

**PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA, S.A.**  
**CONSELL D'ADMINISTRACIÓ ORDINARI DEL 27 DE MAIG DE 2020**

**Identificació de la sessió**

**Data:** 27 de maig de 2020

**Caràcter:** ordinari

**Hora d'inici:** 17:12 h

**Lloc:** SEU JURÍDICA DEL PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA, SA  
Av. Sant Francesc, 29, 3a planta  
17001 - GIRONA

**PERSONES ASSISTENTS:**

Miquel Noguer i Planas  
Jaume Dulsat i Rodriguez  
Jordi Masquef i Creus  
Enric Dotras i Rusalleda  
Josep Piferrer i Puig  
Juli Fernandez Iruela Josep  
Pere Polanco i López  
Joaquim Majó i Fernández  
Miquel Gotanegra i Portell  
Esther Torrent i Vila  
Antonio Escudero i Martínez  
Jordi Martí i Utset  
Lluís Torrent i Suñé  
Ramon Corominas i Estany

Ha excusat la seva assistència el Sr. Salvador Balliu i Torroella.

Actua com secretari del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, el Sr. Jordi Batllori i Nouvilas.

Assisteix com a convidat el Sr. Norbert Bes i Ginesta, que prendrà possessió del càrrec de director general del Patronat de Turisme Costa Brava Girona el proper dia 1 de juny de 2020.

**ORDRE DEL DIA**

1. Donar compte de les **resolucions** adoptades per la Presidència.
2. Propostes d'acord:
  - 2.1. Donar compte i aprovar, si s'escau, la ratificació de la Resolució de Presidència núm. 2020/58, de data 16/04/2020, en relació a ***l'aprovació de de la liquidació de l'Acord de***

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020

- Cofinançament amb Aeroports Públics de Catalunya, SLU, per l'exercici 2019.**
- 2.2. Donar compte i aprovar, si s'escau, la ratificació de la Resolució de Presidència núm. 2020/61, de data 03/05/2020, en relació a ***l'aprovació de l'Addenda al contracte de patrocini de les Jornades de Turisme Debat 2020: El Turisme a les comarques gironines a debat, que organitza l'Associació Taula Gironina de Turisme.***
  - 2.3. Donar compte i aprovar, si s'escau, la ratificació de la Resolució de Presidència núm. 2020/64, de data 11/05/2020, en relació a ***l'aprovació del nomenament del Sr. Norbert Bes i Ginesta, com a Director del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, amb data 1 de juny de 2020.***
  - 2.4. Proposta i aprovar, si s'escau, les ***bases dels Premis de Recerca Turística Ivette Barbaza 2020.***
  - 2.5. Proposta i aprovar, si s'escau, el ***Conveni entre el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, i l'Associació de Turisme Rural de Girona, pel seu Pla d'Accions per l'exercici 2020.***
  - 2.6. Proposta i aprovar, si s'escau, el ***Conveni entre el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, i l'Associació Cuina de l'Empordanet, per l'exercici 2020.***
  - 2.7. Proposta i aprovar, si s'escau, el ***Conveni de col·laboració entre l'Agència Catalana de Turisme i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, per a la integració, mitjançant aportació econòmica, per a l'any 2020, en el Consell de Direcció de l'Agència Catalana de Turisme.***
  - 2.8. Proposta i aprovar, si s'escau, l'***Addenda a l'Acord Marc de Protocol d'Actuació financera per a l'organització de l'Assemblea General de MEDCRUISE 2020 a la Costa Brava, per trasllat de l'esdeveniment al maig 2021.***
  - 2.9. Proposta i aprovar, si s'escau, el ***Conveni de Col·laboració entre el Consorci de les Vies Verdes de Girona i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, per al traspàs i gestió dels agents econòmics del Consorci.***
  - 2.10. Donar compte i aprovar, si s'escau, la ratificació de ***l'aprovació de la Resolució de Presidència 2020/65 bis de data 15/05/2020, en relació a la declaració d'emergència per a la contractació d'actuacions gestionades pel Patronat davant la pandèmia COVID-19.***
  - 2.11. Proposta i aprovar, si s'escau, l'anunci de ***convocatòria de l'Ordre del dia de la Junta General Ordinària d'Accionistes del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, que es celebrarà el dijous, dia 16 de juliol de 2020 a les 18:30 hores, a la Sala de Plens de la Diputació de Girona, Pujada de Sant Martí, 4-5, 17004 de Girona.***
3. Assumptes arribats amb posterioritat.
    - 3.1. Donar compte i aprovar, si s'escau, la ratificació de ***l'aprovació de la Resolució de Presidència 2020/69, de data 27 de maig de 2020 en relació a l'adjudicació del servei de creativitat i generació del concepte de comunicació per a la campanya publicitària turística de la Costa Brava i Pirineu de Girona a mercat de proximitat.***
    - 3.2. Proposta i aprovar, si s'escau, la proposta d'aprovació de la primera pròrroga d'un any del contracte amb la senyora ***AGNÈS GÜELL I FÀBREGAS, pel servei de Secretaria Tècnica del Club de Turisme Esportiu del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA.***
    - 3.3. Proposta i aprovar, si s'escau, la proposta d'aprovació de la segona pròrroga d'un any del contracte amb l'empresa ***MINIMILKS MARKETING AND BRANDING, S.L., pel servei d'assistència tècnica pel disseny i comunicació gràfica del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA.***
    - 3.4. Donar compte i aprovar, si s'escau, la ratificació de ***l'aprovació de la Resolució de Presidència 2020/65 de data 25/05/2020, en relació a l'adjudicació del contracte pel***



*subministrament en la modalitat de rènting de dos vehicles nous pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona.*

- 3.5. Proposta i aprovar, si s'escau, el **nomenament del compliance officer, Sra. Elena Ramos i Carrasco, del Patronat de Turisme Costa Brava Girona SA, en substitució del Sr. Jordi Turon i Serra.**
4. Explicació de diferents punts entorn a la situació provocada per l'estat d'alarma del contagi del COVID-19
  - 4.1. Donar compte de les accions de promoció realitzades pel Patronat, **des del dia 1 de març de 2019 i fins el dia 15 de maig de 2020.**
  - 4.2. Donar compte de la proposta finalista del servei de **creativitat i generació del concepte de comunicació per a la campanya publicitària turística de la Costa Brava i Pirineu de Girona a mercats de proximitat.**
  - 4.3. Donar compte de la proposta finalista del servei **d'assessorament comunicatiu per a la definició i integració dels nous conceptes i missatges comunicatius que permetin afegir valor a les marques Costa Brava i Pirineu de Girona i als seus productes turístics principals, en etapa post-covid19.**
5. Precs i preguntes.
6. Aprovació de l'acta de la sessió.

## DESENVOLUPAMENT DE LA SESSIÓ:

### 1. DONAR COMPTE DE LES RESOLUCIONS ADOPTADES PER LA PRESIDÈNCIA

#### 1.1 Resolucions de Presidència

Es pren coneixement per part del Consell d'Administració de les resolucions dictades per Presidència des de l'última sessió fins a la data de convocatòria, que s'especifiquen a continuació:

Llistat Resolucions		
data	nº resolució	concepte
15/04/2020	55	CONCEDIR una excedència a l'empleada, Sra. Elisabet Pérez Gallardo, per tal de tenir cura del seu fill menor, pel període comprès entre el dia 30 d'abril del 2020 i el 4 d'agost del 2020 (ambdós inclosos).
15/04/2020	56	CONCEDIR a l'empleada, Sra. Elisabet Pérez Gallardo, la compactació de la lactància el seu fill nascut el passat 17 de desembre de 2019, per un període de 15 dies laborables.
15/04/2020	57	APROVAR la despesa pels serveis de comunicació fixes de veu i dades amb l'empresa, TELEFONICA DE ESPAÑA SAU (lot1), i del servei de comunicació mòbils de veu i dades amb ORANGE ESPAGNE SAU (lot2), per adhesió a la licitació del Consorci LOCALRET.
16/04/2020	58	APROVACIÓ liquidació de l'Acord e Cofinançament amb Aeroports Públics de Catalunya, SLU, per l'exercici 2019

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



16/04/2020	59	ATORGAMENT ajuts personal abril 2020
23/04/2020	60	APROVACIÓ de la nòmina abril 2020
29/04/2020	61	APROVAR l'addenda al contracte de patrocini entre el Patronat de Turisme Costa Brava Girona i l'Associació Taula Gironina de Turisme
30/04/2020	62	RETORNAR la garantia definitiva de 8.900,00 euros dipositada per l'adjudicatària, INDISSOLUBLE, SL, atès que no existeixen responsabilitats que hagin d'exercitar-se sobre la garantia definitiva i ha transcorregut el termini de garantia.
08/05/2020	63	RETORNAR la garantia definitiva de 3.000,00 euros dipositada per l'adjudicatària, ICMEDIA PRODUCCIONS I REALITZACIONS, atès que no existeixen responsabilitats que hagin d'exercitar-se sobre la garantia definitiva i ha transcorregut el termini de garantia.
11/05/2020	64	APROVACIÓ data efectes nomenament del Sr. Norbert Bes Ginesta, com a Director del PTCBG, SA, del dia 1 de juny de 2020
15/05/2020	65	DECLARACIÓ d'emergència per a la contractació d'actuacions gestionades pel Patronat davant la pandèmia del virus Covid-19

**1.2 Contractes:**

**1.2.1 Contractes menors:**

Es pren coneixement per part del Consell d'Administració dels contractes menors subscrits, des de l'última sessió fins a la data de convocatòria, que s'especifiquen a continuació:

Expedient	Departament	NIF	Nom	Objectes	Import (€)
2020/180	Marketing	B64715188	VIAJES LIBRATUR SL	Contracte pel servei d'agència per a les accions de comarketing dels tour operadors Join Up i TUI del mercat rus, quins serveis inclou: participació a la Fira Turística Inside, organitzada per TTOO Join Up a Kiev el 23 i 24 de març (lloguer de l'estand i publicitat al catàleg online de la fira; 3 nits d'allotjament d'hotel; transfer entre l'hotel, l'aeroport i la fira; sopar amb agències TTOO Join Up) i participació al Roadshow organitzat per TTOO Tui Rusia a St. Petesburg, Ekateringurg i Krasnodar (5 nits d'allotjament en hotels, transfer entre l'hotel i l'aeroport, els vols entre les diferents ciutats i la participació en els corresponents events), segons l'establert en els pressupostos corresponents.	7.502,00

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020





2020/191	Marketing	B55014674	ANMAMATO-DARIPE SL	Contracte pel servei de gestió del blog Som Tot des de l'abril a l'octubre de 2020, quins serveis inclou: publicació de 2 articles mensuals al canal blog en 3 idiomes (cat / cast / eng), 2-3 publicacions setmanals a tota l'estructura de canals definida (blog + facebook) en 3 idiomes (cat / cast / eng), gestió diària dels canals i de la reputació digital, resposta a comentaris i consultes segons protocol establert i interacció amb associacions, entitats, col·lectius i perfils o canals influents, segons l'establert al pressupost.	4.620,00
2020/203	Marketing	38831519K	CRISTINA UBACH PELLICER	Contracte pel servei de realització d'un e-book d'experiències de benestar i cultura, que constarà de 3 blocs temàtics, quins serveis inclou: redacció, edició de fotografies, disseny i maquetació, segons l'establert al pressupost.	4.598,00
2020/231	Administració	B63942866	MEDITERRANEAN CONSULTING BARCELONA, SL	Contracte pel servei de consultoria, en la modalitat d'una bossa de 160 hores, per a donar suport al Patronat durant el desenvolupament a mida de l'aplicatiu de gestió interna de recursos turístics, quin servei inclou: coordinació del procés amb el Patronat i l'empresa adjudicatària, suport per a la definició de nous requeriments vinculats a l'aplicatiu i anàlisi de nous requeriments de gestió de l'aplicatiu, segons l'establert al pressupost. Inclou les despeses a incórrer al projecte. La facturació es farà a mes vençut.	17.424,00
2020/228	Marketing	GB972307221	TRAVEL WEEKLY GROUP LTD	Contracte pel servei de convocatòria d'agències premium per l'acció Post-Connections, que tindrà lloc a Londres el 29 de setembre.	5.000,00

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



2020/236	Administració	40317905D	LLUÍS REVERTER MERCADER	Contracte pel servei de suport funcional i tècnic a l'empresa adjudicatària responsable del desenvolupament a mida de l'aplicatiu de gestió interna de recursos turístics del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, quins serveis inclou: bossa de 460 hores a un preu unitari de 30€/hora, segons l'establert al pressupost.	16.698,00
----------	---------------	-----------	----------------------------	---	-----------

1.2.2 Contractes privats:

Es pren coneixement per part del Consell d'Administració dels contractes privats subscrits, des de l'última sessió fins a la data de convocatòria, que s'especifiquen a continuació:

Expedient	Objecte del contracte	Període	Nom	NIF	Import (€)
2020/151	Patrocini del Festival de cançons de tradició oral Càntut, novembre 2020	del 20 al 22 de novembre de 2020	ALTER SINERGIES, SL	B17791559	2.500,00
2020/160	Patrocini del Girona Cycling Festival	del 5 a l'11 d'octubre de 2020	BIKE BREAKS GIRONA CYCLE CENTRE SL	B55189302	6.000,00
2020/176	Patrocini Festival Estiu & Jazz	del 25 de juny al 26 de juliol de 2020	GIRONA ARTELIER SCCL	F55312359	2.500,00
2020/229	Patrocini del concert de Sopa de Cabra a les ruïnes d'Empúries	del 19 de febrer al 3 de maig de 2020	RED, GREEN AND BLACK SL	B17339862	13.999,70

Els membres del Consell d'Administració queden assabentats de la informació facilitada.

**2. PROPOSTES D'ACORD:**

**2.1 DONAR COMPTE I APROVAR, SI S'ESCAU, LA RATIFICACIÓ DE LA RESOLUCIÓ DE PRESIDÈNCIA NÚM. 2020/58, DE DATA 16/04/2020, EN RELACIÓ A L'APROVACIÓ DE DE LA LIQUIDACIÓ DE L'ACORD DE COFINANÇAMENT AMB AEROPORTS PÚBLICS DE CATALUNYA, SLU, PER L'EXERCICI 2019**

Vist la resolució de presidència núm. 2020/58, de data 16 d'abril de 2020, que es transcriu a continuació:

**“RESOLUCIÓ DE PRESIDÈNCIA  
Aprovació liquidació de l'Acord de Cofinançament amb Aeroports Públics de Catalunya, SLU,  
per l'exercici 2019**

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



Expedient: 2019/622/Aprovació acord de cofinançament entre el PTCBG, SA i Aeroports Públics de Catalunya, SLU, per a la promoció econòmica, empresarial i turística a l'entorn de l'Aeroport de Girona-Costa Brava 2019

**ANTECEDENTS**

Vist que el Consell d'Administració d'aquest Patronat, reunit en sessió ordinària el dia 24 d'octubre 2019, va aprovar l'Acord de Cofinançament entre el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, (en endavant el Patronat) i Aeroports Públics de Catalunya, SLU, per a la promoció econòmica, empresarial i turística de les comarques gironines a l'entorn de l'Aeroport Girona-Costa Brava, per l'any 2019.

Atès que en l'acord segon de l'esmentat conveni el Patronat es compromet a donar suport econòmic a Aeroports Públics de Catalunya, SLU, mitjançant l'aportació anual, en concepte d'aportació al pla de cofinançament dels serveis de màrqueting i publicitat de diferents companyies aèries que operen o operaran durant l'exercici 2019 a l'Aeroport de Girona-Costa Brava, i d'acord amb el següent detall:

APORTACIÓ 2019	IMPORT DE COFINANÇAMENT €
PTCBG	1.288.270,00€

Aquest import deriva de la suma, de l'aportació corresponent al 21,66% del pressupost total en relació al cost anual de 5.677517,00€, del qual resulta un import de 1.229.750,00€, més l'aportació de 58.520,00€ corresponen el 100% del cost de les accions publicitàries i de màrqueting amb el tour operador TUI Rússia (Nom fiscal: Borublita Holdings Limited).

Atès que en data 23 de desembre de 2019, el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, va abonar a Aeroports Públics de Catalunya, SLU, el 50% de l'import de l'aportació econòmica per l'exercici 2019, per valor de 532.343,05€, atenent al que estableix al Conveni en l'acord 4rt. **PAGAMENTS**, que de forma literal diu: "El 50% a la signatura de l'acord, en concepte de bestreta, i el 50% restant un cop acceptada la justificació per part del PTCBG, que caldrà presentar abans del 31 de març de l'any 2020.

Vist que en data 27 de febrer de 2020, Aeroports Públics de Catalunya, SLU, presenta via electrònica a través de la plataforma EACAT, amb número de registre d'entrada 1-2020-000414-2, la memòria, el compte justificatiu i les factures corresponents a la despesa total executada durant l'exercici 2019 en campanyes de màrqueting i publicitat a l'entorn de l'Aeroport de Girona-Costa Brava, per un import total de 4.464.572,58€.

Aeroports Públics de Catalunya SLU, també presenta una declaració de responsable del seu Director Corporatiu, Sr. Jordi Candela, en que declara que per l'exercici 2019, que les factures rebudes de les Companyies Aèries i/o touoperadors per la compra de serveis de publicitat i màrqueting per a la promoció de les comarques gironines, ascendeix a l'import de 4.464.572,58€, i que per la regla d'inversió del subjecte passiu (art. 85 LIVA), Aeroport Públics de Catalunya SLU, ha autorepercutit la quantitat de 937.560,24€, els quals tenen la consideració de més cost, per resultar no deduïbles, resultant la part proporcional a liquidar per part del PTCBG, a un import de 210.777,44€

Vist que de la comprovació de la suma de les factures presentades, per Aeroports Públics de Catalunya, per l'exercici 2019, en resulta la següent liquidació:

Companyia Aèria - Exercici 2019	TOTAL
AMS-AIRPORT MARKETING SERVICES	2.832.992,52 €
RYANAIR	690.000,06 €
TUI UK LIMITED	103.317,00 €
POBEDA	232.740,00 €

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020

Pais: CAT, Institució: Patronat de Turisme Costa Brava Girona

PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA - Acta

Codi per a validació : 77M7Q-ILW8Q-5R8ZT  
 Verificació : https://ss4.ddgi.cat/verificador/verificador.jsp?codigo\_entidad=6  
 Aquesta és una còpia impresa del document electrònic referenciat : 7/160.



JORDI BATLLORI I NOUVILAS (1 de 2)  
 Secretari  
 Data signatura : 10/06/2020 14:51:45  
 HASH:46730BAF9A02716D9BA8EBBF62CDB6C21E1C96E

IMOJUEI INOJUEI (2 de 2)  
 President  
 Data signatura : 11/06/2020 13:52:56  
 HASH:46730BAF9A02716D9BA8EBBF62CDB6C21E1C96E

RAINBOW TOURS, SA	94.092,00 €
JET2.COM	464.615,00 €
<b>TOTAL DESPESA 2019</b>	<b>4.417.756,58</b> €
Cofinançament del 21,66%	956.886,08 €
BORUBLITA HOLDINS LIMITED (TUI RÚSSIA) Finançament 100%	46.816,00 €
<b>Cofinançament total corresponent al PTCBG - Exercici 2019</b>	<b>1.003.702,08</b> €
	-532.343,05
Bestreta anticipada el dia 23/12/2019	€
<b>TOTAL liquidació pendent a Aeroports Públics de Catalunya, SLU</b>	<b>471.359,03 €</b>

Atès l'informe jurídic emès el dia 9/12/2019, pel despatx de dret fiscal, DURAN-SINDREU, conforme diu:

“ Per a l'exercici 2019 el PTCBG es compromet a aportar la quantitat de 1.288.270,00 euros, quantitat que ja incorporaria la part de l'IVA que es considera cost, motiu pel qual, si APC justifica la despesa i l'IVA suportat no deduïble que considera cost, PTCBG hauria de satisfer l'import al qual s'ha compromès atenent al seu percentatge de cofinançament. En tot cas, caldria que APC justifiqués l'IVA suportat no deduïble aportant còpia de la liquidació que li ha estat practicada per l'AEAT.

Seria recomanable que el PTCBG fes signar a APC un compromís mitjançant el qual aquesta entitat es compromet a esgotar totes les vies als efectes d'aconseguir una resolució favorable en el sentit de considerar que la percepció de subvencions no limita el seu dret a la deducció de les quotes d'IVA suportades, i en aquest cas, l'obligació d'APC de restituir al PTCBG en aquestes quantitats en la mesura que no constituïria més cost per aquesta entitat”

#### RESOLC:

**PRIMER.-** APROVAR el pagament a Aeroports Públics de Catalunya de l'import de 471.359,03€ (quatre-cents setanta un mil tres-cents cinquanta nou euros amb tres cèntims) com aportació pendent de l'annualitat de l'exercici 2019 del referit acord de cofinançament.

**SEGON.-** Pel que fa al pagament del 21% de l'IVA de l'acord de cofinançament per l'any 2019, exposar que d'acord amb les conclusions jurídiques de l'informe jurídic, caldrà aportar a la tresoreria del Patronat, com a condició prèvia i necessària, un aval bancari indefinit a favor d'aquest, per l'import de 210.777,44 euros, que sigui garantia del possible retorn del pagament realitzat per part del Patronat, en cas que la resolució de l'AEAT fos favorable a APC.

**TERCER.-** NOTIFICAR la present resolució a Aeroports Públics de Catalunya, SLU.

**QUART.-** RATIFICAR la present resolució en la primera reunió del Consell d'Administració que es celebri.”

**ÚNIC.-** RATIFICAR l'aprovació de la resolució de presidència núm. 2020/58, de data 16 d'abril de 2020.

S'aprova per unanimitat.

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



**2.2 DONAR COMPTE I APROVAR, SI S'ESCAU, LA RATIFICACIÓ DE LA RESOLUCIÓ DE PRESIDÈNCIA NÚM. 2020/61, DE DATA 03/05/2020, EN RELACIÓ A L'APROVACIÓ DE L'ADDENDA AL CONTRACTE DE PATROCINI DE LES JORNADES DE TURISME DEBAT 2020: EL TURISME A LES COMARQUES GIRONINES A DEBAT, QUE ORGANITZA L'ASSOCIACIÓ TAULA GIRONINA DE TURISME.**

Vist la resolució de presidència núm. 2020/61, de data 3 de maig de 2020, que es transcriu a continuació:

**“RESOLUCIÓ DE PRESIDÈNCIA**

***Aprovació addenda al contracte de patrocini de les jornades Turisme Debat 2020: el turisme a les comarques gironines a debat, organitzades per l'Associació Taula Gironina de Turisme***

*Expedient: 2020/79/Patrocini de les jornades Debat 2020: el turisme a les comarques gironines, del 30 de gener al 28 de maig de 2020*

**ANTECEDENTS**

*Vist que per Resolució de Presidència número 2020/26 de data 3 de febrer de 2020, es va aprovar el contracte de patrocini de les jornades Turisme Debat 2020: el Turisme de les comarques gironines a debat, entre el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, i l'Associació Taula Gironina de Turisme.*

*Vist que el contracte entre les dues parts es va formalitzar el dia 10 de de febrer de 2020.*

*Atès que l'esmentat contracte es va aprovar la seva ratificació per acord del Consell d'Administració celebrat extraordinària del dia 27 de febrer de 2020.*

*Atès que des d'aleshores, han sorgit diferents punts d'interès rellevant que cal introduir al redactat del contracte i que fan necessària la seva modificació en part.*

*Vistes les actuacions practicades i antecedents de l'expedient, de conformitat amb els Estatuts de la societat, i les competències atorgades al President del Patronat, per Consell d'Administració celebrat en sessió ordinària el dia 24 d'octubre de 2019, **RESOLC:***

**PRIMER.- APROVAR** l'addenda al contracte de entre el Patronat de Turisme Costa Brava Girona i l'Associació Taula Gironina de Turisme, de conformitat amb el text que a continuació es transcriu:

**“ADDENDA AL CONTRACTE DE PATROCINI DE LES JORNADES TURISME DEBAT 2020: EL TURISME DE LES COMARQUES GIRONINES A DEBAT**

**Per una part:**

*El senyor Miquel Noguera i Planas, amb DNI 77906524G en la seva qualitat de President del **PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA, SA**, (en endavant el Patronat), amb NIF A17031246 i domicili social a l'Avinguda Sant Francesc, núm. 29, 3era planta, 17001 de Girona, i expressament facultat per resolució de Presidència núm. 2020/26 de data 03-02-2020.*

**De l'altra part:**

*El Sr. Jordi Martí Utset, major d'edat i amb DNI 40304501Z en qualitat de representant de l'associació **TAULA GIRONINA DE TURISME** (en endavant l'Associació), amb NIF G55366140 i domicili a la plaça Salvador Espriu, 5 planta baixa, 17002 de Girona.*

**EXPOSEN**

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



**PRIMER.-** Que el contracte de patrocini subscrit en data 10 de febrer de 2020 per les dues parts, hi figuren, entre d'altres, els següents acords:

1.- Mitjançant els pactes PRIMER i SEGON, s'acorda, que l'objecte del contracte de patrocini, que literalment estableixen;

**Primer:** L'objecte d'aquest contracte és la projecció de les marques turístiques del Patronat, Costa Brava i Pirineu de Girona, a través de la celebració de les jornades Turisme Debat 2020.

**Segon.** L'ASSOCIACIÓ TAULA GIRONINA DE TURISME organitza de les jornades "Turisme Debat 2020: el turisme de les comarques gironines a debat" per afavorir el diàleg, i que es celebraran 5 jornades, del 30 de gener al 28 de maig de 2020.

2.- Mitjançant el pacte QUART, s'acorden les condicions econòmiques de l'esmentat patrocini, i la documentació necessària perquè aquest produeixi els efectes del seu pagament, que literalment estableix;

**Quart:** El Patronat dins el marc d'aquest contracte es compromet a fer efectiu el pagament de la corresponent factura de contraprestació, quin import serà de **30.000,00 euros**, iva inclòs. Serà necessari que, un cop passat l'esdeveniment, abans de la data de finalització del contracte, i prèviament a la remissió de la pertinent factura, es faci **entrega de la memòria justificativa de l'activitat** realitzada per tal de poder **validar l'acompliment dels punt referits en l'acord tercer**, que haurà de ser validada pel Patronat.

3.- mitjançant el pacte VUITÈ, s'acorda la vigència del contracte de patrocini, que literalment estableix;

**Vuitè:** Aquest contracte entrarà en vigor amb efectes retroactius del dia 30 de gener de 2020 i finalitzarà el 28 de juliol de 2020.

**SEGON.-** Que es volentat de les parts introduir una sèrie de canvis per ajustar tant la gestió del contracte com de les contraprestacions econòmiques, adequant el termini i l'import a un marc temporal més precís i realista, motivat per la crisi sanitària, econòmica i social que ha provocat l'estat d'alarma de la COVID-19.

### ACORDEN

**PRIMER.-** Modificació del pacte primer i segon del contracte:

Que les actuacions previstes en aquests apartats que den concretades, de la següent forma;

Que degut als esdeveniments sobrevinguts per l'estat d'alarma declarat per el Reial Decret Llei 463/2020, de 14 de març, per a la gestió de la situació de crisi sanitària ocasionada per la COVID-19, l'Associació Taula Girona de Turisme, s'ha vist obligada a posposar, els 3 darreres jornades del Debat 2020, previstes pel dies 19 de març a Olot, el 29 d'abril a Platja d'Aro i el 28 de maig a Lloret de Mar.

Atès que la Taula Gironina de Turisme vol continuar igualment la seva tasca, han decidit celebrar jornades extres on-line, en format de Webinar's, de les que ja tenen programades varies sessions, com les dels dies 9, 16, 23 i 30 d'abril, i que es podran anar celebrant durant tot l'exercici 2020, i on el Patronat sortirà sempre com a Coorganitzador.

