòmics.
- Accions de comunicació i màrqueting online.
- Xarxes socials, blogs, influencers.
- Publicitat digital.
- Webs i continguts multimèdia.
- Accions de comunicació offline.
- Mitjans de premsa, ràdio i televisió.
- Publicitat exterior.

Què NO se subvenciona?

Entre d'altres: activitats festives, fires multisectorials, actuacions culturals o esportives, estudis i consultories, guiatges, àpats i despeses de funcionament ordinari.

Com s'atorga:

L'import de la subvenció es calcula aplicant els criteris establerts per cada línia (població, incidència del projecte, etc.) sobre la despesa subvencionable.

Servei de planificació turística

Què és?

És un servei d'assessorament especialitzat per ajudar els ens locals a impulsar i millorar la gestió turística, abordant una activitat complexa amb una visió estratègica i sostenible.

A qui s'adreça?

Als ens locals de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre que necessiten estructurar, ordenar o reforçar el seu model de gestió turística.

Què ofereix?

Anàlisi de potencialitats turístiques del municipi.

Definició d'estratègies de desenvolupament i gestió de la destinació.

Elaboració d'un estudi professional de planificació turística, adaptat a la realitat local.

Orientació per estructurar el model de gestió pública del turisme a escala municipal.

Condicions del servei

Servei ofert a demanda dels ens locals.

El cost de l'estudi es comparteix amb el Patronat segons una escala proporcional al volum de població, d'acord amb les ordenances fiscals de la Diputació de Tarragona.

Per a què serveix?

Enfortir la sostenibilitat i la competitivitat de la destinació.

Disposar d'un full de ruta clar i professional.

Millorar la governança turística local.

Servei de banc d'imatges i producció audiovisual

Què és?

És un servei que proporciona recursos fotogràfics i audiovisuals professionals per reforçar el màrqueting i la comunicació turística dels municipis.

A qui s'adreça?

Als patronats municipals de Turisme, oficines de Turisme i ens locals de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre.

Què ofereix?

Reportatge fotogràfic professional (25 fotografies) per crear o renovar el fons visual de l'ens local.

Producció audiovisual amb dues modalitats, segons l'entitat sol·licitant: ajuntaments o bé consells comarcals. En tots dos casos, s'ofereix el lliurament de fins a dues càpsules de vídeo.

Objectius del servei

Facilitar material fotogràfic i audiovisual professional i de qualitat als ens locals.

Generar continguts que es puguin utilitzar en accions de màrqueting conjunt impulsades pel Patronat de Turisme.

Per a què serveix?

Per millorar la comunicació i la presència digital del municipi.

Dotar els ens locals i comarcals de materials nous, homogenis i alineats amb la marca del territori.



Diputació Tarragona

C/ Santa Anna, 3
43500 Tortosa

Tel. 0034 977 44 44 47

terresdelebre@dipta.cat
www.terresdelebre.travel

@terresebre