**SEGON.-** Modificació del pacte quart del contracte:

Es modifica l'import de la contraprestació econòmica pel patrocini, atès que es va produir un error aritmètic i que ara és rectificat, d'acord amb el que disposa l'article 109.1 de la Llei 39/2015, de Procediment Administratiu Comú, quedant establert, de la següent forma:

El Patronat dins el marc d'aquest contracte es compromet a fer efectiu el pagament de la corresponent factura de contraprestació, quin import serà de **30.000,00 euros de base més 6.300,00 euros en concepte d'IVA, totalitzant un import de 36.300,00 euros**. Serà necessari que, un cop passat l'esdeveniment, abans de la data de finalització del contracte, i prèviament a la remissió de la pertinent factura, es faci **entrega de la memòria justificativa de l'activitat** realitzada per tal de poder validar l'acompliment dels punt referits

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



*en l'acord tercer, que haurà de ser validada pel Patronat.*

**TERCER.-** *Modificació del pacte vuitè del contracte:*

*Es modifica la vigència del contracte el redactat del qual quedaria com segueix:*

*El termini del contracte de patrocini tindrà efectes retroactius del dia 30 de gener del 2020 i finalitzarà el dia 31 de desembre de 2020.*

**QUART.-** *Bestreta dels pagaments. Les parts acorden que es podran fer pagaments en concepte de bestreta, en base al que preveu l'article 322.1 de la LCSP 9/2017, de 8 de novembre, es podrà anticipar una bestreta de fins el 50% de l'import del patrocini, prèvia petició, i abans de la realització de totes les jornades previstes, per tal de fer front a possibles despeses que es puguin originar. Les bestretes es podran sol·licitar una vegada la present addenda estigui formalitzada per totes les parts. El 50% restant, es farà efectiu un cop totes les jornades i contraprestacions de patrocini s'hagin portat a terme i s'hagi validat la memòria justificativa referida en l'acord segon de la present addenda.*

**CINQUÈ.-** *La present addenda té la consideració de contracte privat entre ambdues parts i es regirà per les seves clàusules de desenvolupament, per l'article 22 de la Llei 34/1988, de 11 de novembre, General de Publicitat i l'article 170.d) del TRLCSP, i supletòriament per les normes administratives i civils que li siguin aplicables. Així mateix, en cas de discrepàncies entre les parts aquestes se sotmeten a la jurisdicció ordinària essent competent els Jutjats del Civil de Girona, i d'acord amb la legislació de l'Estat Espanyol.*

**SISÈ.-** *Ambdues parts hauran de mantenir sigil respecte de les dades o antecedents que estiguin relacionats amb l'objecte de la present addenda, dels quals tingui coneixement en raó de l'execució d'aquest i que no siguin públics o notoris.*

*En prova de la seva conformitat, signen les parts que intervenen la present addenda al contracte de patrocini, en la data que hi figura la signatura digital de cada part.*

*Sr. Jordi Martí Utset*

*ASSOCIACIÓ TAULA GIRONINA DE TURISME"*

**SEGON.- RATIFICAR** la present resolució en la primera reunió ordinària que es celebri del Consell d'Administració".

**ÚNIC.- RATIFICAR** l'aprovació de la resolució de presidència núm. 2020/61, de data 3 de maig de 2020.

Aquest punt s'aprova amb els vots a favor dels Srs. Miquel Noguer i Planas, Jaume Dulsat i Rodriguez, Jordi Masquef i Creus, Josep Piferrer i Puig, Juli Fernandez Iruela, Salvador Balliu i Torroella, Josep Pere Polanco i López, Ramon Corominas i Estany, i la Sra. Esther Torrent i Vila.

S'abstenen per la seva vinculació amb l'Associació Taula Gironina de Turisme els Srs. Jordi Martí i Utset, Enric Dotras i Rusalleda, Antonio Escudero i Martínez, Miquel Gotanegra i Portell, Joaquim Majó i Fernández i Lluís Torrent i Suné.

**2.3 DONAR COMPTE I APROVAR, SI S'ESCAU, LA RATIFICACIÓ DE LA RESOLUCIÓ DE PRESIDÈNCIA NÚM. 2020/64, DE DATA 11/05/2020, EN RELACIÓ A L'APROVACIÓ DEL NOMENAMENT DEL SR. NORBERT BES I GINESTA, COM A DIRECTOR DEL PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA, SA, AMB DATA 1 DE JUNY DE 2020.**

Vist la resolució de presidència núm. 2020/64, de data 11 de maig de 2020, que es transcriu a continuació:

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



**“RESOLUCIÓ DE PRESIDÈNCIA****Aprovació data efectes nomenament del Sr. Norbert Bes Ginesta, com a Director del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, del dia 1 de juny de 2020.**

*Expedient: 2019/632/Convocatòria de la plaça vacant, en caràcter urgent i preferent, de Director/a del PTCBG, SA, i de les bases que l'han de regular.*

**ANTECEDENTS**

*Vist que per acord del Consell d'Administració d'aquest Patronat, celebrat en sessió ordinària el dia 13 de febrer de 2020, per va aprovar l'acord que es transcriu literalment:*

**“PROPOSTA I APROVAR, SI S'ESCAU, EL NOMENAMENT DE DIRECTOR DEL PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA, SA.**

*Vist l'apartat 18è de l'article 16 dels Estatuts reguladors de la societat mercantil “Patronat de Turisme de la Costa Brava Girona S.A”, diu de forma literal que correspon al Consell d'Administració “Nomenar i separar el Director/a General i altre personal, així com fixar-ne les retribucions i altres condicions, això com atorgar-li poders que estimi pertinents. El Consell d'Administració podrà dotar-se dels assessoraments, remunerats o no, que consideri necessaris, ja sigui de forma fixa o per un comès concret o determinat”.*

*D'acord amb l'apartat anterior, es proposa al Consell d'Administració, l'aprovació del següent acord:*

**PRIMER.** 1) **NOMENAR el Sr. Norbert Bes i Ginesta**, amb DNI número 40321261-F, Director del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, amb data d'efectes de 1 d'abril de 2020. Aquest nomenament s'instrumenta i formalitza a través del corresponent contracte i a l'empara de les vigents normes reguladores de les relacions laborals de caràcter especial del personal d'alta direcció.

2) Aquest nomenament estarà regulat mitjançant contracte laboral d'alta direcció tipificat en el Reial Decret 1382/1985, d'1 d'agost, adaptat per la normativa posterior i coadjuvant a les administracions públiques, pel qual es regula la relació laboral de caràcter especial del personal d'Alta Direcció, del lloc de treball vacant de la plantilla del Patronat de Turisme Costa Brava Girona SA, anomenat “Director de l'organisme, per concurs convocat entre funcionaris de carrera i personal laboral fix de qualsevol administració pública que pertanyin al grup A1 o ocupin un lloc de treball per l'accés al qual es requereixi títol de tècnic superior (grup de classificació A1 segons l'article 76 de l'Estatut Bàsic de l'Empleat Públic), o professionals del sector privat, titulats superiors i amb més de cinc anys d'experiència en l'exercici professional.

*El cessament i resolució corresponent s'acordarà en els termes establerts als Estatuts del Patronat per l'òrgan competent pel seu nomenament.*

3) El Director, Sr. Norbert Bes i Ginesta, li correspondrà el grup de classificació A1, i la seva remuneració serà de 72.000,00€ bruts/any, i es compondrà dels següents conceptes:

- **Retribucions bàsiques:** Retribució mínima obligatòria: 39.600,00 euros/any (a percebre dividits en 12 pagaments mensuals i 2 extraordinaris als mesos de juny i desembre, tots ells de la mateixa quantia)
- **Retribucions complementaries:**
- **Complement del lloc :** 18.000,00/any (a percebre dividits en 12 pagaments mensuals i 2 pagaments extraordinaris als mesos de juny i desembre, tots ells de la mateixa quantia)

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020





- *Per objectius : 14.400 euros/any (a percebre en funció dels objectius que es determinin per la presidència de la corporació, dividits de forma variable en 12 pagaments mensuals)*
- *Antiguitat que correspongui a la persona nomenada.*

*4) La jornada serà de 37,5 hores/setmanals en còmput anual, i la dedicació ordinària; haurà d'atendre les necessitats del servei tan àmpliament com sigui necessari i adaptar la jornada i l'horari a les característiques especials del càrrec.*

*Les funcions assignades al lloc de treball són les següents:*

*Respecte allò què disposa l'article 20 dels Estatuts, es preveu que el Consell d'Administració podrà atorgar poders d'una manera temporal o permanent, o per a un cas o negoci determinat, al Director General, conferint-li l'oportú mandat especial.*

*L'article 16 dels Estatuts, disposen respecte les facultats del Consell d'Administració que nomenarà i separarà el Director general i altre personal, així com fixar-ne les retribucions i altres condicions, així com atorgar-li els poders que estimi pertinents. En el mateix article el Consell d'Administració podrà delegar en el President i/o en el Director General, les funcions de contractació, aprovació de convenis i executives delegables pel regular funcionament de la societat.*

*L'article 26 dels Estatuts, disposa que el director general assistirà a les reunions del Consell d'Administració per informar i ser informat, amb veu però sense vot.*

**SEGON.** *ATORGAR poders especials a favor al Director, Sr. Norbert Bes i Ginesta, en nom i representació de la societat "PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA, SA", pugui exercir les següents:*

#### **FACULTATS:**

*A més són funcions típiques de la gerència o Direcció Generals, l'exercici de les facultats següents:*

- Executar i fer complir els actes dels òrgans de govern i adoptar les disposicions particulars que exigeixi el seu millor compliment.*
- Dissenyar el pla general i les línies estratègiques d'actuació per a la consecució dels objectius de l'entitat.*
- Fer el seguiment i l'avaluació interna del pla general i informar-ne periòdicament als òrgans superiors de govern.*
- Organitzar, dirigir, administrar i inspeccionar els programes i serveis de la societat, de conformitat amb les directrius dels òrgans de govern, en els seus aspectes econòmics, administratius i de gestió.*
- Proposar al Consell d'Administració, perquè aprovi, l'estructura interna de l'organisme i la distribució orgànica de funcions.*
- El comandament de tots els serveis gestionats a través de l'organisme i l'administració de totes les seves dependències, exercir les funcions d'integració i de direcció executiva de l'organisme i gestionar els recursos humans, materials, econòmics i tecnològics d'aquest.*
- Vetllar per la millora dels sistemes de treball amb la participació dels treballadors/es, mitjançant òrgans de representació sindical.*
- Adoptar les disposicions de règim interior necessàries per al funcionament de l'organisme, formular propostes i exercir el control del personal. Exercint la funció de Cap de Personal o Recursos Humans. Organitzar internament els efectius de personal i fer les adscripcions per als llocs de treball que cregui adient, dins el marc de grups i categories professionals establerts. Contractar personal d'acord amb les Polítiques de Gestió de les Persones del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, aprovades per Consell d'Administració de 27 de juliol de 2017, i Llei de Pressupostos Generals de l'Estat vigent en cada moment. Les persones contractades s'integraran al grup professional i*

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



*percebran els conceptes retributius corresponents al lloc que ocupin.*

*Contractar personal temporal, per a interinitats, suplències, baixes i altres circumstàncies similars. Les persones contractades s'integraran al grup professional i percebran els conceptes retributius corresponents al lloc que ocupin, amb excepció del mòdul de carrera horitzontal, que serà l'inicial.*

*Proposar al Consell d'Administració acomiadaments de personal per causes objectives, i l'obertura d'expedients disciplinaris. Correspon al Consell d'Administració l'adopció dels acords definitius d'acomiadament de personal i l'aprovació de les indemnitzacions que puguin correspondre.*

*L'aprovació i modificació de la plantilla de personal i del catàleg o relació de llocs de treball, per creació o amortització de places, queda atribuïda al Consell d'Administració, així com l'aprovació de l'organigrama i les condicions retributives.*

*Autoritzarà i signarà la nòmina mensual conforme tots les conceptes salarials, això com les pagues extraordinàries que corresponguin en cada cas, i autoritzarà les dietes, indemnitzacions per raó de servei i qualsevol altre pagament al personal del Patronat.*

*i) L'autorització de l'assistència a cursos, congressos i altres convocatòries, per a la formació i perfeccionament de tot el personal de la societat.*

*j) L'autorització del pla anual de vacances.*

*k) Autoritzar la realització d'hores extraordinàries de tot el personal de la societat.*

*l) Reconèixer les obligacions i ordenar el pagaments. Realitzar en qualsevol entitat bancària o institut de crèdit o estalvi, oficial, semioficial o privat, tant a les seves centrals com a les seves sucursals, delegacions o agències - inclòs el Banco de España, Hipotecaria de España, de Crédito Industrial o Agrícola, Caja Postal de Ahorros, corporacions bancàries, caixes d'estalvi i qualsevol altres- totes les operacions compreses en el gir i tràfic d'aquestes institucions, conforme a la Llei i a la pràctica usual bancària, podent en conseqüència:*

*1) Obrir, seguir i cancel·lar en nom de la Societat, comptes corrents, a la vista, ordinaris; llibretes, comptes d'estalvi, imposicions a termini o en qualsevol altra forma, i disposar dels seus fons -acreditats o dipositats-, per mitjà de talons, xecs, ordres de pagament o transferències, o bé per qualsevol altre mitjà de càrrec o dèbit en compte.*

*2) Lliurar, acceptar, avalar, intervenir, negociar, descomptar, endossar, cedir i protestar per manca de pagament, i fer acceptar, per a major seguretat, lletres de canvi i qualssevol altres documents de gir i tràfic, siguin comercials o financers, i contestar protestes.*

*Constituir i acceptar dipòsits en metàl·lic, valors i efectes, per custòdia o garantia, i obrir i disposar de caixes de seguretat.*

*3) Portar, seguir i respondre la correspondència bancària, tot donant o negant la conformitat, o extractes de comptes i formulant tes reclamacions oportunes.*

*4) Sol·licitar i retirar quaderns talonaris de xecs i talons.*

*m) En matèria de contractació,*

*1) Contractes de patrocini i privats, aprovació i signatura, fins 14.999,00 euros IVA exclòs, i màxim per 1 any.*

*2) Contracte menor de subministrament i serveis, fins a 14.999,00 euros IVA exclòs, i màxim per 1 any.*

*n) En matèria d'aprovació de convenis de col·laboració, les competències per l'aprovació i signatura, dels mateixos serà fins a l'import de 14.999,00 euros i màxim per 1 any.*

*o) Col·laborar amb la Presidència en la convocatòria i fixació de l'ordre del dia de les sessions del Consell d'Administració.*

*p) Aquelles que li siguin delegades expressament. Qualsevol altra que li deleguin els òrgan de govern.*

*q) Comparèixer davant qualsevol organisme públic i exercir tota mena d'accions legals, i interposar els recursos pertinents.*

Vistes les actuacions practicades i antecedents de l'expedient, de conformitat amb els Estatuts de la societat, es proposa al Consell d'Administració del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, l'aprovació del següent acord:

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



**TERCER.** INSCRIURE el present acord al Registre Mercantil de Girona dintre del termini legal establert.

**QUART.** FACULTAR al Secretari del Consell d'Administració del Patronat, Sr. Jordi Batllori i Nouvilas, per a la signatura dels documents que siguin necessaris per a l'execució i efectivitat del present acord.

.....”

Atès que el Reial Decret-Llei 463/2020, de 14 de març declara l'estat d'alarma a l'Estat Espanyol per a la gestió de la situació de crisi sanitària ocasionada pel COVID-19, publicada en el BOE de 14 de març de 2020.

Vist que en l'esmentat Reial Decret-Llei, s'estableixen restriccions a la lliure circulació de persones i la Disposició addicional tercera preveu la suspensió dels terminis per a la tramitació dels procediments de les entitats del sector públic, el Sr. Norbert Bes i Ginesta, presenta instància al registre general d'entrada d'aquest Patronat, en data 17 de març de 2020, sol·licitant que es retardi la data de la seva incorporació com a Director del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, atesa la situació de greu crisi que viu el país.

Atès el Consell de Ministres, en data 28 d'abril de 2020, ha aprovat el Pla per a la “Transició cap a la Nova Normalitat” que estableix els principals paràmetres i instruments per a l'adaptació del conjunt de la societat a la nova normalitat, amb les màximes garanties de seguretat, després de la crisi provocada pel COVID-19.

Atesa la reunió mantinguda entre el President del Patronat, Sr. Miquel Noguer, i el Sr. Norbert Bes, en que es posa de manifest la necessitat de la seva incorporació d'aquest com a Director, per tal d'atendre les necessitats expressades pel sector turístic gironí, el qual haurà de fer front a una temporada estival amb un escenari desconegut, que incorporarà una normativa de protocols que garanteixin les mesures de salubritat i seguretat de territori, per pal·liar els efectes de la pandèmia, i per tant, necessitats de tots els suports que siguin possibles.

D'acord amb els antecedents exposats, i les competències atorgades al President del Patronat, pel Consell d'Administració del dia 24 d'octubre de 2019, RESOLC,

**PRIMER.** APROVAR els efectes del nomenament del Sr. **Norbert Bes i Ginesta**, amb DNI número 40321261-F, com a Director del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, amb data 1 de juny de 2020, amb les mateixes condicions, regulació i facultats aprovades en el Consell d'Administració, del passat 13 de febrer de 2020, i que consten en els antecedents de la present resolució.

**SEGON.** NOTIFICAR la present resolució al Sr. Norbert Bes i Ginesta, i donar-ne compte en la primera reunió del Consell d'Administració que es celebri”.

**ÚNIC.- RATIFICAR** l'aprovació de la resolució de presidència núm. 2020/64, de data 11 de maig de 2020.

S'aprova per unanimitat.

## **2.4 PROPOSTA I APROVAR, SI S'ESCAU, LES BASES DELS PREMIS DE RECERCA TURÍSTICA**

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



## IVETTE BARBAZA 2020.

Vist l'interès del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, de continuar premiant a les persones que realitzen projectes de recerca turística de les comarques de Girona per tal d'incentivar la millora del coneixement en aquesta matèria.

Atès que la figura d'Yvette Barbaza és àmpliament reconeguda pel seu estudi sobre la Costa Brava.

Vistes les actuacions practicades i antecedents de l'expedient, de conformitat amb els Estatuts de la societat, aquesta direcció proposa al Consell d'Administració del patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA., l'aprovació dels següents acords:

**PRIMER.- APROVAR** les bases de la recerca Yvette Barbaza que han de regir la convocatòria per a l'any 2020 de conformitat amb el text que a continuació es transcriu:

### **"BASES PREMI DE RECERCA YVETTE BARBAZA**

*El Patronat de Turisme Costa Brava Girona convoca un premi per al millor projecte de recerca en l'àmbit del turisme i el seu context social, econòmic i territorial a les comarques de Girona. El premi vol ser un reconeixement a la geògrafa Yvette Barbaza pionera en els estudis sobre turisme al nostre país i té com objectiu promoure el coneixement científic d'aquesta activitat aplicada a les comarques de Girona.*

#### **Característiques del premi**

*El premi consistirà en una beca per al millor projecte de recerca a l'entorn del turisme i el seu context social, econòmic i territorial a les comarques de Girona. El projecte haurà de ser original i inèdit i podrà ser compatible amb altres ajuts.*

#### **Quantia**

*La dotació serà de 6.000 euros. El pagament es farà efectiu en un 25% en el moment de l'atorgament del premi, en un 25% al cap de sis mesos de l'atorgament, prèvia la presentació d'un informe sobre l'estat de la recerca, i la resta en el moment de lliurament de la mateixa.*

#### **Durada**

*El període per a la realització de la recerca tindrà una durada d'un any, prorrogable a petició del becari i amb autorització del Patronat de Turisme Costa Brava Girona.*

#### **Candidats**

*Poden presentar-se a aquesta convocatòria investigadors a títol individual o col·lectiu. En cas d'una candidatura col·lectiva cal definir a la proposta un responsable únic.*

#### **Documentació**

*Els candidats hauran de trametre al Patronat de Turisme Costa Brava Girona, av. Sant Francesc, 29, 3r. de Girona, la següent documentació:*

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



- Dades personals i currículum del candidat o de cadascun dels membres de la candidatura.
- Projecte de recerca on hi consti: objectius, metodologia de treball, fonts, bibliografia bàsica i calendari de treball. Aquest projecte haurà de ser un document d'entre cinc i deu pàgines.

S'haurà de presentar una còpia sobre paper per a cada membre del jurat i una còpia en format digital.

### **Termini de presentació de la documentació**

La data límit de presentació serà el 30 d'octubre de 2020

### **Composició del Jurat**

El jurat, el veredictes del qual serà inapel·lable, estarà integrat per set persones designades pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona i la Universitat de Girona. Els membres del jurat podran demanar la col·laboració d'experts o d'institucions per tal de determinar l'interès i l'abast del projecte. També podran sol·licitar als candidats aclariments sobre el projecte presentat. El jurat es reserva el dret de designar un tutor per tal de fer el seguiment del treball de recerca i valorar el grau d'acompliment del projecte.

### **Veredictes**

El veredictes del jurat es farà públic en l'acte de lliurament dels premis G! de Turisme de les Comarques de Girona que tindrà lloc el mes de febrer del 2021.

### **Extinció del dret de beca**

El dret de beca s'extingirà en els següents supòsits:

- Si no s'acompleixen els terminis establerts.
- Si els guanyadors no compleixen qualsevol de les bases i/o obligacions assumides.

### **Propietat del treball**

La propietat de la recerca és del seu autor. La seva publicació, exposició i difusió haurà de comptar amb l'autorització expressa del Patronat de Turisme Costa Brava Girona i haurà de fer constar que ha estat elaborat amb el suport d'aquest Patronat."

**SEGON.- FACULTAR** àmpliament al President del Patronat per a l'execució del present acord.

Aquest punt s'aprova amb els vots a favor de tots els membres del Consell d'Administració excepte el del Sr. Joaquim Majó i Fernández, qui s'absté.

## **2.5 PROPOSTA I APROVAR, SI S'ESCAU, EL CONVENI ENTRE EL PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA, SA, I L'ASSOCIACIÓ DE TURISME RURAL DE GIRONA, PEL SEU PLA D'ACCIONS PER L'EXERCICI 2020.**

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



Vist el text del conveni entre el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA i l'Associació de Turisme Rural de Girona, pel seu pla d'accions per a l'exercici 2020.

Atès que és d'interès d'aquest Patronat procedir a la subscripció d'aquest conveni, al contribuir a la promoció i posicionament de les comarques gironines com a una destinació turística dintre del segment de turisme actiu i natura, producte d'interès estratègic identificat al programa primer del Pla d'Accions i Objectius del Patronat per a l'exercici 2020.

Atès que el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA disposa de crèdit pressupostari suficient i adequat per atendre les despeses, de trenta-cinc mil euros (35.000,00 €), derivades de la realització de les activitats o accions que preveu el conveni.

Vistes les actuacions practicades i antecedents de l'expedient, de conformitat amb els Estatuts de la societat, es proposa al Consell d'Administració del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, l'aprovació dels següents acords:

**PRIMER.- APROVAR** el conveni entre el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, i l'Associació de Turisme Rural de Girona de conformitat amb el text que a continuació es transcriu:

**“CONVENI ENTRE EL PATRONAT DE TURISME COSTA  
BRAVA GIRONA SA I L'ASSOCIACIÓ DE TURISME RURAL GIRONA, PEL SEU  
PLA D'ACCIONS 2020**

**REUNITS**

*D'una banda, el Sr. Miquel Noguer i Planas, President del Patronat de Turisme Costa Brava Girona S.A., en endavant el Patronat, amb NIF núm. A-17031246 i domicili social a l'Avinguda Sant Francesc, 29, 3r de Girona, i expressament facultat per acord del Consell d'Administració del XX de XXXX 2020.*

*D'una altre, el Sr. Ramon Corominas i Estany, President de l'Associació de Turisme Rural Girona, en endavant Turisme Rural Girona, inscrita en el Registre d'Associacions Empresariales de la Generalitat de la Delegació Territorial de Girona, amb el número de registre 17/422 amb domicili social al carrer Riu Güell, 58, 17001-Girona, i amb NIF número G-17342841, i expressament facultat per acord de l'Assemblea General Ordinària del 30 de març 2016.*

**EXPOSEN:**

*Primer.- Que el Patronat és un organisme mixt, amb representació dels sectors públic i privat, constituït com a societat anònima, els objectius del qual, d'acord amb els seus estatuts són, entre d'altres, el desenvolupament de l'activitat turística a les comarques de Girona, la promoció de l'oferta en els mercats turístics, la planificació i execució d'actuacions que projectin nacional i internacionalment la imatge de les marques turístiques gironines i el suport i coordinació d'actuacions que, amb objectius semblants, realitzin altres entitats públiques o privades del territori.*

*Segon.- Que les actuacions del Patronat es fonamenten en els criteris continguts en el Pla Estratègic de Turisme de les Comarques de Girona de l'any 2011, el qual preveu en el seu programa 3r de suport a les destinacions, la subscripció de convenis com el que ens ocupa. També tota la seva projecció i promoció internacional està treballada i consensuada amb el sector, en els diferents Plans d'Actuació que confecciona anualment. En aquest cas amb el Pla d'Accions del 2020 aprovat per Consell d'Administració de data 12 de desembre de 2019.*

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



*Terçer.- Que Turisme Rural, és una associació que representa aquest sector de l'allotjament turístic en tot el territori gironí, tenint entre els seus objectius la promoció i suport a la comercialització de l'oferta turística del turisme rural de les comarques de Girona.*

*Quart.- Que ambdues entitats tenen doncs interessos compartits pel que fa a la promoció del turisme a les comarques de Girona.*

*Cinquè.- Que el Pla d'Actuacions de Turisme Rural per l'any 2020, **ANNEX 1** del present conveni, ha estat treballat un cop assabentats del contingut del Pla d'Accions i Objectius (PAO) del Patronat de Turisme Costa Brava Girona 2020 i, en aquest sentit, l'Associació vol organitzar i/o participar en les següents accions:*

## **1. SEGMENTACIÓ DE MERCATS**

*Aquest any, i a causa de la situació provocada per la COVID-19, s'aposta el 100% per la promoció directa a Catalunya. Es creu que la promoció directa s'ha de potenciar i realitzar al mercat més proper per incentivar als clients que estan més a prop.*

### **1.1 Publicitat off- line**

*Turisme Rural Girona continuarà editant la **Guia de cases rurals** en la qual s'hi recopilen totes les cases associades i es complementa amb activitats de turisme actiu i culturals, que formen part del Club d'Activitats, així com els restaurants de la zona i informació de servei útil per als hostes.*

*Aquest any, fem un pas endavant amb la guia incorporant la versió digital per tal de promoure-la en versió digital arribant a més usuaris potencials del turisme rural.*

#### **1.1.1 Publicacions**

##### **1.1.1.1 Encartament al Punt Avui- Distribució de la guia de cases rurals 2020**

- **Objectiu:** distribuir la Guia de Cases de Turisme Rural 2020 a través d'un mitjà de comunicació directa a Catalunya.
- **Actuacions:** Encartament de 5.000 exemplars al Punt Avui, a l'àrea metropolitana de Barcelona.

##### **1.1.1.2 Tramesa postal**

- **Objectiu:** distribuir la Guia de Cases de Turisme Rural 2020 a tots els associats, a les entitats col·laboradores, a les empreses proveïdores de serveis, a les empreses d'activitats turístiques que col·laboren amb l'entitat, als municipis de la província de Girona, a les oficines de turisme de la província de Girona, al Palau Robert de Barcelona i a les estacions de servei de Petrocat.
- **Actuacions:** Enviament personalitzat correspondència ordinària. 400 enviaments.

##### **1.1.1.3 Nova edició de la Guia de Cases Rurals 2021**

- **Objectiu:** Re edició de la guia de Cases Rurals, associades, edició 2021.
- **Actuació:** revisió de continguts, incorporació de cases noves i propostes d'activitats complementàries noves.

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



## 1.2 Publicitat on-line

Durant aquest 2020, Turisme Rural Girona augmentarà l'estratègia a partir de la generació de continguts per sobre de la publicitat i prioritant la publicitat digital per sobre del paper.

Les campanyes o accions publicitàries estaran destinades a augmentar la visibilitat de les cases de turisme rural associades i a la promoció del turisme rural a les comarques gironines. Les principals accions seran:

### 1.2.1 Digitalització de la Guia de cases rurals

- **Objectiu:** Convertir la Guia de Cases Rurals en un exemplar digital útil i de promoció turística a les comarques gironines, promocionant-lo a la xarxa.
- **Actuació:** revisió de continguts, inclusió d'URL a totes les cases rurals i que dirigeixin al portal [www.turismeruralgirona.org/reserves](http://www.turismeruralgirona.org/reserves) i publicació de l'exemplar a les xarxes.

**1.2.2 Accions de co màrqueting amb les empreses del Club d'Activitats, i màrqueting col·laboratiu amb les cases rurals associades.**

**1.2.3 Campanyes de segmentació online per generar trànsit cap al web principal o els apartats específics de productes com els RuralXecs.**

- **Objectiu:** ser visibles a les XXSS a través de publicitat de pagament segmentada destinada principalment al públic familiar.
- **Actuació:** contractació d'anuncis i intermediació de sorteigs a Facebook, Instagram i Twitter.

## 1.3 Fires

### 1.3.1 Presència a Fires

A causa de la Covid-19, no s'ha pogut participar en les fires previstes durant el primer i segon trimestre de l'any (Fira Mercat del Ram, B Travel i Mercat d'Escapades). Ara per ara, desconexim si es reprogramaran però creiem que és una part important per promocionar les cases rurals al públic català. Per això, incloem les tres fires on som presents habitualment amb la voluntat de participar-hi si aquestes es fan en un futur immediat, o per seleccionar tres fires que formin part del calendari per aquest 2020, i que tinguin lloc durant el tercer i quart trimestre de l'any.

- **Objectiu:** ser presents a Fires Turístiques promocionals.
- **Actuacions:** participació en 3 actuacions que permeten arribar al públic potencial prioritari dins l'àmbit català. Amb material tant de les cases rurals de Turisme Rural Girona com també la presència dels catàlegs de promoció turística de Costa Brava i Pirineu Girona.

## 1.4 Blog-trip

Accions conjuntes i retro alimentar amb el Patronat de Girona Costa Brava Pirineu per tal d'interactuar amb l'oferta de turisme rural a les comarques de Girona i donar visibilitat tant pel Patronat com per Turisme Rural Girona.

**1.4.1 Blog-trip a nivell mercat proximitat (sigui català o nacional) amb producte familiar / natura i donar contingut i difusió als blocs i XXSS (amb #incostabrava #inpyrenees #turismeruralgirona).** Turisme Rural oferirà l'allotjament i esmorzar de 2/3 dies i el Patronat elaborarà i oferirà el programa amb les activitats i

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020





àpats al territori.

**1.4.2 Blog-trip a nivell internacional (mercat francès i anglès) amb producte família / natura i sempre i quan s'obrin les fronteres i es poden allargar l'estacionalitat durant octubre-novembre 2020.** Turisme Rural oferirà l'allotjament i esmorzar de 2/3 dies i Patronat elaborarà i oferirà el programa amb les activitats i àpats al territori.

## **2. DESENVOLUPAMENT ON LINE**

*L'estratègia on-line continua sent un element clau a l'hora de posicionar i donar suport a la comercialització de les cases rurals associades. Per una banda, ens permet potenciar el web per fomentar l'associació com a entitat professional i representant del sector del turisme rural a les comarques gironines i, de l'altra, vendre els nostres productes.*

*En aquest sentit, Turisme Rural Girona vol ser present en les diferents fases del cicle de compra del turista i, incidint en les fases de reconeixement de marca i generació d'interès, ser capaç de produir interès de compra i finalment fer que aquest consumidor sigui un dels principals preceptors del turisme rural.*

*L'Associació seguirà treballant en la creació i redacció de continguts al seu portal, sobretot al blog, amb l'objectiu de generar fiabilitat en els continguts i alhora arribar al client final.*

*Turisme Rural Girona, a través del seu portal web està creant dues grans bases de dades. Per una banda, una base de dades de propietaris i gestors de cases rurals de les comarques de Girona i, de l'altra, una gran base de dades de clients reals i potencials, usuaris de turisme rural del nostre territori. Totes aquestes dades permeten disposar d'informacions reals que es poden traslladar a un CRM i, més endavant, establir estratègies de comunicació i màrqueting directe, per tal d'incidir en preferències i tendències.*

### **2.1 Portal web de l'Associació i Creació de la Central de Reserves TuralGi.com**

#### **2.1.1 Millora i traducció del portal [www.turismeruralgirona.org](http://www.turismeruralgirona.org)**

» Millora de tecnologia i estructura del portal per la seva escalabilitat de funcionalitats. Programació d'espais destacats i ofertes d'última hora.

» Traducció del portal [www.turismeruralgirona.org](http://www.turismeruralgirona.org) al francès i a l'anglès.

» Desenvolupament d'una base de dades de públic final.

» Definició, creació i cura de continguts per al portal i del seu blog centrat en aquests temes: dinamització de les cases rurals pel que fa als seus usos, públic, etc., promoció del territori, promoció del paisatge, promoció de les fires i festes pròpies de les comarques gironines i difusió de les tasques que duu a terme l'associació, com a temes a destacar.

#### **2.1.2 Creació de TuralGi, la nova central de reserves de cases rurals**

» Desenvolupament i implementació d'una central de reserves pròpia de lloguer de les cases de turisme rural associades i serveis de turisme actiu i cultural.

**Objectiu:** creació de la central de reserves Turalgi dins el portal [www.turismeruralgirona.org](http://www.turismeruralgirona.org) i publicació de la web pròpia destinada 100 % a la comercialització dels productes. [www.turalgi.com](http://www.turalgi.com). Aquest web es

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



dirigirà al públic final.

**Actuació:** gestió del contingut i publicació de les dades de totes les cases per a la seva promoció i reserves de serveis.

### 2.1.3 Accions per a la captació de dades

» Creació de nous continguts per a la millora del posicionament del web (es farà la selecció de continguts tenint en compte els resultats de l'anàlisi de visites del portal i dels webs de la competència).

» Creació de nous continguts per nodrir les seccions principals del portal, així com les seccions amb manca de continguts.

### 2.1.4 Accions per a la captació de dades

» Concursos a les xarxes socials per a l'obtenció de dades per a futures campanyes de màrqueting per correu electrònic.

## 2.2 Comunicació 2.0

Aquest 2020, la comunicació 2,0 estarà centrada en la comunicació a través dels diferents canals de les xarxes socials, en campanyes per a l'increment del compromís i del nombre de seguidors a les xarxes socials, i amb campanyes per augmentar el trànsit al portal a través de xarxes socials.

- **Objectiu:** dinamitzar les xarxes socials de l'entitat amb continguts de qualitat. Incrementar el nombre de seguidors. Promoure les cases rurals, el territori, activitats complementàries a l'estada, etc. Establir sinergies entre posts publicats i seguidors.
- **Actuació:** publicacions setmanals a Facebook, Instagram i Twitter. Dinamització d'usuaris.
- **Actuació:** Establir col·laboracions amb Catalunya Experience (ACT), Costa Brava Pirineu de Girona (Patronat), Ajuntaments i Consells comarcals per tal de dur a terme campanyes conjuntes de promoció mitjançant publicacions d'imatges de qualitat vinculades al Territori i a l'allotjament en cases rurals a Girona – Costa Brava i Pirineu.

## 2.3 Creació de continguts

- **Objectiu:** nodrir els continguts del blog turístic publicat a [www.turismeruralgirona.org](http://www.turismeruralgirona.org) i millorar la comunicació externa de l'entitat per augmentar la visibilitat a premsa.
- **Actuació:** publicacions setmanals al blog per la publicació de continguts de cases associades, rutes, activitats i agenda. Comunicacions mensuals explicant les actuacions associatives. Comunicats dirigits a propietaris, agents del sector i col·laboradors.

### 2.3.1 Creació de continguts audiovisuals

Creació d'un vídeo promocional de la nova central de reserves TuralGi per a promocionar el seu ús entre el públic principal.

**Totes aquestes accions representen un cost total per l'Associació Turisme Rural Girona de moment: 50.850,00€.**

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



Essent aquestes, accions susceptibles a possibles canvis, que vindran marcats pel grau de satisfacció d'objectius comercials i de promoció segons les necessitats del moment, i que poden donar lloc a reconsiderar els paràmetres d'acció.

Turisme Rural Girona es compromet a continuar col·laborant i treballant en la implementació del Tourism Data System, una plataforma digital de gestió de dades que automatitza el procés de recollida de dades i facilita l'explotació, difusió, consulta del resultat dels nivells d'ocupació d'allotjament turístic de la destinació. Aquesta eina, tal i com ja s'ha dit anteriorment, és de màxim interès del Patronat per tal d'aconseguir dades d'ocupació d'allotjament turístic que li permetin prendre decisions en les seves línies d'actuació i estratègia a curt i mig termini.

Les parts, en la representació en la qual actuen, es reconeixen capacitat suficient per a la formalització d'aquest conveni i, en aquest sentit

#### **ACORDEN:**

**Primer:** El Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, aportarà la quantitat de 35.000,00 euros (trenta-cinc mil euros), a l'Associació Turisme Rural Girona, per tal de contribuir al seu Pla d'actuacions per l'exercici 2020, d'acord amb el detall del pressupost que consta en l'ANNEX 1, i que ascendeix a una despesa total ordinària destinada a la promoció turística, de **50.850,00 euros**.

**Segon:** El Patronat de Turisme es compromet a fer efectiu l'ajut establert a l'acord primer, i abans del 15 de desembre de 2020, amb la prèvia presentació del model normalitzat del compte justificatiu juntament amb les factures originals o fotocòpies compulsades; una memòria explicativa de les actuacions que s'han fet que inclogui un recull de la repercussió mediàtica de cada esdeveniment i si s'ha complert amb l'apartat expositiu cinquè i l'ANNEX 1 del present conveni. També s'haurà d'acompanyar del certificat de trobar-se al corrent de pagament de les obligacions tributàries i de la seguretat social. L'incompliment de la no presentació dels certificats donarà lloc a la resolució del present conveni.

S'haurà d'acreditar que s'ha fet constar el suport econòmic del Patronat en els actes, accions de publicitat o difusió de les actuacions subvencionades. En el cas que per la naturalesa de l'actuació no s'hagi generat cap publicitat ni difusió, s'haurà de fer constar expressament en la memòria.

L'import acordat es farà efectiu amb càrrec a les aplicació pressupostària 190/48000 del pressupost del Patronat pel present exercici 2020.

**Tercer:** El Patronat de Turisme col·laborarà addicionalment en el projecte aportant imatges i continguts editorials per la seva publicació en els reportatges en els diferents mitjans de comunicació.

**Quart:** Que l'Associació de Turisme Rural Girona es compromet a incloure en tota la documentació de les accions establertes en aquest conveni, els "logos" de les marques turístiques de Costa Brava i Pirineu de Girona que seran lliurats pel propi Patronat.

**Cinquè:** Turisme Rural Girona es compromet a ser membre, del menys d'un dels clubs de productes gestionats pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

**Sisè:** Bestreta del pagament. Les parts acorden que es podran fer pagaments en concepte de bestreta, de fins el 40% de l'import subvencionable, prèvia petició, i abans de la realització de totes les accions previstes en la Pla d'Actuacions de Turisme Rural per l'exercici 2020, per tal d'ajudar a fer front a les possibles despeses anticipades que tindrà l'Associació. La bestreta es podrà sol·licitar una vegada el conveni estigui formalitzat per les parts. El 60% restant, es farà efectiu un cop l'Associació de Turisme Rural hagi presentat la documentació establerta en el pacte segon del present conveni, i hagi estat validada la seva correcció pel

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



**Patronat.**

**Setè:** Revocació. No justificar les despeses dintre del termini establert i en les condicions assenyalades motivarà la revocació d'ofici de la subvenció concedida pendent de justificar, ja sigui de la mateixa anualitat com de les següents, sense perjudici de poder iniciar el procediment de reintegrament de la subvenció concedida, d'acord amb els termes establerts en el pacte següent.

**Vuitè:** Reintegrament. Es procedirà al reintegrament de la subvenció en cas d'incompliment dels pactes previstos en aquest conveni i en els supòsits previstos a l'article 37 de la Llei 38/2003, de 17 de novembre, general de subvencions i a l'Ordenança general de subvencions de la Diputació de Girona.

El procediment per exigir el reintegrament serà el previst en el capítol II del títol II de la Llei 38/2003, de 17 de novembre, general de subvencions.

**Novè:** En relació a les dades personals que hagin de ser objecte de tractament per al compliment del conveni, les parts s'obliguen al compliment de tot allò que estableix el Reglament General de Protecció de Dades (Reglament (UE) 2016/679 del Parlament Europeu y del Consell, de 27 d'abril de 2016), i de la Llei Orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de Protecció de Dades Personals i garantia dels drets digitals, en relació amb les dades personals a les quals tingui accés durant la vigència d'aquest conveni.

**Desè:** Aquest conveni entrarà en vigor el dia de la seva signatura i s'estendrà fins el dia 15 de desembre 2020.

**Onzè:** No justificar les despeses dins el termini establert i amb les condicions assenyalades, motivarà la resolució d'ofici de la subvenció concedida pendent de justificar. En el cas de justificar la mateixa per import inferior a l'establert en el pacte primer dels acords i en l'ANNEX 1, farà que la quantitat de la subvenció a abonar per part del Patronat es redueixi en el mateix percentatge que la quantitat de la despesa finalment justificada. Les quantitats de les factures a justificar, seran sempre sense l'impost del valor afegit.

**Dotzè:** Aquest conveni es regirà pel que estableix l'article 47.2.c.) de la Llei 40/2015, de l'1 d'octubre, de règim jurídic del sector públic.

**Tretzè:** Per a qualsevol interpretació o litigi sobre el present conveni, les parts acorden que la jurisdicció sigui la dels Jutjats i Tribunals competents de Girona, amb renúncia expressa de qualsevol altre fur que pogués correspondre'ls.

I, com a prova de conformitat, les parts signen aquest document a un sol efecte, en les dates de les signatures electròniques.

Miquel Noguer i Planas  
Patronat de Turisme Costa Brava Girona SA

Ramon Corominas i Estany  
President de l'Associació Turisme Rural Girona

## ANNEX 1

### Pressupost del Pla d'Accions 2020 de l'Associació de Turisme Rural Girona

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



EIX	PLA DE MÀRQUETING 2020- TRG	
I	<b>MÀRQUETING I PROMOCIÓ</b>	
	<b>Segmentació de mercats</b>	
<b>1.1</b>	<b>Publicitat of line</b>	<b>13.200</b>
	Publicacions	
	Encartament publicitari Guia Cases Rurals	1200
	Distribució i enviaments guia 2020	500
	Publicacions promocionals - Publicació de la Guia de Cases	11.000
	Rètols d'establiments adherits	500
<b>1.2</b>	<b>Publicitat on line</b>	<b>3.800</b>
	Digitalització guia on line - Catàleg Digital	300
	Publicitat On line - Campanyes de segmentació	500
	Dissseny de campanyes publicitàries gràfiques	3.000
<b>1.3</b>	<b>Fires</b>	<b>1.000</b>
	Presència a Fires de Truisme	1000
<b>1.4</b>	<b>Blog-trip nivell local, nacional i internacional</b>	<b>1.200</b>
II	<b>DESENVOLUPAMENT ON LINE</b>	
<b>2.1</b>	<b>Portal web Associació i creació Central de Reserves Turalgi</b>	<b>24.700</b>
	Escalabilitat web www.turismeruralgirona.org	4.000
	Traduccions web www.turismeruralgirona.org	4.200
	Manteniment dominis	800
	Turalgi	10000
	Servidor Turalgi	300
	Instrumentar part jurídica Turalgi	1200
	Software PMS de reserves	4200
<b>2.2</b>	<b>Comunicació 2.0 i creació de continguts</b>	<b>6.950</b>
	Redacció Continguts Digitals, Pla de Comunicació i Premsa	2.950
	Pla de Dinamització de XXS	4.000
	<b>TOTAL</b>	<b>50.850</b>

**SEGON.- FACULTAR** àmpliament al President del Patronat per a l'execució del present conveni.

Aquest punt s'aprova amb els vots a favor de tots els membres del Consell d'Administració excepte el del Sr. Ramon Coromina i Estany, qui s'absté per la seva vinculació amb l'Associació Turisme Rural de Girona.

## **2.6 PROPOSTA I APROVAR, SI S'ESCAU, EL CONVENI ENTRE EL PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA, SA, I L'ASSOCIACIÓ CUINA DE L'EMPORDANET, PER L'EXERCICI 2020.**

Vist el text del conveni entre el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA i l'Associació Cuina de l'Empordanet per a l'exercici 2020.

Atès que es d'interès d'aquest Patronat procedir a la subscripció d'aquest conveni, al contribuir a la projecció de les marques turístiques del Patronat dintre del segment del turisme enogastronòmic, tant nacionalment com internacional, producte d'interès estratègic identificat al programa primer del Pla d'Accions i Objectius del Patronat per a l'exercici 2020.

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



La realització de les activitats o accions que preveu el conveni comporten una despesa pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, de dotze mil euros (12.000,00.-€), i disposa de crèdit pressupostària nominatiu adequat i suficient.

Vistes les actuacions practicades i antecedents de l'expedient, de conformitat amb els Estatuts de la societat, aquesta direcció proposa al Consell d'Administració del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, l'aprovació dels següents acords:

**PRIMER.- APROVAR** el conveni entre el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, i l'Associació Cuina de l'Empordanet de conformitat amb el text que a continuació es transcriu:

**“CONVENI ENTRE EL PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA I L'ASSOCIACIÓ “CUINA DE L'EMPORDANET” PER LA DIFUSIÓ I PROMOCIÓ DE LA GASTRONOMIA GIRONINA.**

### REUNITS

*D'una banda el Sr. Miquel Noguer i Planas, President del **PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA SA**, (en endavant el Patronat) amb NIF A-17031246 i domicili social a l'Avinguda Sant Francesc, 29, 3er., de Girona, i expressament facultat per acord del Consell d'Administració de data xx de xxxx de 2020.*

*D'una altra el Sr. Vicenç Fajardo Gallego-Casilda, com a President de l'Associació **CUINA DE L'EMPORDANET**, amb CIF G-17484775 i domicili social al C/Turisme, 1, de 17253 Vall-llobrega (en endavant “La Cuina de l'Empordanet”).*

*Actuen en ús de les atribucions dels seus respectius càrrecs i es reconeixen mútuament i recíproca la capacitat per fer-ho, i*

### EXPOSEN

*Primer.- Que el Patronat és un organisme mixt, amb representació dels sectors públic i privat, constituït com a societat anònima, els objectius del qual, d'acord amb els seus estatuts són, entre d'altres, el desenvolupament de l'activitat turística a les comarques de Girona, la promoció de l'oferta en els mercats turístics, la planificació i execució d'actuacions que projectin nacional i internacionalment la imatge de les marques turístiques gironines, i el suport i coordinació d'actuacions que, amb objectius semblants, realitzen altres entitats públiques o privades del territori.*

*Segon.- Que les actuacions del Patronat es fonamenten en els criteris continguts en el Pla Estratègic de Turisme de les Comarques Gironines, el qual destaca en el seu punt 3.2., que cal potenciar els trets identitaris i els fets excepcionals de la destinació que afavoreixin la diferenciació envers la competència, fent un èmfasi especial a la gastronomia. També en el seu apartat 5.1.1. marca a l'enogastronomia com un producte estratègic pel territori.*

*Cal esmentar també que tota la seva projecció nacional i internacional està treballada i consensuada amb el sector, en el diferents Plans d'Actuació que confecciona anualment. En aquest cas, amb el Pla d'Accions i Objectius 2020 (PAO) aprovat pel Consell d'Administració de data 12 de desembre de 2019. En el seu capítol 1.2 detalla que el Patronat vol difondre un dels seus principals valors mitjançant la promoció i el suport a l'estructuració i comercialització del producte enogastronòmic. I finalment, en el seu subpunt 1.2.2, es marca com objectiu, que des del Club d'Enogastronomia se seguirà donant suport a les iniciatives i els*

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



projectes turístico-enogastronòmics que dinamitzen i reivindiquen el conjunt del territori i que desestacionalitzen l'oferta.

Tercer.- Que la **CUINA DE L'EMPORDANET** és una entitat sense ànim de lucre creada l'any 1995 amb l'objectiu de promocionar la qualitat gastronòmica del territori entre el públic consumidor, el sector periodístic i també entre els turoperadors internacionals, per tal d'identificar l'Empordà, i la Costa Brava, com una destinació gastronòmica de primera magnitud.

LA **CUINA DE L'EMPORDANET** té entre els seus objectius: potenciar la cuina de qualitat de la Costa Brava i el Pirineu de Girona, com a tret cultural del nostre país i element bàsic de la dieta mediterrània; fomentar els hàbits de consum saludables i respectuosos amb el medi i les espècies; contribuir a l'assoliment de la gestió sostenible dels recursos naturals, i promoure els productes de proximitat de comarques gironines.

Que la **CUINA DE L'EMPORDANET** va ser la promotora de la primera mostra gastronòmica gironina, i de la major part de les campanyes gastronòmiques sobre productes autòctons com la garroina, la gamba, l'arròs, etc., campanyes que han afavorit la proliferació d'un gran nombre de campanyes gastronòmiques en tot el territori català.

Que la **CUINA DE L'EMPORDANET** també té com a objectiu potenciar Catalunya i en especial la marca Costa Brava, com a destinació enogastronòmica, essent un referent ineludible quan es parla de cuina en el nostre territori i una marca que destil·la la qualitat al llarg i ample de l'estat.

Que l'import del pressupost del Pla d'Accions, per l'exercici 2020, de la **CUINA DE L'EMPORDANET** ascendeix a la quantitat de 62.000,00 euros.

Que actualment formen part del col·lectiu la **CUINA DE L'EMPORDANET** un total de 18 restaurants, i que són els següents:

AIGUA BLAVA - Begur (Aiguablava)  
 AQUAMARE - Pals (Platja de Pals)  
 ARADI - Platja d'Aro  
 AURUM – Platja d'Aro  
 Bo.TiC - Corçà (Una estrella a la Guia Michelin)  
 CASAMAR - Llafranc (Una estrella a la Guia Michelin)  
 GODARD – S'Agaró  
 EL ROSER 2 - l'Escala.  
 ELS TINARS - Llagostera. (Una estrella a la Guia Michelin)  
 ES PORTAL - Pals  
 LA BLANCA – Llafranc  
 LA CALÈNDULA - Regencós  
 LA PLAÇA - Madremanya  
 MAS DELS ARCS - Palamós  
 SA COVA - Platja d'Aro  
 SA PUNTA – Pals  
 TERRAMAR - Llafranc  
 VICUS - Pals

Quart.- Que el Patronat, durant tot l'any, organitza viatges de coneixement per agències de viatge,

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



*operadors turístics, premsa especialitzada i <bloggers> turístics. Que aquests projectes els desenvolupa sol, o conjuntament amb l'Agència Catalana de Turisme mitjançant els seus centres de promoció turística d'arreu del món i, a vegades, amb les oficines de turisme mundials de Turespaña. Que tanmateix, el Patronat organitza diferents accions de promoció de la Costa Brava arreu del món, portant sempre al seu costat cuiners i productes del territori.*

*Cinquè.- Que ambdues entitats tenen doncs interessos comuns i consideren bàsiques les accions encaminades a aglutinar al sector, a estructurar l'oferta turística i a promoure els productes turístics de la zona relacionats amb la gastronomia i els productes del territori, com a elements per incrementar la notorietat de la destinació i afegir valor al conjunt de la seva oferta turística.*

*Les parts, en representació en la qual actuen, es reconeixen capacitat suficient per a la formalització d'aquest i, en aquest sentit*

#### **ACORDEN:**

**Primer.-***L'objecte d'aquest acord és la col·laboració entre el Patronat i la CUINA DE L'EMPORDANET, per consolidar aquest col·lectiu gastronòmic, amb l'objecte de potenciar la cuina autòctona, millorar-ne la qualitat i contribuir en definitiva a millorar i completar la variada oferta gastronòmica, així com la recuperació i promoció dels productes autòctons.*

**Segon.-***LA CUINA DE L'EMPORDANET oferirà un aperitiu elaborat per cuiners del col·lectiu, per a un màxim de 25 comensals professionals del món del turisme, quan el Patronat ho determini i en un espai dins el territori de la Costa Brava consensuat per amb dues parts.*

**Tercer.-***LA CUINA DE L'EMPORDANET, posarà a disposició del Patronat quan aquest ho demani, el seus serveis d'assessorament en matèria de gastronomia.*

**Quart.-***LA CUINA DE L'EMPORDANET posarà a disposició els seus cuiners, material i producte necessari per a realitzar una sessió fotogràfica durant la vigència del present contracte. Aquestes imatges seran realitzades per un fotògraf contractat pel Patronat i incorporades al banc d'imatges del Patronat. Les imatges resultants seran lliures de drets d'ús i d'imatge.*

**Cinquè.-***LA CUINA DE L'EMPORDANET posarà a disposició del Patronat els seus cuiners, el material, productes i el personal necessari, per procedir a la preparació de diversos plats, amb la finalitat de realitzar una gravació de tres vídeos anuals com a màxim. Aquest vídeos seran utilitzats en accions promocionals que realitzi el Patronat. Les imatges resultants seran lliures de drets d'ús i d'imatge.*

**Sisè.-***LA CUINA DE L'EMPORDANET, inclourà el logotip de la marca turística Costa Brava o bé el del Club de Enogastronomia en tots els seus elements publicitaris i de difusió, tal com: materials gràfics, tèxtils del col·lectiu o bé el hashtag #foodcostabrava del Club de Enogastronomia i el de la destinació #incostabrava en l'àmbit online. Així com en tots els seus materials d'assessorament i formació als membres del col·lectiu.*

**Setè.-***Quan el Patronat vulgui celebrar àpats en el marc de les accions de promoció de les seves marques turístiques, principalment Costa Brava, en un màxim de tres durant la vigència del present contracte, LA CUINA DE L'EMPORDANET haurà de coordinar i gestionar les següents tasques:*





- *Seleccionar l'equip de cuiners que acompanyaran per l'elaboració dels àpats. L'equip es formarà en funció del nombre de comensals de cada un dels àpats, amb un nombre màxim de 4 persones per a 100 comensals.*
- *Direcció de l'equip de cuiners in situ, per part d'un cap de cuina o d'un cuiner representant.*
- *Cap de sala per control de l'espai de l'esdeveniment.*
- *Confecció del menú. Elaboració del menú.*
- *Seleccionar els vins i caves que acompanyaran el menú, sempre de cellers associats al club de màrqueting de la Ruta del Vi DO Empordà del Patronat.*
- *Comandes de matèries primeres, pa i begudes.*
- *Contactar amb el cap de cuina de l'espai on tindran lloc els àpats per tal de concretar la maquinària necessària, l'espai necessari a les neveres, i la resta de requisits necessaris per a dur a terme l'àpat.*
- *Contactar amb el cap de cuina i/o cap de sala per tal de concretar la vaixel·la, la cobrateria i la cristalleria necessària pel servei de l'àpat.*
- *Gestió del transport de les matèries primeres des de l'origen fins al destí.*

**Vuitè.-** *Quan el Patronat vulgui celebrar àpats en mercats d'origen (punt anterior) el Patronat realitzarà les següents tasques:*

- *Traducció de la minuta.*
- *Impressió de la minuta.*
- *Cercar l'espai on es duran a terme els àpats.*
- *Facilitar a LA CUINA DE L'EMPORDANET els noms i les dades de contacte del cap de cuina i del cap de sala, així com l'adreça de l'espai.*
- *Posar una persona a disposició de l'equip de cuiners, durant l'elaboració de l'àpat per tal que pugui fer les traduccions oportunes amb el personal de l'establiment.*
- *Reservar i abonar l'allotjament dels cuiners que determini el Patronat.*
- *Reservar i abonar el mitjà de transport dels cuiners. Ens cas d'utilitzar cotxe propi el quilometratge s'abonarà a 0,19€/km.*
- *Es farà càrrec del cost de les matèries primeres i begudes.*
- *Abonarà les dietes dels cuiners valorades en 50,00.-€ diaris, per dos àpats, dinar i sopar per persona participant, prèvia justificació de les despeses amb la presentació dels tiquets o factures. Si l'acció comporta només una sola manutenció (dinar o sopar) el límit serà de 25,00 euros per àpat.*
- *Es farà càrrec del cost de l'emalatge i transport matèries primeres i begudes.*

**Novè.-** *LA CUINA DE L'EMPORDANET es compromet a ser membre i fer-se càrrec de la quota corresponent, del club de màrqueting d'enogastronomia del Patronat de Turisme Costa Brava Girona.*

**Desè.-** *Tenint en compte la complexitat actual a l'hora de programar i realitzar accions degut a la pandèmia de Covid-19, en el cas que algunes d'elles no es poguessin realitzar o dur a terme al llarg d'aquest 2020, LA CUINA DE L'EMPORDANET, de manera extraordinària per aquest any 2020, podrà també justificar l'ajut a través de la demostració d'actuacions de suport, assessorament i formació dirigides als empresaris membres del col·lectiu amb l'objectiu de potenciar la reobertura i la viabilitat dels establiments durant la crisi generada per la pandèmia.*

**Onzè.-** *El Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A., aportarà la quantitat de 12.000,00 euros a LA CUINA DE L'EMPORDANET, en concepte d'ajut per les accions assenyalades des de l'acord segon i fins*

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



*l'acord desè, ambdós inclosos.*

**Dotzè.**-*El Patronat de Turisme es compromet a fer efectiva la seva aportació econòmica establerta en el punt desè del present conveni, en els següents terminis:*

- *Un 40 % de l'import total el mes de juliol de 2020, prèvia presentació d'una memòria parcial amb les actuacions realitzada fins a la data.*
- *Un 20 % de l'import total el mes de setembre de 2020, prèvia presentació d'una memòria parcial amb les actuacions realitzada fins a la data.*
- *El 40 % restant, al mes de desembre de 2020, prèvia presentació de la memòria completa de totes les accions portades a terme objecte del present conveni*

*La no presentació dels justificants del corrent de pagament de les obligacions tributàries i de la Seguretat Social donarà lloc a la resolució del present acord.*

**Tretzè.**- *En relació a les dades personals que hagin de ser objecte de tractament per al compliment del conveni, 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.*

**Catorzè.**- *Aquest conveni tindrà efectes retroactius des del dia 1 de gener de 2020 i s'estendran fins el dia 31 de desembre de 2020.*

**Quinzè.**-*Aquest conveni es regirà pel que estableix l'article 47.2.c.) de la Llei 40/2015, de l'1 d'octubre, de règim jurídic del sector públic.*

**Setzè.**- *Per a qualsevol interpretació o litigi sobre el present contracte, les parts acorden que la jurisdicció sigui la dels Jutjats i Tribunals competents de Girona, amb renúncia expressa de qualsevol altre fur que pogués correspondre'ls.*

*I, com a prova de conformitat, les parts signen aquest document a un sol efecte, en el lloc i les dates de les signatures electròniques.*

Sr. MIQUEL NOGUER I PLANAS  
President del Patronat de Turisme  
Costa Brava Girona SA

Sr. VICENÇ FAJARDO GALLEGU-CASILDA  
President de l'Associació "Cuina de  
l'Empordanet"

**SEGON.- FACULTAR** àmpliament al Sr. President per a la formalització del mateix.

S'aprova per unanimitat.

**2.7 PROPOSTA I APROVAR, SI S'ESCAU, EL CONVENI DE COL·LABORACIÓ ENTRE L'AGÈNCIA CATALANA DE TURISME I EL PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA, SA, PER A LA INTEGRACIÓ, MITJANÇANT APORTACIÓ ECONÒMICA, PER A L'ANY 2020, EN EL CONSELL DE DIRECCIÓ DE L'AGÈNCIA CATALANA DE TURISME.**

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



Vist el text del conveni de col·laboració entre l'Agència Catalana de Turisme i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, per a la integració, mitjançant aportació econòmica, per a l'any 2020, en el Consell de Direcció de l'Agència Catalana de Turisme.

Atès que és d'interès d'aquest Patronat procedir a la subscripció d'aquest conveni.

Atès que el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA disposa de crèdit pressupostari suficient i adequat per atendre les despeses, de quatre-cents vint-i-vuit mil·lions d'euros (428.000,00.-€), derivades de la realització de les activitats o accions que preveu el conveni.

Vistes les actuacions practicades i antecedents de l'expedient, de conformitat amb els Estatuts de la societat, es proposa al Consell d'Administració del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, l'aprovació dels següents acords:

**PRIMER.- APROVAR** el conveni entre l'Agència Catalana de Turisme i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA de conformitat amb el text que a continuació es transcriu:

**“CONVENI DE COL·LABORACIÓ ENTRE L'AGÈNCIA CATALANA DE TURISME I EL PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA, SA PER A LA INTEGRACIÓ, MITJANÇANT APORTACIÓ ECONÒMICA, PER A L'ANY 2020, EN EL CONSELL DE DIRECCIÓ DE L'AGÈNCIA CATALANA DE TURISME**

#### **ENTITATS QUE INTERVENEN**

*D'una banda, el senyor David Font i Simon, en la seva qualitat de director de l'Agència Catalana de Turisme, ens públic de la Generalitat de Catalunya regulat per la Llei 15/2007, de 5 de desembre (DOGC núm. 5030 de 17.12.2007) i pel Decret 192/2009 de 9 de desembre, que aprova els seus estatuts (DOGC núm. 5524 de 11.12.2009), amb domicili social a Passeig de Gràcia, 105, 3a. planta de 08008-Barcelona i NIF núm. S-0800470-G.*

*I d'altra banda, Sr. Miquel Noguer i Planas, President de la Diputació de Girona i actuant en qualitat de President del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, amb domicili social a l'avinguda Sant Francesc, 29, 3a planta, 17001 de Girona i CIF A-17031246, i expressament facultat per a la formalització d'aquest conveni, per acord del Consell d'Administració del dia XX de XXXX de 2020.*

*Actuen en ús de les atribucions dels seus respectius càrrecs i es reconeixen mútuament i recíprocament per fer-ho.*

#### **ANTECEDENTS I MOTIVACIÓ**

**I.-** *Que l'Agència Catalana de Turisme té com objectiu la promoció de Catalunya com a destinació turística de referència basada en la seva qualitat i rendibilitat social i econòmica, d'acord amb les competències que l'article 171 de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya atorga en matèria de turisme.*

**II.-** *Que el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA com a entitat de promoció turística, té objectius coincidents en el referit àmbit amb els de l'Agència Catalana de Turisme, motiu pel qual, en consonància amb el que estableix el capítol II de la Llei 15/2007, de 5 de desembre, de l'Agència Catalana de Turisme i els articles 7 i 9 del Decret 192/2009, de 9 de desembre, d'aprovació dels seus Estatuts, estarà representat en*

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



els seu òrgan de govern.

**III.-** Que el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA treballa, en tant que factor afavoridor del desenvolupament econòmic i social dels pobles, en polítiques de dinamització o promoció turística del territori, apostant per la qualitat i la diversificació i pel desenvolupament d'eines de promoció turística que situïn l'oferta dels municipis en el mercat intern i extern.

**IV.-** Que ambdues entitats exerceixen competències en matèria turística i és voluntat de les mateixes la realització de plans i programes conjunts d'actuació per a la consecució d'objectius comuns en aquesta matèria, tal com s'estableix a l'actual marc jurídic vigent.

**V.-** Que la Llei 2/2014, del 27 de gener, de mesures fiscals, administratives, financeres i del sector públic publicada al DOGC núm. 6551 el 30.1.2014 en el seu article 153 aprova la modificació de la Llei 15/2007 de l'Agència Catalana de Turisme i, en concret, la participació econòmica dels membres del Consell de Direcció que d'acord amb l'article 6, apartat 5) estableix que la participació com a membres del Consell de Direcció de representants de les entitats no pertanyents a la Generalitat resta condicionada a l'aportació econòmica, finalista o no, que aquestes entitats facin a l'Agència, en els termes establerts pel decret a que fa referència l'apartat 4. En cas que l'aportació sigui finalista, cal concertar amb l'Agència la tipologia i l'abast de les actuacions exercici, per exercici. La quantia de l'aportació, pot ésser dinerària o en espècie.

Així doncs, les parts acorden subscriure aquest Conveni d'acord amb els següents:

## **PACTES**

### **Primer.- Objecte**

L'objecte d'aquest conveni és formalitzar l'aportació econòmica per part del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA per a l'any 2020, com a requisit indispensable per a la integració del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA com a membre del Consell de Direcció de l'Agència Catalana de Turisme.

### **Segon.- Obligacions de les parts**

- a) El Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA es compromet a aportar la quantitat total de quatre-cents vint-i-vuit mil·lions d'euros (428.000,00.-€). Aquesta aportació per import de 428.000,00.-€ es farà amb càrrec a la partida econòmica 170/45100, d'aquesta aportació 125.000 euros corresponen a l'aportació obligatòria d'acord amb el que estableix l'art.9,2.1 dels Estatuts de l'ACT i la resta és a dir 303.000 euros a l'aportació econòmica addicional a l'obligatòria, establerta al punt 3 de l'article 9 per plans de promoció específica, marca Pirineus i campanyes de publicitat.
- b) El pagament de l'aportació s'efectuarà per transferència bancària, en concepte d'aportació dinerària, a l'Agència Catalana de Turisme a la signatura d'aquest conveni
- c) L'Agència Catalana de Turisme justificarà, abans del primer trimestre posterior a la finalització de la vigència del conveni, mitjançant certificat, que s'han dut a terme les accions previstes a l'Annex.
- d) Les parts es comprometen articular la participació de cadascuna d'elles als Comitès dels programes de treball de les seves respectives entitats, contribuint amb aquesta reciprocitat a alinear millor les estratègies comunes de promoció turística.

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



### **Tercer.- Cooperació pública horitzontal**

Les parts es comprometen a formalitzar, si s'escau, una cooperació pública horitzontal en els termes de l'article 31 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic. Els contractes que derivin del conveni de cooperació pública horitzontal quedaran sotmesos a l'esmentada Llei de Contractes del Sector Públic.

### **Quart.- Vigència**

D'acord amb l'article 49, lletra h, de la Llei 40/2015, d'1 d'octubre, de règim jurídic del sector públic i l'article 112 de la Llei 26/2010, de 3 d'agost, de règim jurídic i de procediment de les administracions públiques de Catalunya, aquest conveni té efectes des del 1 de gener de 2020 i finalitzarà el 31 de desembre de 2020, sens perjudici de les operacions de liquidació i tancament del present conveni.

### **Cinquè.- Seguiment i execució del conveni**

Cadascuna de les entitats signatàries del conveni nomenaran un representant amb la finalitat de resoldre els possibles problemes d'interpretació i compliment en relació als compromisos adquirits en el marc del conveni.

### **Sisè.- Denúncia o modificació del conveni**

Les parts podran denunciar o modificar el present conveni en qualsevol moment per mutu acord. Qualsevol modificació que alteri de forma important les estipulacions del present conveni haurà de formalitzar-se, per la seva validesa, per mutu acord d'ambdues parts. Qualsevol transgressió de les estipulacions d'aquest conveni permetrà a la part perjudicada optar pel compliment o la resolució del mateix.

### **Setè.- Exclusió de la Llei de Subvencions**

D'acord amb el que estableix l'article 2.4 b) del Reglament que desenvolupa la Llei General de Subvencions, aquest conveni queda exclòs del seu àmbit d'aplicació atès que te per objecte la realització de plans i programes conjunts d'actuació en matèria de promoció turística, competència concurrent d'ambdues entitats.

### **Vuitè.- Causes de resolució**

A més de l'expiració del termini de vigència, constitueixen causes d'extinció anticipada d'aquest Conveni les que es detallen a continuació:

- a) La resolució acordada de comú acord entre les parts que l'han subscrit.
- b) El compliment de llur objecte.
- c) L'incompliment, per qualsevol de les parts, de les obligacions concretes en les clàusules anteriors i amb el requeriment previ previst en l'article 51.2.c) de la Llei 40/2015, d'1 d'octubre, de règim jurídic del sector públic.

En el supòsit que el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA no compleixi l'obligació de fer l'aportació econòmica que s'estableix en aquest conveni, perdrà la seva condició de membre del Consell de Direcció de l'Agència Catalana de Turisme amb tots els drets i deures inherents a aquesta condició, atès el que disposa

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



*l'apartat 5 de l'article 6 de la Llei de l'Agència Catalana de Turisme i sens perjudici de la seva representació en el Consell General de Participació.*

### **Novè.- Llengua de treball en l'execució del conveni**

*L'Agència Catalana de Turisme i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA han d'emprar el català en els rètols, publicacions, avisos i altres comunicacions de caràcter general que tinguin una relació directa amb l'execució de les prestacions objecte del conveni; tot això, d'acord amb les regulacions contingudes a la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística. En l'àmbit territorial de la Vall d'Aran s'utilitzarà l'aranès.*

### **Desè.- Confidencialitat**

*Les parts conserven a tota hora, tant durant la vigència del Conveni com després del seu acabament, el compromís de confidencialitat de tota la informació que els hagi estat subministrada o que hagin adquirit en el transcurs de la relació de les obligacions que pel present document els correspongui, i no la revelessin a cap persona ni societat, ni la usará de cap manera que no sigui la que correspongui amb la finalitat del conveni.*

### **Onzè.- Transparència**

*De conformitat amb l'article 8.1 apartat f de la Llei 19/2014, del 29 de desembre, de transparència, accés a la informació pública i bon govern, es farà pública la informació relativa al present conveni. Concretament, i tal i com es disposa a l'article 14 de la citada llei, se sotmetrà a informació pública, com a mínim, la data de signatura, les parts que el signen, l'objecte, els drets i obligacions de qualsevol mena i el període de vigència del present conveni, així com qualsevol modificació que es realitzi en aquest. D'acord amb l'article 5 de la Llei de transparència, accés a la informació pública i bon govern, la informació subjecta al règim de transparència es farà efectiva en el lloc web de l'Agència Catalana de Turisme (<http://act.gencat.cat>). Aquest conveni d'acord, amb l'article 110.3 de l'esmentada Llei 26/2010 i l'article 14 de la Llei 19/2014, de 29 de desembre, de transparència, accés a la informació pública i bon govern, s'ha de publicar en el Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya i al web del Registre de convenis de col·laboració i cooperació de la Generalitat de Catalunya que és accessible des del Portal de la Transparència.*

### **Dotzè.- Protecció de dades de caràcter personal**

*Les parts signants d'aquest Conveni s'obliguen al compliment de tot allò que estableix el Reglament (UE) 2016/679, del Parlament Europeu i del Consell, de 27 d'abril de 2016, relatiu a la protecció de les persones físiques pel que fa al tractament de dades personals i a la lliure circulació d'aquestes dades i pel qual es deroga la Directiva 95/46/CE (d'ara endavant "RGPD") i a la Llei orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de protecció de dades personals i garantia dels drets digitals (d'ara endavant "LOPDGDD"), així com qualsevol altra normativa aplicable o que la pugui substituir en el futur en relació a les dades personals.*

### **Tretzè.- Resolució de conflictes**

*Qualsevol divergència o discrepància que es pugui produir en la interpretació i el compliment d'aquest conveni, d'alguna o de totes de les condicions que s'hi regulen, es resoldran en primera instància d'acord amb la clàusula cinquena del present conveni, i en el cas de no ser possible es sotmetrà a coneixement de la jurisdicció del contenciós administratiu, de la ciutat de Barcelona.*

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



I, com a prova de conformitat, les parts signen aquest document a un sol efecte, en el lloc i les dates de les signatures electròniques.

Sr. DAVID FONT I SIMON  
Director de l'Agència Catalana de Turisme

Sr. MIQUEL NOGUER I PLANAS  
President del Patronat de Turisme Costa Brava  
Girona SA

## Annex

Conveni ACT - Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA 2020	Import previst	Transferir a ACT	Executa Patronat
Aportació obligatòria	125.000,00€	125.000,00€	0,00€
Aportació Programa Pirineus	103.000,00€	103.000,00€	0,00€
Aportació extraordinària campanya de publicitat específica Espanya i Catalunya	200.000,00€	200.000,00€	0,00€
	<b>428.000,00</b>	<b>428.000,00€</b>	<b>0,00€"</b>

**SEGON.- FACULTAR** àmpliament al Sr. President per a la formalització del mateix.

S'aprova per unanimitat.

## **2.8 PROPOSTA I APROVAR, SI S'ESCAU, L'ADDENDA A L'ACORD MARC DE PROTOCOL D'ACTUACIÓ FINANCERA PER A L'ORGANITZACIÓ DE L'ASSEMBLEA GENERAL DE MEDCRUISE 2020 A LA COSTA BRAVA, PER TRASLLAT DE L'ESDEVENIMENT AL MAIG 2021.**

Vist el text de l'addenda a l'acord marc de protocol d'actuació financera per a l'organització de l'Assemblea General de Medcruise 2020 a la Costa Brava, que s'havia de celebrar del 26 al 29 de maig, per ajornament de l'esdeveniment al maig de 2021 degut a l'estat d'alarma decretat en data 14 de març de 2020 per a la gestió de la situació de crisi sanitària ocasionada pel COVID-19.

Vistes les actuacions practicades i antecedents de l'expedient, de conformitat amb els Estatuts de la societat, es proposa al Consell d'Administració del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, l'aprovació dels següents acords:

**PRIMER. APROVAR** l'addenda a l'acord marc de protocol d'actuació financera per a l'organització de l'assemblea general de Medcruise 2020 a la Costa Brava, per trasllat de l'esdeveniment al maig 2021, de conformitat amb el text que a continuació es transcriu:

**"ADDENDA A L'ACORD MARC DE PROTOCOL D'ACTUACIÓ FINANCERA PER A L'ORGANITZACIÓ DE L'ASSEMBLEA GENERAL DE MEDCRUISE 2020 A LA COSTA BRAVA, PER AJORNAMENT DE L'ESDEVENIMENT AL MAIG DEL 2021**

### **INTERVENEN**

**D'UNA PART:** El Sr. ISIDRE GAVÍN I VALLS actuant com a president, en nom i representació de Ports de la

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



Generalitat, amb domicili al carrer Dr. Roux, número 59-61, entresol, 08017, Barcelona, i CIF Q0840002J, qui actua de conformitat amb el que disposa l'article 20 de la Llei 10/2019, del 23 de desembre, de ports i de transport en aigües marítimes i continentals, que deroga la Llei 5/1998, del 17 d'abril, de ports de Catalunya.

DE L'ALTRA: El Sr. MIQUEL NOGUER I PLANAS actuant com a President, en nom i representació del Patronat de Turisme Costa Brava Girona SA, en endavant el Patronat, amb domicili a l'Avinguda Sant Francesc, núm. 29, 3r, 17001, Girona, i CIF A17031246, i expressament facultada per acord del Consell d'Administració celebrat el dia xx de xx de 2020.

DE L'ALTRA: La Sra. MONTSE MINDAN I CORTADA, alcaldessa de l'Ajuntament de Roses, actuant en nom i representació de l'Ajuntament de Roses, amb domicili a Plaça Catalunya, número 12, 17480, Roses, i CIF P1716100A, en virtut de la capacitat representativa que li atribueix l'article 53.1 a) del Text refós de la Llei municipal i de règim local de Catalunya, aprovat pel Decret legislatiu 2/2003, de 28 d'abril.

DE L'ALTRA: El Sr. LLUÍS PUIG MARTORELL alcalde de l'Ajuntament de Palamós, actuant en nom i representació de l'Ajuntament de Palamós, amb domicili al carrer Major, número 56, 17230, Palamós, i CIF P1712500F, en virtut de la capacitat representativa que li atribueix l'article 53.1 a) del Text refós de la Llei municipal i de règim local de Catalunya, aprovat pel Decret legislatiu 2/2003, de 28 d'abril.

Totes les parts es reconeixen la capacitat i la representació necessària per a aquest atorgament i

## EXPOSEN

**PRIMER.-** Que les parts intervinents van subscriure un acord de col·laboració, formalitzat amb signatura digital emeses entre el dia 30 de juliol i el 5 de novembre de 2019, el qual tenia per objecte establir el protocol d'actuació per a l'organització i finançament de la 56a Assemblea General de Medcruise, d'ara endavant AGMED, que se celebraria del 26 al 29 de maig del 2020 a la Costa Brava, i establir el marc de coordinació de totes les entitats que conformem la marca Costa Brava Cruise Ports per a la celebració d'aquest esdeveniment.

**SEGON.-** Que la declaració d'estat d'alarma de data 14 de març de 2020 per a la gestió de la situació de crisi sanitària ocasionada pel COVID-19 ha tingut un gran impacte en l'activitat portuària i turística i en el conjunt de la indústria dels creuers, que, especialment, han vist afectada la seva activitat.

En aquest context, el Consell d'Administració de Medcruise, reunit amb caràcter virtual i d'urgència, el passat 19 de març de 2020, va aprovar posposar la celebració de 56a AGMED a la Costa Brava per al mes de maig de l'any 2021.

**TERCER.-** Que totes parts tenen interès en donar continuïtat a l'organització i finançament de la 56a AGMED, que es celebrarà, segons previsió, el mes de maig del 2021 a la Costa Brava.

**QUART.-** Que la clàusula tercera de l'acord que regula la seva durada estableix que, aquest serà vigent des de la data de la signatura i fins a la finalització de la celebració de 56a AGMED.

És per aquest motiu que els sotasignats, de mutu acord i a tots els efectes,

## ACORDEN

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020





PRORROGAR l'acord marc de col·laboració signat entre les parts i que té com a objectiu establir el protocol d'actuació per a l'organització i finançament de la 56a AGMED, posposada per al mes de maig de 2021, pel termini d'un (1) any més, i amb subjecció a la resta de clàusules que regeixen aquest acord de col·laboració i les prescripcions següents:

- Ampliar el pagament de tots els compromisos de despesa derivats d'aquest esdeveniment, en els termes establerts en la clàusula tercera de l'acord marc, i en funció d'aquesta addenda s'estendrà com a màxim fins a l'acabament de l'exercici pressupostari del 2021.
- Ampliar fins a l'exercici 2021 la possibilitat de realitzar la reserva de crèdit, en funció del compromís adquirit en la reunió plenària, de data 4 de desembre de 2018, en la seu de la Delegació del govern a Girona i en la quantia màxima de les aportacions establertes, en la clàusula cinquena de l'acord marc, amb la finalitat de donar cobertura econòmica a la nova data de celebració de l'organització de l'AGMED a la Costa Brava.
- La despesa compromesa entre els exercicis 2019 i 2021 no podrà sobrepassar l'aportació establerta en la clàusula cinquena que estableix que el pressupost total màxim de despeses a cobrir s'estima en 200.000 €, sense IVA.
- La despesa meritada i/o pagada, en els exercicis 2019 i 2020, corresponent a serveis, subministres i altres conceptes de despesa establerts en l'acord marc de l'organització de l'AGMED, forma part de l'import màxim detallat en el punt anterior i concretament de l'aportació màxima a realitzar per l'organisme que hagi realitzat el seu pagament.

I, com a prova de conformitat, les parts signen aquest document a un sol efecte, en les dates de les signatures electròniques.

SR. ISIDRE GAVIN I VALLS

President de Ports de la Generalitat

SR. MIQUEL NOGUER I PLANAS

President del Patronat de Turisme Costa Brava Girona

SRA. MONTSE MINDAN I CORTADA

Alcaldeessa de l'Ajuntament de Roses

SR. LLUÍS PUIG MARTORELL

Alcalde de l'Ajuntament de Palamós



Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



**SEGON.- FACULTAR** àmpliament al President del Patronat per a la formalització del mateix.

S'aprova per unanimitat.

## **2.9 PROPOSTA I APROVAR, SI S'ESCAU, EL CONVENI DE COL·LABORACIÓ ENTRE EL CONSORCI DE LES VIES VERDES DE GIRONA I EL PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA, SA, PER AL TRASPÀS I GESTIÓ DELS AGENTS ECONÒMICS DEL CONSORCI.**

Vist el text del conveni de col·laboració entre el Consorci de les Vies Verdes de Girona i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, per al traspàs i gestió dels agents econòmics del Consorci.

Atès que és d'interès d'aquest Patronat procedir a la subscripció d'aquest conveni, al contribuir a la promoció i posicionament de les comarques gironines com a una destinació turística dintre del segment del cicloturisme, producte d'interès estratègic identificat al programa primer del Pla d'Accions i Objectius del Patronat per a l'exercici 2020.

La realització de les activitats o accions que preveu el conveni no comporten cap despesa econòmica pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA.

Vistes les actuacions practicades i antecedents de l'expedient, de conformitat amb els Estatuts de la societat, aquesta direcció proposa al Consell d'Administració del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, l'aprovació dels següents acords:

**PRIMER.- APROVAR** el conveni entre el Consorci de les Vies Verdes de Girona i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, de conformitat amb el text que a continuació es transcriu:

***“CONVENI DE COL·LABORACIÓ ENTRE EL CONSORCI DE LES VIES VERDES DE GIRONA I EL PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA PIRINEUS GIRONA PER AL TRASPÀS I GESTIÓ DELS AGENTS ECONÒMICS DEL CONSORCI***

### **ENTITATS QUE HI INTERVENEN**

*El Consorci de les Vies Verdes de Girona representat pel seu president el senyor Eduard Llorà i Cullet per nomenament del Ple de la Diputació de Girona el dia 23 de juliol de 2019 i en virtut de les facultats conferides per acord de l'Assemblea General de 3 de setembre de 2019, i assistit pel secretari, Sr. Jordi Batllori i Nouvilas.*

*El Patronat de Turisme Costa Brava Pirineu Girona representat pel seu president el senyor Miquel Noguer i Planas en virtut de les facultats conferides per acord del Consell d'Administració del dia 27 de maig de 2020 i assistit pel secretari el senyor Jordi Batllori i Nouvilas.*

*Actuen en ús de les atribucions dels seus respectius càrrecs i es reconeixen mútuament i recíprocament per a fer-ho.*

### **ANTECEDENTS I MOTIVACIÓ**

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



*El Patronat de Turisme Costa Brava Girona, d'ara en endavant el Patronat, té com a finalitats, vetllar per la imatge i la millora del desenvolupament del sector turístic, i la realització d'accions en l'àmbit del màrqueting i la comercialització, així com la prestació de serveis adreçats a incrementar la riquesa de la indústria turística en les comarques de Girona i reforçar la seva competitivitat.*

*El Consorci de les Vies Verdes de Girona, d'ara en endavant CVV, té entre altres finalitats el suport a iniciatives socioculturals relacionades amb els seus traçats, així com la promoció de l'ús de la bicicleta com a mitjà de transport. La planificació, l'execució i la gestió de les vies verdes de les comarques de Girona i la promoció de l'ús pels usuaris.*

*Atès que a partir d'ara el club d'agents econòmics del Consorci de les Vies Verdes, i el Club de Natura-Actiu, el qual aglutina entre altres activitats la promoció del cicloturisme, del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, es fusionen, el Patronat serà l'encarregat de gestionar tots els agents resultants d'aquesta unió. Així doncs, donada la vocació de promoció de les rutes del Consorci i considerant que les dades dels agents del Club de Natura-Actiu, poden ser importants per tal de promocionar turísticament les rutes gestionades pel Consorci, es fa necessari un conveni per tal de concretar aquesta col·laboració per sumar esforços i assolir objectius que afavoreixin el benefici mutu.*

*En virtut de tot això, formalitzen aquest conveni amb subjecció als següents:*

## **PACTES**

### **Primer.- Objecte.**

*L'objecte d'aquest conveni és establir el termes de col·laboració entre el Consorci de les Vies Verdes de Girona i el Patronat de Turisme Costa Brava Pirineu Girona en relació amb la promoció conjunta de les rutes cicloturistes de la província de Girona.*

*Aquest conveni s'ha de regir pel que estableixen: la Llei 40/2015 d'1 d'octubre de règim jurídic dels sector públic en el seu capítol VI (articles 47 i següents) i la Llei 26/2010 del 3 d'agost de règim jurídic i de procediment de les administracions públiques de Catalunya en el seu capítol II (articles 108 i següents).*

### **Segon.- Obligacions de les parts.**

*D'una banda, el Patronat es compromet a dur a terme les tasques següents en relació amb el CVV*

*Proporcionar les dades dels agents del Club de Natura-Actiu, en relació al subsector del cicloturisme, que el CVV necessiti per finalitats de promoció turística de les rutes gestionades pel Consorci.*

- *Proporcionar la participació gratuïta d'almenys un representant del Consorci de les Vies Verdes en les accions del club relacionades directament amb l'objecte del present conveni, com per exemple workshops, benchmarks, i d'altres que puguin sorgir.*
- *Incloure les rutes del Consorci a la difusió generada pels seus intermediaris professionals.*
- *Entregar el material de difusió del Consorci de les Vies Verdes a les fires especialitzades on assisteixin.*
- *Participar com a convidat en les Assemblees Generals del Consorci.*
- *Donar esment i difusió de les rutes gestionades pel Consorci en els seus materials editats de senderisme, cicloturisme i ciclisme.*

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



*D'altra banda, el **Consorti de les Vies Verdes de Girona** es compromet a dur a terme les tasques següents en relació amb el Patronat:*

- *Participar com a soci del Club Natura Actiu en les reunions de funcionament d'aquest que organitzi el Patronat.*
- *Col·laborar amb el Patronat en accions conjuntes de promoció.*
- *Com a propietari del distintiu de qualitat Bed and Bike, i un cop signat aquest conveni, cedirà l'ús d'aquest segell a favor del Patronat de Turisme de Girona. En tot cas, el desenvolupament, els acords i condicions d'aquesta cessió d'ús s'haurà d'articular en un document específic posterior.*
- *Aportar al Patronat un llistat actualitzat dels agents econòmics a traspassar.*
- *Cedir el cobrament les quotes de afiliació d'aquests agents econòmics al Patronat.*
- *Col·laborar amb el Patronat de forma activa per tal de comunicar, als agents econòmics la fusió objecte del present Conveni*
- *Col·laborar amb el Patronat de forma activa perquè aquests agents econòmics formalitzin l'Alta d'Adhesió al Club de Natura-Actiu del Patronat, per tal de regularitzar de forma efectiva i eficaç el traspàs.*

*Per últim, el **Consorti de les Vies Verdes de Girona** i el Patronat es comprometen a realitzar les tasques següents:*

- *Col·laborar en accions de promoció conjunta quan el territori, l'objecte i els beneficiaris de l'acció així ho aconsellin (press trips, fam trips, blog trips, etc.).*
- *Realitzar conjuntament el mapa de Vies Verdes i Pirinexus, aportant el CVV la part informativa i actualitzacions i el Patronat la part econòmica, repartint la quantitat impresa de mapes al 50% entre les dues entitats per les accions de promoció que considerin adients.*
- *Compartir la informació referent a estudis d'impacte, dades econòmiques, de proveïdors turístics, etc. per tal de col·laborar en el know how del cicloturisme a les comarques gironines.*
- *Participar de forma gratuïta (com a mínim 1 persona) en els diferents cursos, seminaris i sessions de treball que organitzi cadascun dels ens.*
- *Compartir el material audiovisual i promocional que generin i que pugui ser d'interès mutu.*
- *Promocionar i donar publicitat de les activitats respectives a xarxes socials, webs i d'altres mitjans.*
- *Tindrà lloc com a mínim una reunió anual bilateral de coordinació d'aquest conveni i es durà a terme durant el darrer trimestre de l'any.*

### **Tercer. Obligacions econòmiques**

*Aquest conveni no generarà cap despesa econòmica a les parts signants.*

### **Quart. Seguiment del Conveni**

*S'estableix una comissió de seguiment del conveni que estarà constituïda pels següents membres:*

*Per part del **Consorti de les Vies Verdes**: el Gerent (o persona que en designi en substitució) i un tècnic encarregat del seguiment del conveni.*

*Per part del Patronat: el Director (o persona que en designi en substitució) i un tècnic encarregat del seguiment del conveni.*

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



*Aquesta comissió es reunirà a petició de qualsevol de les parts. La Comissió de Seguiment és l'encarregada de vigilar i controlar l'execució dels compromisos adquirits a la signatura del conveni. Així mateix és l'òrgan competent per resoldre els problemes d'interpretació i compliment que es puguin plantejar durant la vigència del conveni*

*La comissió es reunirà quan els seus membres així ho acordin, i com a mínim, una vegada a l'any, en la qual s'analitzarà l'estat dels compromisos i acords adoptats.*

*Aquesta comissió no tindrà personalitat jurídica.*

#### **Cinquè.- Termini i possibilitat de pròrroques**

*La durada del present conveni serà de quatre anys a partir del dia 1 de juliol de 2020, sense perjudici de que les parts puguin convenir de mutu acord la seva renovació o pròrroga.*

*En el cas de que sigui acordada la pròrroga o pròrroques, aquestes podran tenir una durada màxima de quatre anys més i es formalitzaran de forma expressa.*

#### **Sisè.- Règim de modificació de convenis**

*La modificació del present conveni es realitzarà mitjançant addenda i per acord unànime de les parts.*

#### **Setè.- Incompliment del Conveni**

*En cas d'incompliment de les obligacions i compromisos assumits, les parts es reserven el dret d'exercir les accions legals necessàries per exigir el compliment dels pactes o a instar la seva resolució.*

#### **Vuitè.- Formes d'extinció del Conveni.**

*El present conveni de col·laboració s'extingirà per les següents causes:*

- a) Per l'incompliment dels objectius fixats i/o de les obligacions de les dues parts.*
- b) Per finalització de la seva vigència*
- c) El mutu acord de les parts*
- d) Per impossibilitat material de portar la col·laboració endavant en els termes, condicions i qualitats establertes en el conveni*

#### **Novè. Publicitat del Conveni**

*El Consorci de les Vies Verdes ha de publicar el text íntegre del Conveni al Butlletí Oficial de la Província de Girona i a la web del Registre de Convenis de Col·laboració i de Cooperació de la Generalitat de Catalunya i una referència d'aquest al Diari Oficial de La Generalitat de Catalunya.*

#### **Desè.- Confidencialitat.**

*En relació a les dades personals que hagin de ser objecte de tractament per al compliment del conveni, 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.*

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



*I en prova de conformitat, les persones que l'atorguen signen el present conveni, en la data que figura en la signatura digital.*

Per:

Consorci de les Vies Verdes

Patronat de Turisme Costa Brava Girona

President

President

Secretari

Secretari

**SEGON.- FACULTAR** àmpliament al President del Patronat per a la formalització del mateix.

S'aprova per unanimitat.

**2.10 DONAR COMPTE I APROVAR, SI S'ESCAU, LA RATIFICACIÓ DE L'APROVACIÓ DE LA RESOLUCIÓ DE PRESIDÈNCIA 2020/65 BIS DE DATA 15/05/2020, EN RELACIÓ A LA DECLARACIÓ D'EMERGÈNCIA PER A LA CONTRACTACIÓ D'ACTUACIONS GESTIONADES PEL PATRONAT DAVANT LA PANDÈMIA COVID-19.**

Vist la resolució de presidència núm. 2020/65 bis, de data 15 de maig de 2020, que es transcriu a continuació:

***“RESOLUCIÓ DE PRESIDÈNCIA***

***Declaració d'emergència per a la contractació d'actuacions gestionades pel Patronat davant la pandèmia del virus Covid-19***

*Expedient: 2020/230/Aprovació Declaració d'emergència per a la contractació d'actuacions gestionades pel Patronat davant la pandèmia del virus Covid-19*

**ANTECEDENTS**

*En data 12 de maig de 2020, des de Direcció, es va emetre un informe en relació a la necessitat de declaració d'emergència per a la contractació d'actuacions gestionades pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA per tal de pal·liar els efectes de la crisi provocada per la pandèmia del virus Covid-19 al sector turístic de les terres gironines, el contingut literal del qual és el següent:*

***“INFORME JUSTIFICACIÓ***

***Declaració d'emergència per a la contractació d'actuacions gestionades pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA per tal de pal·liar els efectes de la crisi provocada per la pandèmia del virus Covid-19 al sector turístic de les terres gironines.***

*Expedient: 2020/230/Aprovació Declaració d'emergència per a la contractació d'actuacions gestionades pel Patronat davant la pandèmia del virus Covid-19*

**ANTECEDENTS**

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



En data 14 de març de 2020 es va decretar l'estat d'alarma a l'Estat Espanyol a causa de la pandèmia provocada pel virus Covid-19, imposant una sèrie de mesures sanitàries d'urgència que s'han traduït, entre d'altres, en restriccions a la mobilitat dels ciutadans, el tancament de rutes aèries, el tancament de fronteres tant d'entrada com de sortida, el cessament de les activitats econòmiques no essencials, entre les quals es troben les del sector turístic, i finalment en el confinament de la població, que està provocant una crisi sanitària, social i econòmica al país.

A la resta de països també s'han decretat mesures sanitàries més o menys estrictes. Un estudi realitzat per la UNWTO (World Tourism Organization), de data 28 d'abril de 2020, posa de manifest que aquesta pandèmia ha portat a totes les destinacions del món a introduir restriccions en el turisme i, a data d'avui, cap país les ha aixecades ni ha manifestat la intenció de fer-ho. Així doncs, dels 217 destins del món:

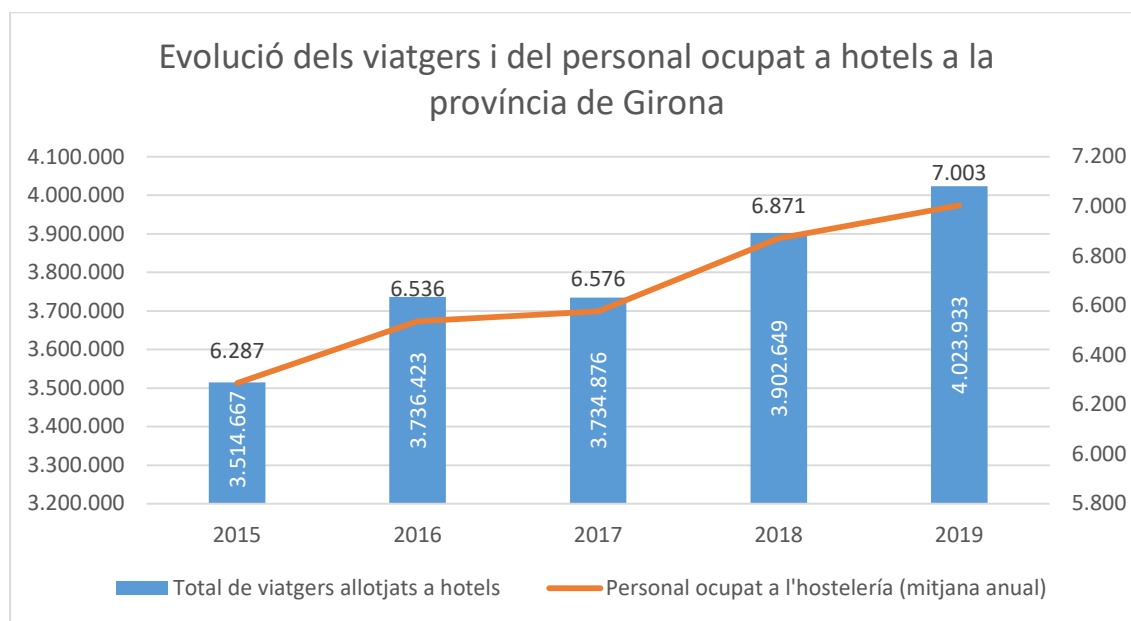
- El 45% ha tancat total o parcialment les seves fronteres als turistes. Tant l'Estat Espanyol com la majoria dels mercats emissors turístics de la Costa Brava es troben en aquesta situació.
- El 30% ha suspès total o parcialment els vols internacionals
- El 18% prohibeix l'entrada de passatgers procedents de països específics a passatgers que han fet escala en determinats països.
- El 7% està aplicant diferents mesures, com la quarantena o l'auto aïllament durant 40 dies.

En data 28 d'abril de 2020 el Consell de Ministres Espanyol ha aprovat el "Pla per a la Transició cap a una Nova Normalitat", amb l'objectiu de programar la sortida gradual d'Espanya de l'etapa més aguda de la crisi generada per la malaltia Covid-19, el qual està subjecte a l'evolució de la pandèmia que marcarà els límits temporals de cada possible escenari.

### El sector turístic:

El sector turístic suposa el 12% del PIB català i el 14% de l'ocupació.

Basant-nos en les dades de l'Enquesta d'ocupació hotelera que proporciona l'INE, al 2019, del conjunt del territori català, la província de Girona va recollir el 19,4% de viatgers de tot Catalunya i el 21,3% del total de pernoctacions. El personal empleat també va augmentar, situant-se en les 7.003 persones.



Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



Font: INE

Segons Anna Garriga, investigadora principal del Grup de Transferència de Coneixement en Economia i Empresa de la Universitat de Girona, i degana de la Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales de la UdG, aquest valor augmenta fins el 20% del PIB per a l'economia de la Costa Brava. [Diari de Girona, 15.11.2019, Jornades sobre turisme i societat organitzades per la Fundació Jordi Comas i l'Agència Catalana de Turisme i que se celebren avui al CaixaForum Girona].

Catalunya continua sent el primer destí d'Espanya en quota d'arribada de turistes internacionals. En concret, durant l'any 2019, el 47% dels turistes a la Costa Brava i el Pirineu de Girona eren d'àmbit internacional [Font: Plataforma TDS, Tourism Data System, de la Fundació Eurecat].

### **Anàlisi de la situació:**

Segons la intervenció d'Anna Garriga, durant el webinar (seminari digital) organitzat per la Taula Gironina de Turisme el passat 16 d'abril de 2020, l'estacionalitat del turisme pot provocar unes pèrdues entre març i agost, a causa de la crisi del coronavirus, de més del 70% del PIB turístic de la Costa Brava respecte al mateix període del 2019.

També, segons Josep Sánchez Llibre, president de Foment del Treball, el col·lapse del sector davant la caiguda de la demanda prevista per aquest estiu pot fer que un de cada cinc treballadors del sector turístic vagi al paro [El Economista, 01.05.2020].

Vist que l'estat d'alarma mundial degut al Covid-19 està vigent a data d'avui, només ens podem basar amb estimacions i opinions d'experts. No es disposa d'un calendari de desconfinament oficial per una adequada planificació de la reactivació del sector, amb la coordinació del sector privat.

A més, el sector turístic no només es veu afectat pels protocols establerts a l'Estat Espanyol, sinó també pels establerts a la resta de mercats turístics emissors. Cal tenir en compte que l'evolució de la pandèmia i les polítiques descoordinades implicaran un retard en l'obertura de fronteres degut a la desconfiança mútua i les mesures desiguals adoptades a cada país.

Així doncs, el grau de reactivació turística dependrà de la flexibilització progressiva de les normes de control sanitàries, que probablement s'aniran implantant per àrees geogràfiques nacionals i internacionals. Caldrà recuperar "la confiança" dels viatgers, davant l'animadversió a viatjar a causa del coronavirus, i garantir-ne la protecció mitjançant l'adopció de protocols sanitaris.

Davant l'extraordinària situació en què ens trobem, el Patronat ha d'adaptar el seu PAO a les necessitats del sector per impulsar-ne la reactivació, promocionar les marques Costa Brava i Pirineu de Girona i donar suport a tot l'empresariat i a les institucions del territori en l'estructuració i la comercialització dels productes i serveis turístics de la demarcació.

Per tal de conèixer aquestes necessitats, el passat 24 d'abril de 2020 es va realitzar una enquesta al sector. A continuació es pot observar com valoren els serveis o actuacions del Patronat que creuen que poden ajudar més a pal·liar els efectes de la crisi (univers: 3685, respostes: 463).

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020





Servei o actuació proposats	Molt interessant	Interessant	Indiferent	Poc interessant	Gens interessant
Campanya de proximitat	69,76%	25,92%	2,16%	1,08%	1,08%
Accions canal d'intermediació (operadors)	22,68%	45,57%	20,95%	7,34%	3,46%
Workshops (trobades professionals entre operadors i empresaris gironins)	16,85%	42,33%	26,78%	10,58%	3,46%
Famtrips (viatges de familiarització a operadors)	16,02%	36,36%	29,44%	11,69%	6,49%
Presentacions a operadors turístics	19,44%	43,63%	24,41%	8,42%	4,10%
Presstrips (viatges de familiarització per a periodistes)	21,17%	37,15%	25,70%	11,45%	4,54%
Presentacions destinació a premsa	26,35%	42,98%	21,17%	6,70%	2,81%
Formació on-line	29,16%	40,82%	23,54%	4,75%	1,73%
Formació presencial	7,99%	28,94%	35,85%	17,71%	9,50%
Compartir coneixement - difusió de continguts d'interès pel sector	33,48%	46,87%	15,55%	2,38%	1,73%

*Tot i això, no es descarta desenvolupar altres serveis o actuacions en funció dels escenaris que es vagin dibuixant segons l'evolució de la malaltia i de les polítiques aplicades tant a nivell nacional com internacional.*

*Actualment no es pot fer una valoració econòmica dels serveis o actuacions que es duren a terme a tal efecte. Segons les decisions estratègiques preses, s'anirà assignant la dotació pressupostària existent a les partides pressupostàries corresponents.*

## CONCLUSIONS

*Pels motius exposats anteriorment, es sol·licita la declaració d'emergència i l'adjudicació dels contractes necessaris, subjectes a les decisions estratègiques preses en funció de l'evolució de la malaltia i de les polítiques aplicades tant a nivell nacional com internacional, per tal d'impulsar la reactivació del sector turístic a la demarcació de Girona."*

## FONAMENTS DE DRET

*Primer.* Article 120 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic, per la qual es transposen a l'ordenament jurídic espanyol les directives del Parlament Europeu i del Consell 2014/23/UE i 2014/24/UE, de 26 de febrer de 2014.

*Segon.* Reial decret 1098/2001, de 12 d'octubre, pel qual s'aprova el reglament general de la llei de contractes de les Administracions públiques.

*Tercer.* Article 16. dels Estatuts del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA.

D'acord amb els antecedents i fonaments de dret exposats i, de conformitat amb les competències atorgades al President del Patronat, pel Consell d'Administració del dia 24 d'octubre de 2019, RESOLC,

**PRIMER. DECLARAR** com a emergència els serveis i actuacions que dugui a terme el Patronat, subjectes a les decisions estratègiques preses en funció de l'evolució de la pandèmia provocada pel virus Covid-19 i de les polítiques aplicades tant a nivell nacional com internacional, per tal d'impulsar la reactivació del sector

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



turístic a la demarcació de Girona.

**SEGON. RATIFICAR** la present resolució en la primera reunió ordinària que es celebri del Consell d'Administració.”

**ÚNIC.- RATIFICAR** l'aprovació de la resolució de presidència núm. 2020/65 bis, de data 15 de maig de 2020.

S'aprova per unanimitat.

**2.11 PROPOSTA I APROVAR, SI S'ESCAU, L'ANUNCI DE CONVOCATÒRIA DE L'ORDRE DEL DIA DE LA JUNTA GENERAL ORDINÀRIA D'ACCIONISTES DEL PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA, SA, QUE ES CELEBRARÀ EL DIJOUS, DIA 16 DE JULIOL DE 2020 A LES 18:30 HORES, A LA SALA DE PLENS DE LA DIPUTACIÓ DE GIRONA, PUJADA DE SANT MARTÍ, 4-5, 17004 DE GIRONA**

“PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA, S.A.

Convocatòria Junta General Ordinària i Extraordinària

Per acord del Consell d'Administració de la societat “Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A.” es convoca a tots els accionistes a la reunió de la Junta General Ordinària i Extraordinària que es celebrarà el dijous, dia 16 de juliol de 2020 a les 18:30 hores, a la Sala de Plens de la DIPUTACIÓ DE GIRONA, Pujada de Sant Martí, 4-5, 17004 de Girona.

Per tractar els assumptes que integren el següent:

**ORDRE DEL DIA**

**Primer.- Renovació parcial del Consell d'Administració. Cessament i nomenament, o reelecció, en el seu cas, de Consellers.**

**Segon.- Lectura, examen i aprovació, si procedeix, dels comptes anuals i de l'informe de gestió, així com l'aprovació de la gestió social, corresponent a l'exercici comprès entre l' 1 de gener de 2019 i el 31 de desembre de 2019.**

**Tercer.- Proposta d'aplicació del resultat de l'exercici tancat a 31 de desembre de 2019.**

**Quart.- Nomenament dels interventors de l'acta de la Junta.**

**Cinquè.- Delegació per desenvolupar, complimentar, executar, en el seu cas, elevar a públic, els acords adoptats.**

Els senyors accionistes podran examinar o obtenir de la societat, de forma immediata i gratuïta, còpia dels documents que seran sotmesos a la seva aprovació, així com en el seu cas, l'informe de gestió i l'informe de l'auditor de comptes, de conformitat amb l'article 272.2 del text refós de la Llei de Societats de Capital,

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



així com sol·licitar a l'òrgan d'administració les informacions i aclariments que estimin precisos sobre els assumptes compresos en l'ordre del dia i formular per escrit les preguntes que estimin pertinents conforme l'article 197 de la pròpia llei.

També es podrà accedir de forma telemàtica a la documentació esmentada, al següent enllaç <http://documentsjunta.costabrava.org:5000> amb l'usuari: patronat i el codi: costabrava2020.

Girona, a 20 de maig de 2020. El President del Consell d'administració, Sr. Miquel Noguer i Planas"

**ÚNIC.- APROVAR** l'anunci de convocatòria de l'Ordre del dia de la Junta General Ordinària d'Accionistes del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA.

S'aprova per unanimitat.

En aquest moment s'absenta de la reunió el Sr. Juli Fernández i Iruela.

### **3. ALTRES ASSUMPTES ARRIBATS AMB POSTERIORITAT**

#### **3.1 DONAR COMPTE I APROVAR, SI S'ESCAU, LA RATIFICACIÓ DE L'APROVACIÓ DE LA RESOLUCIÓ DE PRESIDÈNCIA 2020/69, DE DATA 27 DE MAIG DE 2020 EN RELACIÓ A L'ADJUDICACIÓ DEL SERVEI DE CREATIVITAT I GENERACIÓ DEL CONCEPTE DE COMUNICACIÓ PER A LA CAMPANYA PUBLICITÀRIA TURÍSTICA DE LA COSTA BRAVA I PIRINEU DE GIRONA A MERCAT DE PROXIMITAT**

Vist la resolució de presidència núm. 2020/69, de data 27 de maig de 2020, que es transcriu a continuació:

#### ***"RESOLUCIÓ DE PRESIDÈNCIA***

#### ***Adjudicació Servei de creativitat i generació del concepte de comunicació per a la campanya publicitària turística de la Costa Brava i Pirineu de Girona a mercat de proximitat***

*Expedient: 2020/245/Licitació Servei de creativitat i generació del concepte de comunicació per a la campanya publicitària turística de la Costa Brava i Pirineu de Girona a mercats de proximitat.*

*Mitjançant Resolució de Presidència 2020/65, de data 15 de maig de 2020, s'aprova decretar com a emergència els serveis i actuacions que dugui a terme el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, subjectes a les decisions estratègiques preses en funció de l'evolució de la pandèmia provocada pel virus Covid-19 i de les polítiques aplicades tant a nivell nacional com internacional, per tal d'impulsar la reactivació del sector turístic a la demarcació de Girona.*

*Vist que, dels resultats extrets de l'enquesta al sector sobre els efectes de la pandèmia, realitzada pel Patronat en data 24 d'abril de 2020, més del 95% dels enquestats valora com a molt interessant/interessant realitzar una campanya de publicitat dirigida a mercat de proximitat per a pal·liar els efectes de la crisi i que el Patronat ho considera una actuació estratègica per impulsar la reactivació del sector.*

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



*Atès que, per a dur a terme aquesta actuació, es requereix la contractació d'un servei de creativitat i generació del concepte de comunicació per a la campanya publicitària turística de la Costa Brava i Pirineu de Girona a mercats de proximitat.*

*En data 29 d'abril de 2020, mitjançant correu electrònic, es tramet invitació a les següents empreses, per si és del seu interès presentar oferta al procediment referenciat:*

- |                |               |
|----------------|---------------|
| - Viti         | - aeiou       |
| - La Guerrilla | - Proximity   |
| - Montsalvatge | - Contrapunto |
| - Tekla        | - Santa Marta |

*En data 7 de maig de 2020, mitjançant correu electrònic, es tramet invitació a la següent empresa, per si és del seu interès presentar oferta al procediment referenciat:*

- FGB Marketing

*El termini per a presentar ofertes finalitza el dia 14 de maig de 2020.*

*En data 15 de maig de 2020, es reuneix el comitè de valoració per a procedir a la qualificació de les propostes presentades per les empreses convidades, que han presentat oferta en el procediment, resultant l'informe que tot seguit es reflecteix de forma literal:*

***“ACTA valoració de propostes del servei de creativitat i generació del concepte de comunicació, per a la campanya publicitària turística de la Costa Brava i Pirineu de Girona a mercats de proximitat.***

**Data:** 15 de maig de 2020

**Lloc :** Seu jurídica del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA

**Valoren:** Sra. Laia Cunill Moré, responsable de publicitat del Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Sra. Anna Barceló, responsable de productes del Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Sra. Dúnia Coromina, responsable d'Online del Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Sra. Anna Cuadrat, responsable del club d'Enogastronomia del Patronat de Turisme Costa Brava Girona

*En data 15.05.2018 a les 08.32h es reuneixen, de forma telemàtica, la Sra. Laia Cunill, responsable de publicitat del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, Sra. Anna Barceló responsable de productes del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, Sra. Dúnia Coromina responsable d'Online del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, Sra. Anna Cuadrat responsable del Club de Màrqueting de Turisme Costa Brava Girona, per tal d'iniciar el procés de valoració de les 5 propostes rebudes pel Servei de creativitat i generació del concepte de comunicació, per a la campanya publicitària turística de la Costa Brava i Pirineu de Girona a mercats de proximitat.*

*Les empreses que han presentat proposta per e-TRAM abans del 14 de maig de 2020, data en què finalitzava el termini de presentació d'ofertes, són:*

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



- VITI AGENCIA CREATIVA SL. en data 04.03.2020, i núm. de registre 1-2020-000815-2.
- LA GUERRILLA COMUNICACIO SL, en data 13.05.2020, i núm. de registre 1-2020-000808-2.
- SANTA MARTA & ASTORGA PUBLICIDAD SL, en data 14.05.2020 i núm. de registre 1-2020-000816-2.
- AEIOU.CAT, en data 14.05.2020, i núm. de registre 1-2020-000814-2.
- FGB- MARKETING, en data 14.05.2020, i núm. de registre 1-2020-000812-2.

Un cop revisada la documentació, les empreses defensen telemàticament la seva proposta, mitjançant videoconferència, amb el següent ordre:

- 09.00h- La Guerrilla Comunicació SL
- 09.20h- FGB- Marketing
- 09.40h- Santa Marta & Astorga Publicidad SL
- 10.15h- AEIOU
- 10.30h- Viti Agencia Creativa SL

**Criteris d'adjudicació**

Les ofertes presentades per les empreses interessades (proposta creativa dels serveis i prestacions especificats, juntament amb el pressupost formal de la prestació) es valoraran, màxim fins a 100 punts, amb la següent ponderació:

- Oferta qualitativa: fins a 70 punts la conceptualització de creativitats i conceptes

Campanya Costa Brava: fins un màxim de 25 punts

Elements clau	Fins a 25 punts
<b>a. Idea i concepte creatiu:</b> es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i adequació als objectius de comunicació que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing	Fins a 10 punts
<b>b. Disseny i estètica:</b> es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, tipografia, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió	Fins a 10 punts
<b>c. Missatge:</b> es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing	Fins a 2,5 punts
<b>d. To i estil:</b> Es valora la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable i simpàtica i que inciti a la descoberta del territori	Fins a 2,5 punts

Campanya Pirineu de Girona i Interior: fins un màxim de 25 punts

Elements clau	Fins a 25 punts
<b>a. Idea i concepte creatiu:</b> es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i adequació als	Fins a 10 punts

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



<i>objectius de comunicació que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brífing</i>	
<b>b. Disseny i estètica:</b> <i>es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, tipografia, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió</i>	Fins a 10 punts
<b>c. Missatge:</b> <i>es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brífing</i>	Fins a 2,5 punts
<b>d. To i estil:</b> <i>Es valora la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable i simpàtica i que inciti a la descoberta del territori</i>	Fins a 2,5 punts

Campanya Productes: fins un màxim de 20 punts

<b>Elements clau</b>	Fins a 20 punts
<b>a. Idea i concepte creatiu:</b> <i>es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i adequació als objectius de comunicació que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brífing</i>	Fins a 10 punts
<b>b. Disseny i estètica:</b> <i>es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, tipografia, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió</i>	Fins a 5 punts
<b>c. Missatge:</b> <i>es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brífing</i>	Fins a 2,5 punts
<b>d. To i estil:</b> <i>Es valora la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable i simpàtica i que inciti a la descoberta del territori</i>	Fins a 2,5 punts

- *Oferta econòmica: Es valorarà fins a 30 punts l'oferta econòmica*

La fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (\text{import base total més baix})}{(\text{Import base total que es puntua})}$$

Es valoren les 5 propostes:

- **VITI AGENCIA CREATIVA SL. en data 04.03.2020, i núm. de registre 1-2020-000815-2.**
- *Oferta qualitativa: fins a 70 punts la conceptualització de creativitats i conceptes*

Campanya Costa Brava: fins un màxim de 25 punts

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



<b>Elements clau</b>	<b>Fins a 25 punts</b>	<b>Valoracions</b>	<b>Puntuació final: 18</b>
<p><b>e. Idea i concepte creatiu:</b> es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i adequació als objectius de comunicació que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing</p>	Fins a 10 punts	<p>-Presenten una proposta molt acord amb les necessitats presentades al brifing</p> <p>-És una campanya adequada i molt dirigida al públic familiar</p> <p>-Han treballat molt bé el concepte creatiu a través de la descoberta del territori, i experiències per a tots</p> <p>-Creiem que és una proposta ben treballada però li ha faltat un grau de notorietat</p>	7
<p><b>f. Disseny i estètica:</b> es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, tipografia, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió</p>	Fins a 10 punts	<p>-les imatges gràfiques treballades són coherents amb el concepte creatiu</p> <p>-les imatges familiars evoquen al territori</p> <p>-ens ha faltat l'impacte de les imatges gràfiques</p> <p>-els recursos audiovisuals presentats s'adeqüen al concepte creatiu; són inspiradores però molt innovadores</p>	7
<p><b>g. Missatge:</b> es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing</p>	Fins a 2,5 punts	<p>- El missatge presentat compleix les necessitats presentades al brifing.</p> <p>-El missatge és clar i concís i es veu treballat amb els conceptes i paraules clau</p>	2,5



<p><b>h. To i estil:</b> Es valora la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable i simpàtica i que inciti a la descoberta del territori</p>	<p>Fins a 2,5 punts</p>	<p>-El to i l'estiu utilitzats són adequats, però ens faltaria un grau de frescor - No es fa visible el canvi d'estil que volem transmetre en moments excepcionals</p>	<p>1,5</p>
---	-------------------------	--	------------

**Campanya Pirineu de Girona i Interior: fins un màxim de 25 punts**

Elements clau	Fins a 25 punts	Valoracions	Puntuació total: 18
<p><b>e. Idea i concepte creatiu:</b> es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i adequació als objectius de comunicació que es detalla en els punts 4 i 5 així com el briefing</p>	<p>Fins a 10 punts</p>	<p>-Presenten una proposta molt acord amb les necessitats presentades al briefing, la campanya de Pirineu de Girona ha estat valorada amb les mateixes objeccions que les de Costa Brava. -És una campanya adequada i molt dirigida al públic familiar -Han treballat molt bé el concepte creatiu a través de la descoberta del territori, i experiències per a tots -Creiem que és una proposta ben treballada però li ha faltat un grau de notorietat, sobretot amb aquest nou concepte de revalorització de Pirineu de Girona, l'interior i el concepte de natura</p>	<p>7</p>
<p><b>f. Disseny i estètica:</b> es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus</p>	<p>Fins a 10 punts</p>	<p>-les imatges gràfiques treballades són coherents amb el concepte creatiu -les imatges familiars evoquen al territori -ens ha faltat l'impacte de les imatges gràfiques</p>	<p>7</p>





<i>d'imatge, el disseny, la composició gràfica, tipografia, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió</i>		<i>-els recursos audiovisuals presentats s'adeqüen al concepte creatiu; són inspiradores però molt innovadores</i>	
<b>g. Missatge:</b> <i>es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing</i>	<i>Fins a 2,5 punts</i>	<i>- El missatge presentat compleix les necessitats presentades al brifing. -El missatge és clar i concís i es veu treballat amb els conceptes i paraules clau</i>	<i>2,5</i>
<b>h. To i estil:</b> <i>Es valora la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable i simpàtica i que inciti a la descoberta del territori</i>	<i>Fins a 2,5 punts</i>	<i>-El to i l'estil utilitzats són adequats, però ens faltaria un grau de frescor - No es fa visible el canvi d'estil que volem transmetre en moments excepcionals</i>	<i>1,5</i>

Campanya Productes: fins un màxim de 20 punts

<b>Elements clau</b>	<b>Fins a 20 punts</b>	<b>Valoracions</b>	<b>Puntuació total: 14,5</b>
<b>e. Idea i concepte creatiu:</b> <i>es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i adequació als objectius de comunicació</i>	<i>Fins a 10 punts</i>	<i>-El concepte creatiu presentats són els mateixos que Costa Brava i Pirineu de Girona, una proposta coherent amb les necessitats. -Igual que les altres dues propostes va encara al públic familiar</i>	<i>7</i>

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing			
<b>f. Disseny i estètica:</b> es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, tipografia, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió	Fins a 5 punts	-L'estètica i el disseny presentats segueixen les mateixes línies que Costa Brava i Pirineu de Girona. -S'ha entès el concepte de productes que es treballa des del Patronat.	3,5
<b>g. Missatge:</b> es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing	Fins a 2,5 punts	- El missatge presentat compleix les necessitats presentades al brifing. -El missatge és clar i concís i es veu treballat amb els conceptes i paraules clau	2,5
<b>h. To i estil:</b> Es valora la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable i simpàtica i que inciti a la descoberta del territori	Fins a 2,5 punts	-El to i l'estiu utilitzats són adequats, però ens faltaria un grau de frescor - No es fa visible el canvi d'estil que volem transmetre en moments excepcionals	1,5

- En total suma 50,5 punts

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



- *Oferta econòmica: l'empresa ofereix prestar els seus serveis per un import de 43.181,30€. Aplicant la fórmula anteriorment assenyalades, se li atorguen 30 punts sobre un total de 27,79 punts.*

**Puntuació total sobre 100: 78,29 punts**

➤ **LA GUERRILLA COMUNICACIO SL, en data 13.05.2020, i núm. de registre 1-2020-000808-2.**

*Oferta qualitativa: fins a 70 punts la conceptualització de creativitats i conceptes*

*Campanya Costa Brava: fins un màxim de 25 punts*

<b>Elements clau</b>	<b>Fins a 25 punts</b>	<b>Valoracions</b>	<b>Puntuació final: 19,5</b>
<b>i. Idea i concepte creatiu:</b> es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i adequació als objectius de comunicació que es detalla en els punts 4 i 5 així com el briefing	Fins a 10 punts	-Presenten una proposta molt acord amb les necessitats presentades al briefing -És una proposta que treballen molt les emocions, sensacions i sobretot integrant en 1a persona el turista -És una campanya pràctica, ja que s'adequa a les necessitats de cada moment i contemplant diferents escenaris. Destacant el plantejament audiovisual - l'eslògan de la campanya és adequat sense destacar	8
<b>j. Disseny i estètica:</b> es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, tipografia, així com la utilització de	Fins a 10 punts	-les imatges de recurs presentades són molt ben escollides - El disseny de les gràfiques és molt dinàmic, colors molt vius, estil coherent -Les creativitat acaben funcionant, amb les experiències en primera persona, està ben treballat, tot i que són imatges amb un punt de vista recurrent en online sobretot	8,5

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



recursos que garanteixin el nivell de comprensió		-l'audiovisual es complementa molt bé amb el concepte	
<b>k. Missatge:</b> es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing	Fins a 2,5 punts	- El missatge presentat compleix les necessitats presentades al brifing. -El missatge és entenedor, tot i que falta un punt d'innovació i d'atracció amb l'eslògan i com es distingeix cadascuna de les subcampanyes	1,5
<b>l. To i estil:</b> Es valora la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable i simpàtica i que inciti a la descoberta del territori	Fins a 2,5 punts	-El to i l'estil utilitzats són adequats, però ens faltaria un grau de frescor - Ens falta el dinamisme de la imatge i proposta en l'eslògan i textos	1,5

Campanya Pirineu de Girona i Interior: fins un màxim de 25 punts

Elements clau	Fins a 25 punts	Valoracions	Puntuació final: 19,5
<b>a. Idea i concepte creatiu:</b> es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i adequació als objectius de comunicació que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing	Fins a 10 punts	-Presenten una proposta molt acord amb les necessitats presentades al brifing igual que Costa Brava -És una proposta que treballen molt les emocions, sensacions i sobretot integrant en 1a persona el turista -És una campanya pràctica, ja que s'adequa a les necessitats de cada moment i contemplant diferents escenaris.	8



		<i>Destacant el plantejament audiovisual - l'eslògan de la campanya és adequat sense destacar</i>	
<b>b. Disseny i estètica:</b> <i>es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, tipografia, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió</i>	<i>Fins a 10 punts</i>	<i>-les imatges de recurs presentades són molt ben escollides - El disseny de les gràfiques és molt dinàmic, colors molt vius, estil coherent -Les creativitat acaben funcionant, amb les experiències en primera persona, està ben treballat, tot i que són imatges amb un punt de vista recurrent en online sobretot -l'audiovisual es complementa molt bé amb el concepte</i>	<i>8,5</i>
<b>c. Missatge:</b> <i>es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en els punts 4 i 5 així com el briefing</i>	<i>Fins a 2,5 punts</i>	<i>- El missatge presentat compleix les necessitats presentades al briefing. -El missatge és entenedor, tot i que falta un punt d'innovació i d'atracció amb l'eslògan i com es distingeix cadascuna de les subcampanyes</i>	<i>1,5</i>
<b>d. To i estil:</b> <i>Es valora la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable i simpàtica i que inciti a la descoberta del territori</i>	<i>Fins a 2,5 punts</i>	<i>-El to i l'estil utilitzats són adequats, però ens faltaria un grau de frescor - Ens falta el dinamisme de la imatge i proposta en l'eslògan i textos</i>	<i>1,5</i>



Campanya Productes: fins un màxim de 20 punts

<b>Elements clau</b>	<b>Fins a 20 punts</b>	<b>Valoracions</b>	<b>Puntuació total: 15</b>
<p><b>i. Idea i concepte creatiu:</b> es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i adequació als objectius de comunicació que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing</p>	Fins a 10 punts	<p>-El concepte creatiu presentats són els mateixos que Costa Brava i Pirineu de Girona, una proposta coherent amb les necessitats.</p> <p>-Igual que les altres dues és una proposta atractiva ben treballada</p>	8
<p><b>j. Disseny i estètica:</b> es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, tipografia, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió</p>	Fins a 5 punts	<p>-L'estètica i el disseny presentats segueixen les mateixes línies que Costa Brava i Pirineu de Girona.</p> <p>-S'ha entès el concepte de productes que es treballa des del Patronat.</p>	4
<p><b>k. Missatge:</b> es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing</p>	Fins a 2,5 punts	<p>- El missatge presentat compleix les necessitats presentades al brifing.</p> <p>-El missatge és entenedor, tot i que falta un punt d'innovació i d'atracció amb l'eslògan i com es distingeix cadascuna de les subcampanyes</p>	1,5

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



<p><b>I. To i estil:</b> Es valora la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable i simpàtica i que inciti a la descoberta del territori</p>	<p>Fins a 2,5 punts</p>	<p>-El to i l'estiu utilitzats són adequats, però ens faltaria un grau de frescor - Ens falta el dinamisme de la imatge i proposta en l'eslògan i textos</p>	<p>1,5</p>
---	-------------------------	--	------------

- En total suma 54 punts
- Oferta econòmica: l'empresa ofereix prestar els seus serveis per un import de 40.000,00€. Aplicant la fórmula anteriorment assenyalades, se li atorguen 30 punts sobre un total de 30 punts.

**Puntuació total sobre 100: 84 punts**

- **SANTA MARTA & ASTORGA PUBLICIDAD SL, en data 14.05.2020 i núm. de registre 1-2020-000816-2.**

Oferta qualitativa: fins a 70 punts la conceptualització de creativitats i conceptes

Campanya Costa Brava: fins un màxim de 25 punts

Elements clau	Fins a 25 punts	Valoracions	Puntuació final: 23
<p><b>m. Idea i concepte creatiu:</b> es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i adequació als objectius de comunicació que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing</p>	<p>Fins a 10 punts</p>	<p>-Presenten una proposta molt coherent amb les necessitats presentades al brifing - És una proposta que entén molt bé el moment extraordinari que estem vivint, ja que evoca aquesta energia i ganes d'activació -L'eslògan és impactant, explosiu -El que ha agradat més del projecte, és que és una campanya sobre les persones, en concretes les del territori, una campanya que involucra tot el sector</p>	<p>9</p>

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



<p><b>n. Disseny i estètica:</b> es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, tipografia, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió</p>	<p>Fins a 10 punts</p>	<p>-el logotip i la tipografia són divertits, personals -el clip presentació del relat de la campanya és vivencial, et donen ganes d'activació - el disseny de les gràfiques inspiracional del territori està ben resolt -Les gràfiques i audiovisuals concrets amb gent del territori són emotius i molt especials en aquest moment extraordinari</p>	<p>9</p>
<p><b>o. Missatge:</b> es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brífing</p>	<p>Fins a 2,5 punts</p>	<p>- El missatge presentat compleix les necessitats presentades al brífing. -El missatge és impactant, ofereix tot el que es demanava en el brífing, i aportar aquest valor afegit de destinació</p>	<p>2,5</p>
<p><b>p. To i estil:</b> Es valora la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable i simpàtica i que inciti a la descoberta del territori</p>	<p>Fins a 2,5 punts</p>	<p>-El to i l'estil utilitzats són més agosarats, espontani, amable, que convida a viatjar, a descobrir el territori i trobar-te amb la gent local</p>	<p>2,5</p>

Campanya Pirineu de Girona i Interior: fins un màxim de 25 punts

Elements clau	Fins a 25 punts	Valoracions	Puntuació final: 25
<p><b>a. Idea i concepte creatiu:</b> es</p>	<p>Fins a 10 punts</p>	<p>-Presenten una proposta molt coherent amb les</p>	<p>10</p>





<p>valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i adequació als objectius de comunicació que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing</p>		<p>necessitats presentades al brifing                  - La proposta de Pirineu de Girona està molt ben treballada, des del concepte de la temporalitat estacional, descobrir el Pirineu de Girona, no només a l'hivern                  -L'eslògan obra una nova perspectiva temporal                  -Seguim remarquant que és una campanya sobre les persones, en concretes les del territori, una campanya que involucra tot el sector</p>	
<p><b>b. Disseny i estètica:</b> es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, tipografia, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió</p>	<p>Fins a 10 punts</p>	<p>-el logotip i la tipografia són divertits, personals                  - el disseny de les gràfiques inspiracional del territori està ben trobat, i les preguntes que es fórmules ben enginyades                  -Les gràfiques i audiovisuals concrets amb gent del territori són emotius i molt especials en aquest moment extraordinari</p>	<p>10</p>
<p><b>c. Missatge:</b> es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en els</p>	<p>Fins a 2,5 punts</p>	<p>- El missatge presentat compleix les necessitats presentades al brifing.                  -El missatge és impactant, ofereix tot el que es demanava en el brifing, i aportar aquest valor afegit de destinació</p>	<p>2,5</p>



punts 4 i 5 així com el brifing			
<b>d. To i estil:</b> Es valora la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable i simpàtica i que inciti a la descoberta del territori	Fins a 2,5 punts	-El to i l'estil utilitzats són més agosarats, espontani, amable, que convida a viatjar, a descobrir el territori i trobar-te amb la gent local	2,5

Campanya Productes: fins un màxim de 20 punts

Elements clau	Fins a 20 punts	Valoracions	Puntuació total: 20
<b>m. Idea i concepte creatiu:</b> es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i adequació als objectius de comunicació que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing	Fins a 10 punts	-El concepte creatiu presentats són els mateixos que Costa Brava i Pirineu de Girona, una proposta coherent amb les necessitats. -Igual que les altres dues és una proposta atractiva ben treballada - Exposa molt bé casos reals d'empresaris de la Costa Brava i el Pirineu de Girona, com aportar valor afegit a través dels productes	10
<b>n. Disseny i estètica:</b> es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, tipografia, així com la utilització de	Fins a 5 punts	-L'estètica i el disseny presentats segueixen les mateixes línies que Costa Brava i Pirineu de Girona. -S'ha entès el concepte de productes que es treballa des del Patronat.	5



recursos que garanteixin el nivell de comprensió			
<b>o. Missatge:</b> es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brífing	Fins a 2,5 punts	- El missatge presentat compleix les necessitats presentades al brífing. -El missatge és impactant, ofereix tot el que es demanava en el brífing, i aportar aquest valor afegit de destinació	2
<b>p. To i estil:</b> Es valora la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable i simpàtica i que inciti a la descoberta del territori	Fins a 2,5 punts	-El to i l'estiu utilitzats són més agosarats, espontani, amable, que convida a viatjar, a descobrir el territori i trobar-te amb la gent local	2,5

- En total suma 67,5 punts
- Oferta econòmica: l'empresa ofereix prestar els seus serveis per un import de 45.145,00€. Aplicant la fórmula anteriorment assenyalades, se li atorguen 26,58 punts sobre un total de 30 punts.

**Puntuació total sobre 100: 94,08 punts**

➤ **AEIOU.CAT, en data 14.05.2020, i núm. de registre 1-2020-000814-2.**

- Oferta qualitativa: fins a 70 punts la conceptualització de creativitats i conceptes  
Campanya Costa Brava: fins un màxim de 25 punts

Elements clau	Fins a 25 punts	Valoracions	Puntuació final: 12,5
<b>q. Idea i concepte creatiu:</b> es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements	Fins a 10 punts	- La idea i el concepte creatiu s'adeqüen als objectius demanats en el brífing. -No presenten una campanya innovadora o	5

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



<p><i>d'impacte i adequació als objectius de comunicació que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing</i></p>		<p><i>emotiva que demanàvem com a necessitat en aquest moment extraordinari</i></p>	
<p><b>r. Disseny i estètica:</b> <i>es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, tipografia, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió</i></p>	<p><i>Fins a 10 punts</i></p>	<p><i>-És un disseny molt neutre, adequat amb les línies presentades al brifing. -La composició de la imatge amb el logotip creiem que no acaba de funcionar per la marca Costa Brava -Els recursos fotogràfics presentats estant ben escollits per agafar tot el territori.</i></p>	<p><i>6</i></p>
<p><b>s. Missatge:</b> <i>es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing</i></p>	<p><i>Fins a 2,5 punts</i></p>	<p><i>- El missatge presentat compleix les necessitats presentades al brifing, però no transmet els conceptes que es presenten al brifing -El missatge en català funciona, però no creiem que funcioni en castellà</i></p>	<p><i>1</i></p>
<p><b>t. To i estil:</b> <i>Es valora la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable i simpàtica i que inciti a la</i></p>	<p><i>Fins a 2,5 punts</i></p>	<p><i>-El to i l'estiu utilitzats són adequats, però ens falta notorietat - No es fa visible el canvi d'estil que volem transmetre en moments excepcionals</i></p>	<p><i>0,5</i></p>



descoberta del territori			
--------------------------	--	--	--

**Campanya Pirineu de Girona i Interior: fins un màxim de 25 punts**

<b>Elements clau</b>	<b>Fins a 25 punts</b>	<b>Valoracions</b>	<b>Puntuació final: 12,5</b>
<p><b>a. Idea i concepte creatiu:</b> es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i adequació als objectius de comunicació que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing</p>	Fins a 10 punts	<p>- La idea i el concepte creatiu s'adeqüen als objectius demanats en el brifing.</p> <p>-No presenten una campanya innovadora o emotiva que demanàvem com a necessitat en aquest moment extraordinari</p>	5
<p><b>b. Disseny i estètica:</b> es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, tipografia, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió</p>	Fins a 10 punts	<p>-És un disseny molt neutre, adequat amb les línies presentades al brifing.</p> <p>-La composició de la imatge amb el logotip creiem que no acaba de funcionar per la marca Pirineu de Girona</p> <p>-Els recursos fotogràfics presentats estant ben escollits per agafar tot el territori.</p>	6
<p><b>c. Missatge:</b> es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en els</p>	Fins a 2,5 punts	<p>- El missatge presentat compleix les necessitats presentades al brifing, però no transmet els conceptes que es presenten al brifing</p> <p>-El missatge en català funciona, però no creiem que funcioni en castellà</p>	1

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



punts 4 i 5 així com el brifing			
<b>d. To i estil:</b> Es valora la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable i simpàtica i que inciti a la descoberta del territori	Fins a 2,5 punts	-El to i l'estiu utilitzats són adequats, però ens falta notorietat - No es fa visible el canvi d'estil que volem transmetre en moments excepcionals	0,5

Campanya Productes: fins un màxim de 20 punts

Elements clau	Fins a 20 punts	Valoracions	Puntuació total: 10,5
<b>q. Idea i concepte creatiu:</b> es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i adequació als objectius de comunicació que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing	Fins a 10 punts	-El concepte creatiu presentats són els mateixos que Costa Brava i Pirineu de Girona, una proposta coherent amb les necessitats. -Igual que les altres dues propostes va encara al públic familiar	6
<b>r. Disseny i estètica:</b> es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, tipografia, així com la utilització de recursos que	Fins a 5 punts	-L'estètica i el disseny presentats segueixen les mateixes línies que Costa Brava i Pirineu de Girona. -S'ha entès el concepte de productes que es treballa des del Patronat.	3



garanteixin el nivell de comprensió			
<b>s. Missatge:</b> es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brífing	Fins a 2,5 punts	- El missatge presentat compleix les necessitats presentades al brífing, però no transmet els conceptes que es presenten al brífing -El missatge en català funciona, però no creiem que funcioni en castellà	1
<b>t. To i estil:</b> Es valora la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable i simpàtica i que inciti a la descoberta del territori	Fins a 2,5 punts	-El to i l'estiu utilitzats són adequats, però ens falta notorietat - No es fa visible el canvi d'estil que volem transmetre en moments excepcionals	0,5

- En total suma 35,5 punts
- Oferta econòmica: l'empresa ofereix prestar els seus serveis per un import de 45.000,00€. Aplicant la fórmula anteriorment assenyalades, se li atorguen 26,66 punts sobre un total de 30 punts.

**Puntuació total sobre 100: 62,16 punts**

➤ **FGB- MARKETING, en data 14.05.2020, i núm. de registre 1-2020-000812-2.**

- Oferta qualitativa: fins a 70 punts la conceptualització de creativitats i conceptes

**Campanya Costa Brava: fins un màxim de 25 punts**

Elements clau	Fins a 25 punts	Valoracions	Puntuació final: 10,5
<b>u. Idea i concepte creatiu:</b> es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i	Fins a 10 punts	- La idea i el concepte creatiu no s'acaben demanats en el brífing, ja que els mercats de proximitat són els més rellevants, i la campanya	4



<i>adequació als objectius de comunicació que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing</i>		<i>amb prescriptors turístics d'altres mercats, creiem que per aquesta campanya no encaixa</i> <i>- l'eslògan no és inspirador, li falta emotivitat</i>	
<b>v. Disseny i estètica:</b> <i>es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, tipografia, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió</i>	<i>Fins a 10 punts</i>	<i>-És un disseny adequat amb les línies presentades al brifing</i> <i>-La composició de la imatges gràfiques creiem que els hi falten dinamisme, context emocional, un valor afegit com a destinació</i> <i>-Els recursos fotogràfics presentats podrien estar més ben seleccionats</i>	<i>5</i>
<b>w. Missatge:</b> <i>es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing</i>	<i>Fins a 2,5 punts</i>	<i>- El missatge presentat compleix les necessitats presentades al brifing, però no transmet els conceptes que es presenten al brifing</i> <i>-Li falta ser un missatge amable, atractiu</i>	<i>1</i>
<b>x. To i estil:</b> <i>Es valora la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable</i>	<i>Fins a 2,5 punts</i>	<i>-El to i l'estil utilitzats són adequats, però ens falta notorietat</i> <i>- No es fa visible el canvi d'estil que volem transmetre en moments excepcionals</i>	<i>0,5</i>





<i>i simpàtica i que inciti a la descoberta del territori</i>			
---	--	--	--

Campanya Pirineu de Girona i Interior: fins un màxim de 25 punts

<b>Elements clau</b>	<b>Fins a 25 punts</b>	<b>Valoracions</b>	<b>Puntuació final: 10,5</b>
<b>a. Idea i concepte creatiu:</b> es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i adequació als objectius de comunicació que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing	Fins a 10 punts	- La idea i el concepte creatiu no s'acaben d'adequar als objectius demanats en el brifing, ja que els mercats de proximitat són els més rellevants, i la campanya amb prescriptors turístics d'altres mercats, creiem que per aquesta campanya no encaixa - l'eslògan no és inspirador, li falta emotivitat	4
<b>b. Disseny i estètica:</b> es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, tipografia, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió	Fins a 10 punts	-És un disseny adequat amb les línies presentades al brifing -La composició de la imatges gràfiques creiem que els hi falten dinamisme, context emocional, un valor afegit com a destinació -Els recursos fotogràfics presentats podrien estar més ben seleccionats	5
<b>c. Missatge:</b> es valorarà el nivell d'adequació i impacte del	Fins a 2,5 punts	- El missatge presentat compleix les necessitats presentades al brifing, però no transmet els	1

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



<i>missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing</i>		<i>conceptes que es presenten al brifing -Li falta ser un missatge amable, atractiu</i>	
<b>d. To i estil:</b> <i>Es valora la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable i simpàtica i que inciti a la descoberta del territori</i>	<i>Fins a 2,5 punts</i>	<i>-El to i l'estiu utilitzats són adequats, però ens falta notorietat - No es fa visible el canvi d'estil que volem transmetre en moments excepcionals</i>	<i>0,5</i>

Campanya Productes: fins un màxim de 20 punts

<b>Elements clau</b>	<b>Fins a 20 punts</b>	<b>Valoracions</b>	<b>Puntuació total: 9</b>
<b>u. Idea i concepte creatiu:</b> <i>es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i adequació als objectius de comunicació que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing</i>	<i>Fins a 10 punts</i>	<i>-El concepte creatiu presentats són els mateixos que Costa Brava i Pirineu de Girona, una proposta que falta coherència amb les necessitats. -Igual que les altres dues propostes creiem que l'eix central de la campanya no acaba de funcionar</i>	<i>5</i>
<b>v. Disseny i estètica:</b> <i>es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició</i>	<i>Fins a 5 punts</i>	<i>-L'estètica i el disseny presentats segueixen les mateixes línies que Costa Brava i Pirineu de Girona. -S'ha entès el concepte de productes que es treballa des del Patronat, tot i que les imatges presentades podrien ser més atractives.</i>	<i>2,5</i>

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



gràfica, tipografia, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió			
<b>w. Missatge:</b> es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en els punts 4 i 5 així com el brifing	Fins a 2,5 punts	- El missatge presentat compleix les necessitats presentades al brifing, però no transmet els conceptes que es presenten al brifing -Li falta ser un missatge amable, atractiu	1
<b>x. To i estil:</b> Es valora la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable i simpàtica i que inciti a la descoberta del territori	Fins a 2,5 punts	-El to i l'estil utilitzats són adequats, però ens falta notorietat - No es fa visible el canvi d'estil que volem transmetre en moments excepcionals	0,5

- En total suma 30 punts
- Oferta econòmica: l'empresa ofereix prestar els seus serveis per un import de 44.050,00€. Aplicant la fórmula anteriorment assenyalades, se li atorguen 26,66 punts sobre un total de 30 punts.

**Puntuació total sobre 100: 60 punts**

Vist el resultats obtinguts per les empreses participants d'aquest procés, **s'acorda per unanimitat** adjudicar a l'empresa **SANTA MARTA & ASTORGA PUBLICIDAD SL** el contracte pel servei de creativitat i generació del concepte de comunicació, per a la campanya publicitària turística de la Costa Brava i Pirineu de Girona a mercats de proximitat.

I per a que així consti, als efectes escaients, aquest comitè de valoració signa aquest informe.

**Laia Cunill Moré**

**Anna Barceló**

**Dúnia Coromina**

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020

JORDI BATLLORI I NOUVILLAS (1 de 2)  
Secretari  
Data signatura : 10/06/2020 14:51:45  
HASH:46750B4F9A62716D9BA8EBF6C2DB6C21E1C96E

MOJUEI INOQUER (2 de 2)  
President  
Data signatura : 11/06/2020 13:52:56  
HASH:46750B4F9A62716D9BA8EBF6C2DB6C21E1C96E

PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA - Acta  
Codi per a validació : 7M7Q-ILW8Q-5R&ZT  
Verificació : https://ssl4.ddgi.cat/verificador/verificador.asp?codigo\_entidad=6  
Aquesta és una còpia impresa del document electrònic referenciat : 7/1160.



Responsable de publicitat del Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Responsable de productes del Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Responsable d'Online del Patronat de Turisme Costa Brava Girona

**Anna Cuadrat**

Responsable del club d'Enogastronomia del Patronat de Turisme Costa Brava Girona

En data 19 de maig de 2020 es presenta la proposta de l'empresa adjudicatària a Direcció que, atès que el missatge que transmet està alineat amb els objectius marcats per a la campanya publicitària turística de la Costa Brava i Pirineu de Girona a mercats de proximitat, la considera adequada i satisfactòria.

D'acord amb els antecedents exposats i atès les competències atorgades al President del Patronat, pel Consell d'Administració del dia 24 d'octubre de 2019, **RESOLC**,

**PRIMER. DECLARAR** com a emergència el servei de creativitat i generació del concepte de comunicació per a la campanya publicitària turística de la Costa Brava i Pirineu de Girona a mercats de proximitat.

**SEGON. ADJUDICAR** el servei de creativitat i generació del concepte de comunicació, per a la campanya publicitària turística de la Costa Brava i Pirineu de Girona a mercats de proximitat, a **SANTA MARTA & ASTORGA PUBLICIDAD SL**, per haver estat l'empresa que ha obtingut més puntuació, i per un import total màxim de **45.145,00 €** (quaranta-cinc mil cent quaranta-cinc euros) més 9.480,45 € (nou mil quatre-cents vuitanta euros i quaranta-cinc cèntims) en concepte d'IVA, totalitzant un import total de 54.625,45 euros (cinquanta-quatre mil sis-cents vint-i-cinc euros i quaranta-cinc cèntims), i amb subjecció al brifing i a la proposició presentada per l'adjudicatari.

**TERCER. AUTORITZAR** la despesa amb càrrec a la aplicació pressupostària de despeses **140/22609 – Publicitat**, del pressupost de l'exercici 2020.

**QUART. NOTIFICAR** a l'adjudicatari que el termini de durada del contracte serà del 25 de maig de 2020 al 15 de setembre de 2020, a comptar a partir del dia 25 de maig de 2020 amb subjecció al brifing i a la proposició presentada per l'adjudicatari.

**CINQUÈ. AUTORITZAR** un increment màxim del 20% del preu inicial, quan el servei contractat requereixi de serveis complementaris.

**SISÈ. PUBLICAR** l'adjudicació definitiva en el perfil del contractant i efectuar la notificació, via e-Notum, als licitadors i a l'adjudicatari d'acord amb Llei 9/2017 de 8 de novembre pel que s'aprova la Llei de Contractes del Sector Públic.

**SETÈ. COMUNICAR** a l'adjudicatari que haurà de concurre a la formalització del contracte en el termini de quinze dies hàbils comptadors des del següent a la notificació definitiva.

**VUITÈ. RATIFICAR** la present resolució en la primera reunió ordinària que es celebri del Consell d'Administració."

**ÚNIC.- RATIFICAR** l'aprovació de la resolució de presidència núm. 2020/69, de data 27 de maig de 2020.

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



S'aprova per unanimitat.

**3.2 PROPOSTA I APROVAR, SI S'ESCAU, LA PROPOSTA D'APROVACIÓ DE LA PRIMERA PRÒRROGA D'UN ANY DEL CONTRACTE AMB LA SENYORA AGNÈS GÜELL I FÀBREGAS, PEL SERVEI DE SECRETARIA TÈCNICA DEL CLUB DE TURISME ESPORTIU DEL PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA, SA.**

Atès que per Resolució de Presidència núm. 1/2019, de data 2 de gener de 2019, es va aprovar l'expedient de contractació mitjançant procediment obert, del contracte de servei de Secretaria Tècnica del Club de Turisme Esportiu del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, així com l'aprovació del plec de clàusules tècniques, administratives, jurídiques i econòmiques que el regiran, autoritzar la despesa i procedir a l'obertura del procediment de contractació.

Vist que en data 20 de febrer de 2019, el President va aprovar l'adjudicació de l'esmentat contracte, mitjançant resolució número 18/2019, de conformitat amb la part dispositiva que a continuació es transcriu:

*“PRIMER. ADJUDICAR el contracte del servei de secretaria tècnica del Club de Turisme Esportiu del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. corresponent a l'expedient de contractació S-01/2019, a Agnès Güell i Fàbregas per haver estat l'empresa que ha obtingut més puntuació, i per un import màxim de 53.333,33 € (cinquanta-tres mil tres-cents trenta-tres euros, amb trenta-tres cèntims) pels 16 mesos de durada del contracte, més 11.199,99 euros (onze mil cent noranta-nou euros amb noranta-nou cèntims) en concepte d'IVA, totalitzant un import anual de 64.533,32 euros (seixanta-quatre mil cinc-cents trenta-tres euros amb trenta-dos cèntims), i amb subjecció al Plec de Clàusules Administratives Particulars, Prescripcions Tècniques i a la proposició presentada per l'adjudicatari.*

*SEGON. AUTORITZAR la despesa amb càrrec a la aplicació pressupostària de despeses 100-22615– Club de Turisme Esportiu, del pressupost de l'exercici 2019 i a les aplicacions pressupostàries que corresponguin pels següents exercicis, en cas d'exercir-se les pròrrogues.*

*TERCER. PUBLICAR l'adjudicació definitiva en el perfil del contractant i efectuar la notificació, via e-Notum, a l'adjudicatari d'acord amb Llei 9/2017 de 8 de novembre pel que s'aprova la Llei de Contractes del Sector Públic.*

*QUART. EFECTUAR la notificació a l'adjudicatari, d'acord amb Llei 9/2017 de 8 de novembre pel que s'aprova la Llei de Contractes del Sector Públic.*

*CINQUÈ. NOTIFICAR a l'adjudicatari que el termini de durada del contracte serà de l'1 de març de 2019 al 30 de juny de 2020, i que es podrà prorrogar, per mutu acord de les parts, per 1 any, més 1 any, més 1 any (totalitzant un màxim de 3 anys de pròrrogues), amb subjecció al Plec de Clàusules Administratives Particulars, les Prescripcions Tècniques i a la proposició presentada per l'adjudicatari.*

*SISÈ. COMUNICAR a l'adjudicatari que haurà de concorre a la formalització del contracte en el termini de deu dies hàbils comptadors des del següent a la notificació definitiva.*

*SETÈ. DONAR COMPTE de la present resolució al Consell d'Administració en la primer reunió que es celebri.”*

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



Atès que, d'acord amb el contracte signat amb la senyora AGNÈS GÜELL I FÀBREGAS, el contracte finalitza el dia 30 de juny de 2020.

Vist la clàusula *D. Termini de durada de contracte*, del plec de clàusules administratives que regeixen aquesta contractació, en què es preveu la possibilitat de pròrroga del contracte per un període d'un any.

Vist el contingut de l'informe del tècnic de màrqueting, Sr. Gerard Franch, com a tècnic responsable del Club de Turisme Esportiu del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, i que consta a l'expedient, en què manifesta la necessitat imprescindible de mantenir el servei amb la senyora AGNÈS GÜELL I FÀBREGAS.

Vistes les actuacions practicades i antecedents de l'expedient, de conformitat amb els Estatuts de la societat, aquesta Presidència proposa al Consell d'Administració del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, l'aprovació dels següents acords:

**PRIMER.- PRORROGAR** 1 any, a la senyora AGNÈS GÜELL I FÀBREGAS, el contracte de servei de Secretaria Tècnica del Club de Turisme Esportiu del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, amb efectes a partir de l'1 de juliol de 2020, amb subjecció al Plec de Clàusules Administratives Particulars i Prescripcions Tècniques formalitzades el 24 de febrer de 2019, i per l'import de 40.000,00 euros de principal més 8.400,00 euros d'IVA, amb un total de 48.400,00 euros.

**SEGON.- AUTORITZAR** la despesa plurianual amb càrrec a la partida número 100 – 22615 Club de Turisme Esportiu, del pressupost de l'exercici 2020 i 2021, segons el detall del quadre:

Anualitat	Import (IVA inclòs)	Partida pressupostària
2020	24.200,00 €	100 – 22615 Club de Turisme Esportiu
2021	24.200,00 €	100 – 22615 Club de Turisme Esportiu

**TERCER.- NOTIFICAR** a la senyora AGNÈS GÜELL I FÀBREGAS, la primera pròrroga del contracte, d'acord amb la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic.

S'aprova per unanimitat.

### **3.3 PROPOSTA I APROVAR, SI S'ESCAU, LA PROPOSTA D'APROVACIÓ DE LA SEGONA PRÒRROGA D'UN ANY DEL CONTRACTE AMB L'EMPRESA MINIMILKS MARKETING AND BRANDING, S.L., PEL SERVEI D'ASSISTÈNCIA TÈCNICA PEL DISSENY I COMUNICACIÓ GRÀFICA DEL PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA, SA.**

Atès que per Resolució de Presidència núm. 56/2018, de data 10 d'abril de 2018, es va aprovar l'expedient de contractació mitjançant procediment obert, del contracte de servei d'assistència tècnica pel disseny i comunicació gràfica del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, així com l'aprovació del plec de clàusules tècniques, administratives, jurídiques i econòmiques que el regiran, autoritzar la despesa i procedir a l'obertura del procediment de contractació.

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



Vist que en data 28 de juny de 2018, el President va aprovar l'adjudicació de l'esmentat contracte, mitjançant resolució número 98/2018, de conformitat amb la part dispositiva que a continuació es transcriu:

*“PRIMER. ADJUDICAR el contracte del servei d'assistència tècnica pel disseny i comunicació gràfica del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, a l'empresa Minimilks Marketing and Branding, S.L, per haver estat l'empresa que ha obtingut més puntuació, i per un import màxim anual de 62.500,00 euros (seixanta-dos mil cinc-cents euros) més 13.125,00 euros (tretze mil cent vint-i-cinc euros) en concepte d'IVA, totalitzant un import anual de 75.625,00 euros (setanta-cinc mil sis cents vint-i-cinc euros), i amb subjecció al Plec de Clàusules Administratives Particulars, Prescripcions Tècniques i a la proposició presentada per l'adjudicatari.*

*SEGON. AUTORITZAR la despesa amb càrrec a la aplicació pressupostària de despeses 130-22611– Producció gràfica, del pressupost de l'exercici 2018 i a les aplicacions pressupostàries que corresponguin pels següents exercicis, en cas d'exercir-se les pròrrogues.*

*TERCER. PUBLICAR l'adjudicació definitiva en el perfil del contractant i efectuar la notificació, via e-Notum, a l'adjudicatari d'acord amb Llei 9/2017 de 8 de novembre pel que s'aprova la Llei de Contractes del Sector Públic.*

*QUART. EFECTUAR la notificació individualment als licitadors i a l'adjudicatari, acord amb Llei 9/2017 de 8 de novembre pel que s'aprova la Llei de Contractes del Sector Públic.*

*CINQUÈ. NOTIFICAR a l'adjudicatari que el termini de durada del contracte serà fins el 1 de juliol de 2019, a comptar a partir del dia 2 de juliol de 2018, i que es podrà prorrogar, per mutu acord de les parts, per 1 any més, més 1 any més, més 1 any més i 1 any més (totalitzant un màxim de 4 anys de pròrrogues), amb subjecció al Plec de Clàusules Administratives Particulars, les Prescripcions Tècniques i a la proposició presentada per l'adjudicatari.*

*SISÈ. COMUNICAR a l'adjudicatari que haurà de concorre a la formalització del contracte en el termini de deu dies hàbils comptadors des del següent a la notificació definitiva.*

*SETÈ. DONAR COMPTE de la present resolució al Consell d'Administració en la primer reunió que es celebri.”*

Atès que, d'acord amb el contracte signat amb l'empresa MINIMILKS MARKETING AND BRANDING, S.L., el contracte finalitzà el dia 1 de juliol de 2019.

Vist la clàusula D. Termini durada de contracte del plec de clàusules administratives que regeixen aquesta contractació, en què es preveu la possibilitat de pròrroga del contracte per un període d'un any, més un any, més un any, més un any, amb una durada màxima de 5 anys.

Atès que per Resolució de Presidència, de data 2 de juliol de 2019, s'aprova la primera pròrroga d'un any, amb data d'inici 2 de juliol de 2019 i data de finalització 1 de juliol de 2020, del contracte pel servei d'assistència tècnica pel disseny i comunicació gràfica del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, amb l'empresa MINIMILKS MARKETING AND BRANDING, S.L., per un import de 62.500,00 euros de principal més 13.125,00 euros d'IVA, amb un total de 75.625,00 euros.

Vist el contingut de l'informe de la tècnica de màrqueting, Sra. Anna Barceló, com a responsable dels Club de Producte del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, i que consta a l'expedient, en què

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



manifesta la necessitat imprescindible de mantenir el servei amb l'empresa MINIMILKS MARKETING AND BRANDING, S.L.

Vistes les actuacions practicades i antecedents de l'expedient, de conformitat amb els Estatuts de la societat, aquesta Presidència proposa al Consell d'Administració del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, l'aprovació dels següents acords:

**PRIMER.- PRORROGAR** 1 any, a l'empresa MINIMILKS MARKETING AND BRANDING, S.L., el contracte de servei d'assistència tècnica pel disseny i comunicació gràfica del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, amb efectes a partir del 2 de juliol de 2020, amb subjecció al Plec de Clàusules Administratives Particulars i Prescripcions Tècniques formalitzades el 29 de juny de 2018, i per l'import de 62.500,00 euros de principal més 13.125,00 euros d'IVA, amb un total de 75.625,00 euros.

**SEGON.- AUTORITZAR** la despesa plurianual amb càrrec a la partida número 130 – 22611 Producció gràfica, del pressupost de l'exercici 2020 i 2021, segons el detall del quadre:

Anualitat	Import (IVA inclòs)	Partida pressupostària
2020	37.812,50 €	130 – 22611 Producció gràfica
2021	37.812,50 €	130 – 22611 Producció gràfica

**TERCER.- NOTIFICAR** a l'empresa MINIMILKS MARKETING AND BRANDING, S.L., la primera pròrroga del contracte, d'acord amb la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic.

S'aprova per unanimitat.

**3.4 DONAR COMPTE I APROVAR, SI S'ESCAU, LA RATIFICACIÓ DE L'APROVACIÓ DE LA RESOLUCIÓ DE PRESIDÈNCIA 2020/65 DE DATA 25/05/2020, EN RELACIÓ A L'ADJUDICACIÓ DEL CONTRACTE PEL SUBMINISTRAMENT EN LA MODALITAT DE RÈNTING DE DOS VEHICLES NOUS PEL PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA.**

Vist la resolució de presidència núm. 2020/65, de data 25 de maig de 2020, que es transcriu a continuació:

**“RESOLUCIÓ DE PRESIDÈNCIA**

**Adjudicació del contracte pel subministrament en la modalitat de rènting de dos vehicles nous pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona**

*Expedient: 2020/77/Licitació del subministrament en la modalitat de rènting de dos vehicles nous pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona*

*Mitjançant Resolució de Presidència 2020/23, de data 28 de gener de 2020 s'aprova l'expedient de contractació del **subministrament en la modalitat de rènting de dos vehicles nous pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A.**, mitjançant procediment obert simplificat amb una pluralitat de criteris d'adjudicació, els plecs de prescripcions tècniques i clàusules administratives particulars que l'han de regir, autoritzar la despesa i declarar obert el procediment de contractació per tramitació ordinària i procediment obert simplificat, segons l'establert en l'article 159 de la LCSP.*

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020





Vist que l'anunci de licitació va ser publicat al perfil del contractant de l'entitat en data 29 de gener del 2020, el termini per presentar ofertes finalitzava el dia 13 de febrer de 2020.

Vist el que resulta de l'acta de qualificació de documents (**sobre A**) de la Mesa de Contractació reunida el dia 20 de febrer de 2020, s'acorda per unanimitat, admetre a licitació les pliques presentades per:

- **ALD Automotive SAU**
- **BANCO SANTANDER, S.A.**
- **GUMAR RENTING S.L.**

La Mesa es torna a reunir en data 3 de març de 2020, per a procedir a la valoració del sobre B, que conté l'oferta econòmica. L'acte s'inicia amb l'obertura de les propostes presentades, integrat únicament per l'oferta econòmica, que es valoren segons els criteris d'adjudicació establerts a la clàusula H del plec de clàusules administratives d'aquest procediment, com segueix:

Puntuació màxima: **100 punts**

- **Lot 1: Vehicle tipus turisme utilitari A**

1. **ALD Automotive SAU:** L'empresa ofereix prestar els seus serveis pels imports reflectits a la taula. Aplicant les fórmules anteriorment assenyalades, se li atorguen **96,27 punts** sobre un total de 100 punts.

Concepte	Import màxim	Import ofert	Punts
Quota rënting mensual	500,00 €/mensual	422,58 €/mensual	90,00
Pagament Preu quilòmetre per excés	0,04 €/Km	0,0324 €/Km	2,67
Abonament Preu quilòmetre per defecte	0,015 €/Km	0,0216 €/Km	3,60
<b>Puntuació total</b>			<b>96,27</b>

2. **BANCO SANTANDER, S.A.:** L'empresa ofereix prestar els seus serveis pels imports reflectits a la taula. Aplicant les fórmules anteriorment assenyalades, se li atorguen **94,13 punts** sobre un total de 100 punts.

Concepte	Import màxim	Import ofert	Punts
Quota rënting mensual	500,00 €/mensual	440,97 €/mensual	86,25
Pagament Preu quilòmetre per excés	0,04 €/Km	0,0173 €/Km	5,00
Abonament Preu quilòmetre per defecte	0,015 €/Km	0,0173 €/Km	2,88
<b>Puntuació total</b>			<b>94,13</b>

La Mesa de Contractació detecta que la proposició realitzada no guarda concordança amb la documentació presentada al sobre A examinada i admesa, ja que, tot i que la fitxa de característiques tècniques del vehicle correspon a la descripció del vehicle tipus B (lot 2), l'oferta

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



s'ha presentat per al lot 1 (vehicle tipus A). Per aquest motiu, la Mesa, de conformitat amb l'article 84 del Real Decret 1098/2001, de 12 d'octubre, pel qual es va aprovar el Reglament general de la Llei de Contractes de les Administracions Públiques, acorda, per unanimitat, **EXCLOURE** a Banco Santander, S.A. del procediment corresponent al lot 1 del subministrament referit.

3. **GUMAR RENTING S.L.:** L'empresa ofereix prestar els seus serveis pels imports reflectits a la taula. Aplicant les fórmules anteriorment assenyalades, se li atorguen **91,29 punts** sobre un total de 100 punts.

Concepte	Import màxim	Import ofert	Punts
Quota rënting mensual	500,00 €/mensual	464,03 €/mensual	81,96
Pagament Preu quilòmetre per excés	0,04 €/Km	0,02 €/Km	4,33
Abonament Preu quilòmetre per defecte	0,015 €/Km	0,03 €/Km	5,00
<b>Puntuació total</b>			<b>91,29</b>

- **Lot 2: Vehicle tipus turisme utilitari B**

1. **ALD Automotive SAU:** L'empresa ofereix prestar els seus serveis pels imports reflectits a la taula. Aplicant les fórmules anteriorment assenyalades, se li atorguen **95,00 punts** sobre un total de 100 punts.

Concepte	Import màxim	Import ofert	Punts
Quota rënting mensual	600,00 €/mensual	467,23 €/mensual	90
Pagament Preu quilòmetre per excés	0,04 €/Km	0,0503 €/Km	0,00
Abonament Preu quilòmetre per defecte	0,015 €/Km	0,0335 €/Km	5,00
<b>Puntuació total</b>			<b>95,00</b>

La Mesa de Contractació detecta una errada en l'esmentada oferta, ja que l'empresa ofereix un pagament Preu quilòmetre per excés que excedeix el pressupost base de licitació per aquest concepte. Per aquest motiu, la Mesa, de conformitat amb l'article 84 del Real Decret 1098/2001, de 12 d'octubre, pel qual es va aprovar el Reglament general de la Llei de Contractes de les Administracions Públiques, acorda, per unanimitat, **EXCLOURE** a ALD Automotive SAU del procediment corresponent al lot 2 del subministrament referit.

2. **GUMAR RENTING S.L.:** L'empresa ofereix prestar els seus serveis pels imports reflectits a la taula. Aplicant les fórmules anteriorment assenyalades, se li atorguen **92,57 punts** sobre un total de 100 punts.

Concepte	Import màxim	Import ofert	Punts
Quota rënting mensual	600,00 €/mensual	506,11 €/mensual	83,09
Pagament Preu quilòmetre per excés	0,04 €/Km	0,02 €/Km	5,00
Abonament Preu	0,015 €/Km	0,03 €/Km	4,48

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



quilòmetre per defecte			
<b>Puntuació total</b>			<b>92,57</b>

Seguidament, de conformitat amb el que disposa la disposició onzena del plec de clàusules administratives regulador d'aquest procediment, havent comprovat que les ofertes presentades no es poden considerar anormals o desproporcionades, de conformitat amb el que disposen els articles 149 i 326.2.c de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic, La Mesa de contractació, **acorda per unanimitat:**

**“PRIMER.-** Proposar al Consell d'Administració del Patronat de Turisme Costa Brava, S.A. l'adjudicació per al procediment de contractació corresponent al **lot 1** del subministrament en la modalitat de rènting de dos vehicles nous pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A., a favor de l'empresa **ALD Automotive SAU** per un import de **422,58 €**, IVA no inclòs, pel que fa a la quota del rènting mensual, **0,0324 €**, IVA no inclòs, pel que fa al preu del quilòmetre per excés i **0,0216 €**, IVA no inclòs, pel que fa al preu del quilòmetre per defecte, d'acord amb l'oferta econòmica presentada, al resultar l'oferta més avantatjosa a nivell global per al PTCBG i ajustar-se la seva proposició al que disposa el plec de clàusules administratives particulars regulador d'aquesta contractació.

**SEGON.-** Proposar al Consell d'Administració del Patronat de Turisme Costa Brava, S.A. l'adjudicació per al procediment de contractació corresponent al **lot 2** del subministrament en la modalitat de rènting de dos vehicles nous pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A., a favor de l'empresa **GUMAR RENTING S.L.** per un import de **506,11 €**, IVA no inclòs, pel que fa a la quota del rènting mensual, **0,02 €**, IVA no inclòs, pel que fa al preu del quilòmetre per excés i **0,03 €**, IVA no inclòs, pel que fa al preu del quilòmetre per defecte, d'acord amb l'oferta econòmica presentada, al resultar l'oferta més avantatjosa a nivell global per al PTCBG i ajustar-se la seva proposició al que disposa el plec de clàusules administratives particulars regulador d'aquesta contractació.”

D'acord amb les facultats delegades al Secretari, per acord del Consell d'Administració de data 3 d'octubre de 2019, RESOL requerir a l'empresa **ALD Automotive SAU** i a l'empresa **GUMAR RENTING S.L.**, en data 9 de març de 2020, la documentació administrativa d'acord amb la disposició quinzena del Plec de Clàusules Administratives particulars, per la presentació de la mateixa, dins el termini dels 10 dies hàbils següents a la recepció de la notificació via e-Notum.

Vist que, d'acord amb la Disposició Addicional Tercera del Reial Decret 463/2020, de 14 de març, pel qual es declara l'estat d'alarma per a la gestió de la situació de crisi sanitària ocasionada pel COVID-19, se suspelen els terminis per a la tramitació dels procediments administratius de les entitats del sector públic fins a la pèrdua de vigència del propi Reial Decret.

Vist que, d'acord amb la Disposició Addicional Vuitena del Reial Decret 17/2020, de 5 de maig, pel qual s'aproven les mesures de recolzament al sector cultural i de caràcter tributari per a fer front a l'impacte econòmic i social del COVID-19, s'aixeca la suspensió de terminis en matèria de contractació, sempre hi quan el procediment sigui electrònic, com és el cas.

Atès que en data 11 de maig de 2020, i dins termini, **ALD Automotive SAU**, presenta la declaració responsable conforme està inscrit en el ROLECE amb número d'inscripció A80292667 i atès que en la mateixa data, es procedeix a la verificació de la informació que consta en aquest registre, resolent que ha estat presentada de forma correcta en temps i forma.

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



Atès que en data 23 de març de 2020, i dins, **GUMAR RENTING S.L.**, presenta la declaració responsable conforme està inscrit en el ROLECE amb número d'inscripció B83999672 i atès que en la mateixa data, es procedeix a la verificació de la informació que consta en aquest registre, resolent que ha estat presentada de forma correcta en temps i forma.

Vistes les actuacions practicades i antecedents de l'expedient, de conformitat amb els Estatuts de la societat, aquesta Presidència proposa al Consell d'Administració del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA , l'aprovació del següent acord:

**PRIMER. ADJUDICAR** el contracte del subministrament en la modalitat de rènting del vehicle nou tipus turisme utilitari A pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. (lot 1) corresponent a l'expedient de contractació 2020/77, a **ALD Automotive SAU** per haver estat l'empresa que ha obtingut més puntuació, i per un import de **422,18 €/mes** (quatre cents vint-i-dos euros i divuit cèntims) de quota mensual més 88,66 €/mes (vuitanta-vuit euros i seixanta-cinc cèntims) en concepte d'IVA, totalitzant un import mensual de 510,84 € (cinc cents deu euros i vuitanta-quatre cèntims), per un període de 4 anys (48 mesos), i un preu del quilòmetre per excés de 0,0324 €/Km, IVA exclòs, i un preu del quilòmetre per defecte de 0,0216 €/Km, IVA exclòs, i amb subjecció al Plec de Clàusules Administratives Particulars, Prescripcions Tècniques i a la proposició presentada per l'adjudicatari.

**SEGON. ADJUDICAR** el contracte del subministrament en la modalitat de rènting del vehicle nou tipus turisme utilitari B pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. (lot 2) corresponent a l'expedient de contractació 2020/77, a **GUMAR RENTING S.L.** per haver estat l'empresa que ha obtingut més puntuació, i per un import de **506,11 €/mes** (cinc cents sis euros i onze cèntims) de quota mensual més 106,28 €/mes (cent sis euros i vint-i-vuit cèntims) en concepte d'IVA, totalitzant un import mensual de 612,39 € (sis cents dotze euros i trenta-nou cèntims), per un període de 4 anys (48 mesos), i un preu del quilòmetre per excés de 0,02 €/Km, IVA exclòs, i un preu del quilòmetre per defecte de 0,03 €/Km, IVA exclòs, i amb subjecció al Plec de Clàusules Administratives Particulars, Prescripcions Tècniques i a la proposició presentada per l'adjudicatari.

**TERCER. AUTORITZAR** la despesa amb càrrec a la aplicació pressupostària de despeses 000/20200-Lloguers, del pressupost de l'exercici 2020, tant pel LOT 1 com pel LOT 2.

**QUART. PUBLICAR** l'adjudicació definitiva en el perfil del contractant i efectuar la notificació, via e-Notum, a l'adjudicatari d'acord amb Llei 9/2017 de 8 de novembre pel que s'aprova la Llei de Contractes del Sector Públic.

**CINQUÈ. NOTIFICAR** als adjudicataris que el termini de durada del contracte serà de 48 mesos, a comptar a partir del dia 16 de juny de 2020, sense possibilitat de pròrroga, i amb subjecció al Plec de Clàusules Administratives Particulars, les Prescripcions Tècniques i a la proposició presentada per l'adjudicatari.

**SISÈ. COMUNICAR** als adjudicataris que hauran de concurir a la formalització del contracte en data màxima 16 de juny de 2020.

**SETÈ. DONAR COMPTE** de la present resolució al Consell d'Administració en la primer reunió que es celebri."

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



**ÚNIC.- RATIFICAR** l'aprovació de la resolució de presidència núm. 2020/65, de data 25 de maig de 2020.

S'aprova per unanimitat.

**3.5 PROPOSTA I APROVAR, SI S'ESCAU, EL NOMENAMENT DEL COMPLIANCE OFFICER , Sra. ELENA RAMOS I CARRASCO, DEL PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA SA, EN SUBSTITUCIÓ DEL Sr. JORDI TURON I SERRA**

Atès que en data, 29 de maig de 2018, es va entregar per part de l'empresa adjudicatària del contracte pel servei per a l'assessorament i la implantació d'un sistema de prevenció i detecció de delictes del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, **FAD Legal Boutique, S.L.P. –Fortuny Legal**, el primer informe de recomanacions elaborat, en que es diferenciaven entre les mesures a adoptar en funció de la seva importància i urgència.

Atès que com a primera mesura calia aprovar i implantar el sistema de gestió de *compliance penal* (SCGP) i en concret la constitució d'un òrgan intern amb poders autònoms d'iniciativa i control que tingui encomanada legalment la funció de supervisar l'eficàcia dels controls interns de l'organització.

Atès que calia un nomenament formal i documentat de l'òrgan de *compliance*, per tal que els empleats puguin acudir en cas de dubtes sobre activitats qüestionables o bé quan siguin conscients de la comissió de comportaments irregulars.

D'acord amb l'exposició dels punts anteriors, es va procedir, mitjançant Resolució de Presidència, núm. 95/2018, de data 20 de juny de 2018, al nomenament del Sr. Jordi Turon i Serra, com a *Compliance Officer* del Patronat de Turisme Costa Brava Girona SA. per 4 anys renovable per 4 anys més.

De l'esmentada resolució es va aprovar la seva ratificació per acord el Consell d'Administració celebrat en sessió ordinària del dia 18 de juliol de 2018.

Vist que el Sr. Jordi Turon i Serra, en data 12 de febrer de 2020, va presentar escrit de renúncia anticipada al seu càrrec de *Compliance Officer* d'aquest Patronat.

Atès que per acord del Consell d'Administració celebrat en sessió ordinària, el dia 13 de febrer de 2020, es va aprovar acceptar la renúncia de *Compliance Officer* del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, per part del Sr. Jordi Turon i Serra, però condicionada els seus efectes del dia en que quedi nomenada una altra persona com a *Compliance Officer*, i per tant, mentre no es produeixi aquest nomenament seguirà exercint les funcions de *Compliance Officer* el Sr. Jordi Turon i Serra.

Vist que resulta procedent que hi hagi una persona nomenada pel càrrec per tal de substituir al Sr. Jordi Turon i Serra, com a *Compliance Officer* del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, es proposa a la Sra. Elena Ramos i Carrasco, que ostenta la figura de Cap de Suport i Control dels ens dependents de la Diputació de Girona, que compleix amb els requisits d'imparcialitat, objectivitat, autonomia i independència i de coneixements especialitzats en Dret.

Vistes les actuacions practicades i antecedents de l'expedient, de conformitat amb els Estatuts de la societat, aquesta Presidència, proposa al Consell d'Administració del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, l'aprovació dels següents acords;

**PRIMER. NOMENAR** a la Sra. Elena Ramos i Carrasco, Compliance Officer del Patronat de Turisme Costa

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



Brava Girona, SA, en substitució del Sr. Jordi Turon i Serra, amb efectes administratius del dia 28 de maig de 2020, per un període de 4 anys, prorrogable per 4 anys més, amb les funcions que constin descrites en el Manual de Prevenció de Delictes, així com les que legalment siguin exigibles al càrrec.

**SEGON. NOTIFICAR** el present acord a la Sra. Elena Ramos i Carrasco, i a l'empresa adjudicatària del servei per a l'assessorament i la implantació d'un sistema de prevenció i detecció de delictes del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, **FAD Legal Boutique, S.L.P. –Fortuny Legal.**

S'aprova per unanimitat.

#### **4. EXPLICACIÓ DE DIFERENTS PUNTS ENTORN A LA SITUACIÓ PROVOCADA PER L'ESTAT D'ALARMA DEL CONTAGI DEL COVID-19**

##### **4.1 DONAR COMPTE DE LES ACCIONS DE PROMOCIÓ REALITZADES PEL PATRONAT, DES DEL DIA 1 DE MARÇ DE 2019 I FINS EL DIA 15 DE MAIG DE 2020.**

S'acompanya com a Annex, al final de la present pre-acta, l'informe d'execució del pla d'accions 2020, del qual es dóna compte en aquest punt.

Els membres del Consell d'Administració queden assabentats de la informació facilitada.

##### **4.2 DONAR COMPTE DE LA PROPOSTA FINALISTA DEL SERVEI DE CREATIVITAT I GENERACIÓ DEL CONCEPTE DE COMUNICACIÓ PER A LA CAMPANYA PUBLICITÀRIA TURÍSTICA DE LA COSTA BRAVA I PIRINEU DE GIRONA A MERCATS DE PROXIMITAT.**

Els membres del Consell d'Administració queden assabentats de la informació facilitada.

##### **4.3 DONAR COMPTE DE LA PROPOSTA FINALISTA DEL SERVEI D'ASSESSORAMENT COMUNICATIU PER A LA DEFINICIÓ I INTEGRACIÓ DELS NOUS CONCEPTES I MISSATGES COMUNICATIUS QUE PERMETIN AFEGIR VALOR A LES MARQUES COSTA BRAVA I PIRINEU DE GIRONA I ALS SEUS PRODUCTES TURÍSTICS PRINCIPALS, EN ETAPA POST-COVID19.**

Els membres del Consell d'Administració queden assabentats de la informació facilitada.

#### **5. PRECS I PREGUNTES**

No n'hi van haver.

Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A. Acta del Consell d'Administració, 27 de maig de 2020



Intervé el Sr. Antonio Escudero i Martínez, qui manifesta que es ratifica en el que ja va dir, que s'està fent una bona feina i això ajuda a que s'adoptin les millors decisions.

El Sr. Joaquim Majó i Fernández dóna la benvinguda al Sr. Norbert Bes i Ginesta, i es posa a la seva disposició pel que necessiti.

El Sr. Miquel Gotanegra i Portell intervé manifestant que s'hauria de valorar la creació d'una línia d'ajuts al sector turístic.

Pren la paraula el President, Sr. Miquel Noguer i Planas, per informar que, abans de definir una línia d'ajuts per al sector turístic des del Patronat, cal estudiar si és possible i que s'ha de valorar en conjunt, què s'ha fet des de cada municipi a més de la línia d'ajuts que ja s'ha tret des de la Diputació de Girona.

El President, Sr. Miquel Noguer i Planas, agraeix l'assistència als membres del Consell d'Administració.

## 6. APROVACIÓ DE L'ACTA DE LA SESSIÓ

S'aprova per unanimitat l'esborrany de l'acta corresponent a la present sessió ordinària, de data 27 de maig de 2020.

No havent-hi més assumptes, s'aixeca la sessió a les dinou hores i vint minuts, estenent-se d'ella la present acta del contingut de la qual, com a Secretari, CERTIFICO

Miquel Noguer i Planas  
President

Jordi Batllori i Nouvilas  
Secretari



JORDI BATLLORI I NOUVILAS (1 de 2)  
Secretari

JORDI BATLLORI I NOUVILAS (2 de 2)  
President

Data signatura : 10/06/2020 14:51:45  
HASH:46730B4F9A62716D9BA8EBBF62CDB6C21E1C96E

Data signatura : 11/06/2020 13:52:56  
HASH:46730B4F9A62716D9BA8EBBF62CDB6C21E1C96E



**PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA - Acta**  
Codi per a validació : 7M7Q-JLW8Q-5R&ZT  
Verificació : [https://ssi4.ddgi.cat/verificador/ocdocuments/index.jsp?codigo\\_entidad=6](https://ssi4.ddgi.cat/verificador/ocdocuments/index.jsp?codigo_entidad=6)  
Aquesta és una còpia impresa del document electrònic referenciat : 84/160.

País: CAT, Institució: Patronat de Turisme Costa Brava Girona

APROVAT





# EXECUCIÓ DEL PLA D'ACCIONS 2020

**CONSELL D'ADMINISTRACIÓ  
CONSELL ASSESSOR GENERAL  
27/05/2020**





## Taula de contingut

<b>PROGRAMA 1 - MÀRQUETING I PROMOCIÓ</b> .....	1
<b>1.1 Informe d'actuacions de màrqueting i clubs de producte</b> .....	1
<b>1.2 Club de producte - Natura i Turisme Actiu</b> .....	8
• Presentació destinació de ciclisme, Sea Otter i calendari de curses - Montpelier .....	8
• Formació online de sostenibilitat.....	10
• Reportatge a Temps d'Aventura (TV3).....	13
<b>1.3 Club de producte – Ruta del Vi DO Empordà</b> .....	14
* La Ruta del Vi DO Empordà en xifres – 2019 (al final d'aquest document) .....	14
* Balanç Vívid 2020 (al final d'aquest document) .....	14
• Benchmark Napa Valley – Califòrnia (EE UU) .....	14
<b>1.4 Club de producte – Turisme Esportiu</b> .....	22
• Formació E-sports .....	22
• Newsletter Konsultra - mercat Benelux.....	23
<b>PROGRAMA 3 – SUPORT A LES DESTINACIONS</b> .....	24
<b>3.1. Formació 360º</b> .....	24
• Webinar fomació Turisme 360º. E-sports: creixement i futur .....	24
• Webinar Formacio Turisme 360º: Comunicació i màrqueting post covid 19 .....	25
<b>3.2. Departament online</b> .....	26
• Reorientació de l'estratègia i les accions online durant el confinament.....	26
<b>PROGRAMA 4 – LIDERATGE TURÍSTIC DE LES COMARQUES DE GIRONA</b> .....	27
<b>4.1. Actuacions de comunicació i premsa</b> .....	27
• Comunicats i notes de premsa .....	27
• Redacció d'intervencions de portaveus del Patronat.....	27
• Altres actuacions de comunicació .....	27





## PROGRAMA 1 - MÀRQUETING I PROMOCIÓ

### 1.1 Informe d'actuacions de màrqueting i clubs de producte

Aquest informe inclou una relació d'aquelles accions executades, o en procés, pel departament de màrqueting i pels clubs de producte, durant el període 15 de març – 15 de maig 2020.

#### ACTUACIONS CONJUNTES DEL DEPARTAMENT

- **Seguiment i contacte constant** via telèfon i mail amb els integrants del **Comitè Executiu**, i amb altres membres del club, per interessar-nos per ells, personal i professionalment, i conèixer l'estat general i situació del sector. En la mateixa línia, atenció i resposta diària a sol·licituds i requeriments arribats per part dels membres, i que requereixen de la nostra intervenció.
- Celebració d'un **Comitè Executiu extraordinari** online, seguit d'una **Assemblea** d'aprovació, no presencial ni online, sinó per correu electrònic, requerida per poder aprovar la **condonació de les quotes** dels clubs per aquest 2020.
- **Comunicats setmanals** específics de producte, amb informació d'actualitat sobre situació Covid 19, formacions, articles d'interès, webinars, ajuts, protocols, etc.
- **Enquesta al sector**. Elaboració, distribució i buidatge d'informació de l'enquesta per les afectacions Covid 19 al sector, i difusió de l'informe de resultats. *-veure adjunt-*
- Creació d'un **nou apartat d'actualitat a la web** genèrica del Patronat, amb informació oficial i d'interès pel sector.
- **Creació** i celebració de la primera **Taula de Treball** de coordinació amb els **Consells Comarcals** en motiu de la Covid-19, a petició d'aquests.
- **Selecció, promoció i difusió d'experiències de membres dels clubs** a través d'operadors nacionals i internacionals, que s'han posat en contacte amb nosaltres per sol·licitar aquest tipus de continguts.
- **Inserció de vídeos promocionals de la Costa Brava i el Pirineu de Girona** (genèric i dels productes d'esport, natura, cultura, enogastronomia i salut i benestar) al Newsletter de Konsultra, en holandès i francès, dirigit a agents de viatge i premsa especialitzada del mercat benelux. *-veure informe-*

#### ACTUACIONS ESPECÍFIQUES DELS CLUBS DE PRODUCTE:

##### NATURA I TURISME ACTIU

- **Presentació** destinació **ciclisme**, Sea Otter i calendari de curses a **Montpeller**, França. *-veure informe-*
- **Blog [Som Actiu Natura](#)**. Nous posts adaptats a propostes de membres adequades al confinament, ebooks, vídeos, etc. per gaudir des de casa.
- **Formacions online específiques**, creades des del **Club Natura i Turisme Actiu**, i vinculades a la sostenibilitat, que s'han ofert a tot el sector a través del [Programa de Formació 360º](#). *-veure informe-*





- **Noves publicacions:**

- Nou **fulletó d'experiències de natura i actiu**: sol·licitud, recopilació, revisió i classificació de les experiències enviades pels membres.
- Nou **mapa desplegable de ciclisme de carretera**: concreció dels continguts, i sol·licitud als municipis membres de fitxes completes de ruta.
- Nova **Guia de Ports i Cales**, en coordinació amb els ports esportius: actualment en fase final, revisió i modificacions dels continguts definitius.

- **Reportatge** al programa **Temps d'Aventura**, amb entrevistes a les **empreses de ciclisme de carretera membres** dels clubs Natura Actiu, i Esportiu. [Aquí es pot veure el reportatge](#), del que també n'hem fet difusió a les XXSS. *-veure informe-*

- **Col·laboració i coordinació amb empreses membres** en la consecució que el **sector d'activitats a la natura** aconseguís **representació a les taules de la DGT** que elaboren els **protocols** de reobertura dels establiments turístics.

- **Marca Pirineus:**

- Celebració d'una **reunió de directors** per accelerar la signatura del conveni i poder executar la campanya publicitària d'emergència.
- **Adequació** dels continguts per a les **XXSS** i creació del #FinestraPirineus

- **Continuïtat de les taules de treball** on som presents com a Club Natura i Turisme Actiu:

- Celebració d'una **Taula de l'Ecoturisme de Catalunya**
- Celebració d'una reunió de la **CETS Garrotxa**

## TURISME ESPORTIU

- **Presentació** destinació ciclisme, Sea Otter i calendari de curses a **Montpellier, França**. *-veure informe-*
- **Actualització catàlegs de Turisme Esportiu**: posada al dia de l'oferta i els membres en els catàlegs d'Atletisme i Running, de Swimming, de Futbol, de Triatló i de Vela i Esports Nàutics.
- **Renovació web** [www.costabravatrainingcamps.com](http://www.costabravatrainingcamps.com): redisseny de la web i de la línia gràfica i actualització dels continguts.
- **Formació e-sports**: webinar sobre els e-sports, que va servir per fer una introducció d'aquest producte i l'oportunitat de negoci que pot suposar pel sector del turisme esportiu.
- **Reportatge** al programa **Temps d'Aventura**, amb entrevistes a les **empreses de ciclisme de carretera membres** dels clubs Natura Actiu, i Esportiu. [Aquí es pot veure el reportatge](#), del que també n'hem fet difusió a les XXSS. *-veure informe-*
- **Newsletter** Informatiu del Club de Turisme Esportiu





## CULTURA I IDENTITAT

- **Blog Som Cultura.** Utilització de la plataforma per difondre les iniciatives digitals, virtuals i online creades pels associats del club, mitjançant la confecció de 9 posts setmanals en català i castellà des de l'inici del confinament.
- **Pla de formació online específic del producte de turisme cultural.** S'ha preparat un primer bloc de tres webinars gratuïts, seguint les temàtiques de les peticions i necessitats actuals transmises pels associats del club.
- **Reedició del fulletó d'Experiències Culturals 2020.** Mitjançant les aportacions dels associats del club Cultura i identitat, s'ha treballat l'actualització de les seves experiències turístiques i la incorporació de noves activitats.

## SALUT I BENESTAR

- **Blog Som Benestar.** S'ha adequat el blog de Salut i Benestar adaptant-lo i nodrint-lo amb informació i noves propostes de les empreses membres del club que estan realitzant actualment.
- **Xarxes Socials del club: Facebook, Twitter i Instagram.** Adequació de les publicacions a la situació actual, posant l'èmfasi en la difusió de les activitats dels associats, i creació d'una etiqueta vinculada a la situació: #benestaracasa
- **Reedició del fulletó d'experiències de Salut i Benestar:** tercera edició d'aquest fulletó on els associats donen a conèixer experiències innovadores en format de paquet turístic.
- **Actualització del catàleg del club i també de la web [wellness.costabrava.org](http://wellness.costabrava.org)** amb la informació dels nous associats al club.
- **Reunions quinzenals amb els associats del club:** es comparteix la situació, possibles problemàtiques com també noves aportacions a tenir en compte en la estratègia de club.
- **Col.laboració en l'elaboració d'un estudi d'Ostelea sobre les Mindful travel destinations.** Costa Brava i Pirineu de Girona hi apareix com a destinació pionera en aquest segment. A més, conté un anàlisi del producte (post COVID) de molta utilitat pels associats, pel club i per la destinació.
- **Estudi de valoració del club, evolució i possible re-enfoc per part d'una Consultora especialitzada:** primera part de l'estudi consistent en entrevistes i enquestes als associats, per a valorar diversos aspectes del club i del producte.
- **Gràfica publicitària Cuerpo Mente:** aprofitant el especial del 30 aniversari de la revista es va fer una inserció d'una gràfica publicitària amb 3 experiències, vinculades al producte, molt adients per a l'inici del desconfinament.





- **Gestions per la obtenció de protocols específics de spas:** davant l'existència de només protocols per balnearis de l'ICTE, i vist el neguit dels hotels amb spa i spas del club, s'han aconseguit protocols d'spas d'altres CCAA perquè els associats puguin ampliar les seves mesures. Confirmada formació específica.
- **Nou projecte Soundscapes:** s'han enregistrat, produït i validat dos vídeos amb la funció de ser podcasts de meditació amb sons del territori i d'activitats de Benestar: Lloret de Mar (platja Santa Cristina) i Platja d'Aro (camí de ronda).

## COSTA BRAVA GIRONA CONVENTION BUREAU

- **Actualització del catàleg "Reunions i Esdeveniments"** en coordinació amb els diferents membres del Costa Brava Girona Convention Bureau.
- **Gestió de peticions de negoci.** Preparació de propostes en resposta a les sol·licituds de demanda rebudes per part d'organitzadors d'actes, i incorporació de tendències a partir de la situació actual.
- **Gestió i coordinació de famtrips previstos pel primer semestre de l'any.** Adequació dels programes i reprogramació de reserves amb els associats.
- **Comunicació:**
  - Revisió dels continguts web i adaptació d'aquests a la situació actual.
  - Seguiment i coordinació del desenvolupament del pla estratègic de comunicació del CBG Convention Bureau, i adaptació del missatge.
  - Reunions amb els diferents CB'x locals per impulsar una campanya de comunicació en base a l'estratègia comunicativa del PTCBG i CBG Convention Bureau.
  - Desenvolupament i gestió del llançament del nou canal d'Instagram del CBGCB, pel que s'estan elaborant nous continguts.
  - Identificació de totes les imatges de vídeo del CBG Convention Bureau per a la creació de càpsules i un nou vídeo promocional.
  - Publicació del reportatge "[Ideas para los incentivos que vendrán](#)" a Eventoplus, portal líder de turisme de reunions i esdeveniments a l'estat espanyol.
- **Reunions:**
  - Participació a la reunió de coordinació dels diferents CB'x de Catalunya organitzada pel Catalunya Convention Bureau.
  - Participació a la comissió tècnica de Congressos organitzada pel Catalunya Convention Bureau.

## RUTA DEL VI DO EMPORDÀ

- **Festival Vívid** (*ja hi ha informe standard*)
- **Benchmark Napa Valley** (*ja hi ha informe realització standard*)
- **Informe Xifres de la Ruta del Vi DO Empordà 2019** (*l'informe complet s'ha enviat a la Marta*)

Execució del Pla d'Accions – 1 de març al 15 de maig de 2020





- **Campanya Instagram Live: Passeja pels racons més bonics de la Ruta del Vi DO Empordà.** Entrevistes que es realitzaran cada dijous a les 19h en directe a través del canal d'Instagram @empordawine. Es pretén animar a la gent a fer enoturisme un cop sigui permesa la mobilitat. A falta de realitzar les properes 12 entrevistes, la primera feta amb el celler Hugas de Batlle el passat 7 de maig ha generat fins a dia d'avui 1.498 impactes:

LIKES POST	VIST STORIES	VIST STORIES 2	MAX. LIVE	TOTAL LIVE	REPRODUCCIONS IG TV	LIKES IG TV	IMPACTES TOTAL
97	355	291	43	107	526	79	<b>1498</b>

La campanya també ha aparegut a: La Vanguardia, Diari de Girona, El Gerió Digital i Revista Baix Empordà.

- **Participació al projecte Enoturisme Catalunya**, amb totes les rutes de vins de les diferents DO de Catalunya amb l'objectiu de facilitar la creació de paquets turístics interterritorials per part de les agències de viatges associades.
- **Compra de fotos.** Arrel del reportatge "Empordà un paisatge amb denominació d'origen" de la revista "Descobrir", s'ha procedit a la selecció i compra de 50 imatges del fotògraf Òscar Rodbag.
- **Xarxes Socials del club: Facebook, Twitter i Instagram.** Adequació del contingut de les publicacions a la situació actual i incís en la difusió de les novetats dels membres.

## ENOGASTRONOMIA

- **Formacions online específiques**, creades des del **Club de Enogastronomia**, sobre com comunicar la reobertura d'establiments turístics i de restaurants" que s'han ofert a tot el sector a través del [Programa de Formació 360º](#). -veure informe-
- **Col·laboració** en la campanya local #Ajudem-nos de la Diputació de Girona amb l'objectiu de promoure el consum circular de productes i serveis gironins, i potenciar la relació comercial entre els productors i restauradors del territori.
- **Xarxes Socials del club: Facebook, Twitter i Instagram.** Adequació del contingut de les publicacions a la situació actual i incís en la difusió de les novetats dels membres.
- **Nou fulletó inspiracional "Destinació Enogastronòmica CBPG" dirigit a trade.**
- **Reedició** del catàleg del Club Enogastronomia en quatre idiomes (CAT, ESP, ENG, FR).

Execució del Pla d'Accions – 1 de març al 15 de maig de 2020



- Nova web “**Destinació Enogastronòmica CBPG**” dirigida a públic final.

## GOLF

- **Reedició** del mapa desplegable de golf en idiomes. Consensuat i aprovat per tots els membres.
- **Col·laboració** en el vídeo de l’Associació dels Camps de Golf de la Costa Brava, tornarem #GolfCostaBrava amb la locució en idiomes.
- Creació d’una nova estratègia en les **xarxes socials** amb el hashtag #dreamnowplaylater i amb contingut inspiracional.
- Creació de **nota de premsa i comunicats al sector**, entre ells IAGTO i xarxes socials, per comunicar la reobertura dels camps de golf.

## PREMIUM

- **Actualització del catàleg de membres** del club Unique Premium, incloent les noves incorporacions de membres i eliminant les baixes.
- Celebració de reunions periòdiques amb els membres del club, a proposta dels propis membres, amb l’objectiu de fer un intercanvi d’opinions sobre la situació actual, i poder adaptar eficaçment l’estratègia cada vegada que es consideri necessari.
- Revisió i adaptació dels continguts i publicacions amb l’associació Traveller Made.
- Plantejament, gestió i conceptualització del **nou micro-site del club Unique Premium**

## TURISME INCLUSIU-SÈNIOR

- Intervenció al webinar “**Accessibilitat desapercebuda**” de Formació 360º
- Comunicació i tramesa a Consells Comarcals, Oficines de Turisme i Associacions de persones amb discapacitat del **Manual de Bones Pràctiques** de Turisme per a Tothom que ha fet l’Agència Catalana de Turisme.
- Contacte directe amb empreses de turisme actiu inclusiu.
- Gestió del famtrip i posterior seguiment de les publicacions a xarxes socials (facebook, instagram, linkedin) i blogs, realitzades per les participants al blog “Dones i Neu”
  - <https://andyinthecity.mydigilife.fr/blogtrip-catalogne/>
  - <https://www.envansimones.fr/blog>
  - <https://1parenthese2vies.com/cat/voyages/>







- Actualització del blog **Som Tots** amb articles sobre activitats inclusives que es desenvolupen al nostre territori, i entrevistes a persones rellevants, adaptant els continguts a la situació actual.
- Gestió de l'adaptació del vídeo "En Pausa" al llenguatge de signes, i subtitulació.

## ARXIU D'IMATGES

- Gestió i contractació del fotògraf Eddy Kelele per a la realització de tres **imatges de gran format** que es situaran a espais estratègics de l'**Aeroport** Costa Brava Girona: Teatre-Museu Dalí, Canigó-Empúries i Girona.
- **Compra de fotos.** Arrel del reportatge "Empordà un paisatge amb denominació d'origen" de la revista "Descobrir", s'ha procedit a la selecció i compra de 50 imatges del fotògraf Òscar Rodbag.
- Suport en les edicions de nous fulletons, accions promocionals i reedicions de catàlegs dels clubs de màrqueting del PTCBG i a empreses, associacions, institucions que ho han sol·licitat.
- Resposta a l'important augment de les peticions d'alta a la nostra plataforma <https://fotos.costabrava.org/>

## PUBLICITAT

- Arrel de la constant demanda tant d'OTAs com de TTOO, plataformes, etc., s'ha treballat en l'**elaboració i recopilació de continguts inspiracionals**, a través de les **experiències** de cadascun dels productes, per poder-ho compartir a tots els interessats.

Departament de Màrqueting



## 1.2 Club de producte - Natura i Turisme Actiu

### • Presentació destinació de ciclisme, Sea Otter i calendari de curses - Montpellier

#### • Activitat conjunta amb el club de Turisme Esportiu

**Lloc:** Botiga CYRPEO. Montpellier. França.

**Dates:** 10 març 2020

**Participants:** Clubs i federacions

El dia 10 de febrer a Montpellier, en una acció compartida dels clubs Natura i Turisme Actiu i Turisme Esportiu, es va portar a terme una presentació de l'oferta de ciclisme de la Costa Brava i el Pirineu de Girona, dirigida principalment a clubs, federacions i influenciadors de Montpellier i el seu entorn.

L'objectiu de la presentació va ser, per una banda, donar a conèixer els serveis, instal·lacions i oferta general per a la pràctica del ciclisme a la destinació Costa Brava i Pirineu de Girona. Per altra banda, també es va donar a conèixer el calendari d'esdeveniments ciclistes, a més de la Sea Otter, que va ser present a l'acte presentant el festival.

A aquest efecte es va convidar a participar presencialment de l'acció a les empreses organitzadores d'esdeveniments (membres o esdeveniments patrocinats pel Patronat / Diputació de Girona) i als municipis membres dels clubs d'Actiu Natura i Esportiu que organitzen esdeveniments ciclistes. S'oferia un espai de presentació propi o bé la menció explícita de l'esdeveniment dins la presentació de destinació feta per part del Patronat. Es va obrir un espai de networking entre clubs i organitzadors després de les presentacions. La participació a l'acció era sense cost addicional per als membres.

Hi van assistir:

- Ocisport – Sea Otter Europe
- Empuriabrava – Castelló d'Empúries (com a Destinació Esportiva)

### DESENVOLUPAMENT DE L'ACCIÓ

Durant l'acte es va fer una presentació projectada de l'oferta de ciclisme de totes les modalitats, seguida de la presentació del festival Sea Otter. En darrer terme, Empuriabrava va oferir un salt en tàndem als assistents, que es va afegir al concurs de 3 dorsals dobles de la Sea Otter, la Traka i la Gran Fondo Lloret de Mar.

Posteriorment a les presentacions, es va oferir un pica pica a peu dret als participants, amb un corner de productes locals perquè els assistents poguessin conèixer embotits, formatges, anxoves i vins del nostre territori, i es va fer networking entre organitzadors, clubs i Patronat.

Tres dies després de la presentació, i via online, es va realitzar el concurs dels dorsals i el salt en tàndem, i es va comunicar als guanyadors.

### LLISTAT ASSISTENTS

Execució del Pla d'Accions – 1 de març al 15 de maig de 2020





<b>AQUEDUC MONTFERRIER SUR LEZ</b>	Cyclotourisme
<b>Christian Arnold</b>	Licencié Cyclisme
<b>Bouleau Théo</b>	Licencié Cyclisme
<b>Chalansonnet Frederic</b>	Licencié Cyclisme
<b>CYRPEO</b>	Cyclisme
<b>Denis Isabelle</b>	Licencié Cyclisme
<b>Dezeuze Jérôme</b>	Licencié Cyclisme
<b>DISCOVER FRANCE / CYRPEO</b>	TTOO
<b>Comité Départemental 34 FFC</b>	Cyclisme Fédération Régional
<b>FF Cyclotourisme Hérault</b>	Cyclotourisme Fédération Régional
<b>MOUSQUETAIRES CYCLISTES PRADEENS</b>	Route/VTT
<b>Olivier Fabienne</b>	Licencié Cyclisme
<b>TEAM MONTAGNAC AC</b>	Route
<b>VC MAUGUIO CARNON</b>	Route
<b>Vélo Club Léo Lagrange</b>	Route/Cyclotourisme

## VALORACIONS I CONCLUSIONS

La valoració general de la presentació és positiva, els contactes realitzats han estat majoritàriament a clubs que ja coneixen la destinació i que han participat en alguns dels esdeveniments esportius de la Costa Brava i del Pirineu de Girona.

La majoria han mostrat interès i valorat molt positivament la presentació i l'acte, tal i com l'hem plantejat. Tant clubs com federacions s'han interessat en conèixer detalls de la destinació per a la programació de *training camps* propis a la zona. L'assistència d'un blogger especialitzat també ha estat interessant. Ha mostrat molt d'interès i s'intentarà col·laborar en alguna acció. Per proximitat Montpellier és una ciutat interessant, ja que a poca distància obtenen una oferta molt competitiva en preu.

El format d'acte reduït a una vintena d'assistents, ha afavorit molt un networking distès, productiu i complet.

Pel que fa a la convocatòria, es valora de forma satisfactòria tant qualitativa com quantitativament, i es proposarà a l'assemblea de membres la repetició d'aquesta acció durant 2021 en d'altres ciutats del sud de França.

AD / AG





• **Formació online de sostenibilitat**

- Dates:** Mes d'abril
- Tipus d'acció:** Formació sector turístic
- Participants:** Professionals del sector turístic

Des del Club de Natura i Turisme Actiu i, en motiu de la situació causada per la pandèmia COVID'19, s'ha considerat oportú organitzar diversos webinars online per tal que els membres del club els puguin realitzar durant aquestes setmanes de confinament.

Es tracta d'un programa de formació que, amb modificacions, ja estava previst en el pla d'accions, però de manera presencial.

Degut a l'interès del contingut de les formacions s'ha considerat oportú fer-los extensius a la resta de membres dels diversos clubs de producte del Patronat, tant del sector privat com públic, i amb l'objectiu d'incentivar la implantació de la sostenibilitat en els productes turístics i en el funcionament de les empreses i entitats turístiques de la demarcació.

**DESENVOLUPAMENT DE L'ACCIÓ**

El programa de formació va ser el següent:

**COMERCIALIZACIÓ  
AMB OPERADORS DE  
TURISME ACTIU I DE  
NATURA**

**Dimarts 14 d'abril**  
🕒 16.00 h a 17.00 h

**SEGELLS DE  
SOSTENIBILITAT I.  
CERTIFICACIÓ I ALTRES  
EINES PER A COMUNICAR  
LA SOSTENIBILITAT**

**Dijous 16 d'abril**  
🕒 11.00 h a 12.15 h



JORDI BATLLORI I NOUVILAS (1 de 2)  
Secretari  
Data signatura : 10/06/2020 14:51:45  
HASH:46750B4F9A02716D9BA8EBBF62CDB6C21E1C96E

IMOJUEI INOJUEI (2 de 2)  
President  
Data signatura : 11/06/2020 13:52:56  
HASH:46750B4F9A02716D9BA8EBBF62CDB6C21E1C96E

**ACCESSIBILITAT  
DESAPERCEBUDA**Dilluns 20 d'abril  
🕒 16.00 h a 17.00 h**E-SPORTS:  
CREIXEMENT I FUTUR**Dimarts 21 d'abril  
🕒 10.00 h a 12.00 h**SEGELLS DE  
SOSTENIBILITAT II.  
QUÈ ENS APORTEN  
LES CERTIFICACIONS?**Dimecres 22 d'abril  
🕒 11.00h a 12.30 h**ECOMOBILITAT —  
UNA TENDÈNCIA QUE  
ESTÀ TRANSFORMANT  
EL TURISME**Dimarts 28 d'abril  
🕒 11.00 h a 12.30 h

La formació en E-Sports va ser coorganitzada i coordinada pel Club de Turisme Esportiu.

La resta de formacions, recordem que totes es van fer online, van ser organitzades pel Club Natura i Turisme Actiu, i coordinades conjuntament amb online des del Programa de Formació 360º.

Van tenir una gran quantitat de seguidors. Concretament, els cinc webinar de natura actiu, 455 participants, repartits de la següent manera:

- Comercialització amb Operadors Turístics - 90 pax
- Segells de Sostenibilitat I – 130 pax
- Accessibilitat Desapercebuda – 60 pax
- Segells de sostenibilitat II – 80 pax
- Ecomobilitat – 95 pax

**VALORACIONS I CONCLUSIONS**

La valoració general és molt positiva. La sostenibilitat és una clara tendència a nivell internacional, i no únicament turística, i el sector agraeix quan pot conèixer bons i actuals exemples que apliquen altres empreses similars a la seva, descobrir noves idees que els poden ajudar a posicionar-se, a comunicar i a conèixer les necessitats dels clients, i tenir accés a representants d'algunes de les principals empreses, destinacions i iniciatives vinculades a la sostenibilitat.

Es tracta d'una temàtica molt àmplia i transversal, i és per aquest motiu que aquestes jornades es van fer extensives a la resta de membres de tots els Clubs de Producte del Patronat.





Al finalitzar cada sessió es va fer arribar una enquesta a tots els inscrits, la valoració de la qual va ser molt positiva. Concretament:

- **Comercialització amb operadors de turisme actiu i de natura:** Formació en general molt ben valorada, a destacar potser que alguns comenten que els hagués agradat veure més exemples d'empresa privada.
- **Segells de sostenibilitat I:** Formació molt ben valorada. Destaquen sobretot la qualitat del ponent
- **Segells de sostenibilitat II: Què aporten les noves certificacions?** També l'han valorat molt bé i sobretot destaquen el fet que els ponents exposen casos pràctics i útils (i no venen segells)
- **Ecomobilitat:** Bona valoració i sobretot destaquen els exemples que s'han exposat i casos pràctics que han trobat, en general, molt interessants i aplicables
- **Accessibilitat desapercebuda:** Formació que es valora molt bé i sobretot destaquen la professionalitat del ponent i dels exemples pràctics i de fàcil aplicació que ha posat durant tota la sessió

Tots els participants han valorat bé o molt bé les formacions organitzades del Club i han proposat noves formacions que intentarem atendre i organitzar properament com: la creació de producte sostenible i la creació de producte per mercat de proximitat.

OF / AD

JORDI BATLLORI I NOUVILAS (1 de 2)  
Secretari  
Data signatura : 10/06/2020 14:51:45  
HASH:46730BAF9A02716D9BA8EBBF62CDB6C21E1C96E

JORDI BATLLORI I NOUVILAS (2 de 2)  
President  
Data signatura : 11/06/2020 13:52:56  
HASH:46730BAF9A02716D9BA8EBBF62CDB6C21E1C96E

**• Reportatge a Temps d'Aventura (TV3)**

- Activitat conjunta amb Turisme Esportiu

30 abril 2020

**Participants:**

Agències receptives especialitzades en ciclisme

Donada la situació de crisi sanitària internacional, i vista la reducció de la mobilitat dels turistes, amb una data d'obertura de fronteres encara per definir a la majoria dels mercats prioritaris on s'orienta el segment ciclista de turisme esportiu, es fa evident que durant un període de temps caldrà reforçar la promoció de l'oferta al mercat domèstic. En aquest sentit, el Club Natura i Turisme Actiu i el de Turisme Esportiu, proposen a les principals agències receptives especialitzades en ciclisme iniciar accions de promoció al mercat català. Vist l'interès d'aquestes empreses, es porta a terme un reportatge televisiu que s'emet el dia 30 d'abril pel programa Temps d'Aventura.

La productora ofereix preus molt interessants per emissió de continguts dins el període de confinament, amb la qual cosa es creu convenient aprofitar aquestes condicions.

**DESENVOLUPAMENT DE L'ACCIÓ**

Prèviament a l'edició dels continguts, la productora es reuneix amb els responsables de producte i secretària tècnica dels 2 clubs de màrqueting i s'estableixen els eixos discursius del reportatge, en termes equitatius entre les empreses participants, i en termes d'una correcta orientació de l'oferta de cicloturisme de la Costa Brava i el Pirineu de Girona.

Amb aquestes indicacions, la productora edita el reportatge a través d'imatges cedides del Patronat, així com imatges d'arxiu de la pròpia productora, a més a més d'entrevistes via videoconferència amb les empreses:

- Trek and Ride
- Bike Breaks
- Cicloturisme Tours
- Eat Sleep and Cycle

**VALORACIONS I CONCLUSIONS**

La qualitat dels continguts, missatges i imatges són satisfactòries tant pel Patronat com per les empreses que han pres part al reportatge. El programa s'emet el 30 d'abril, se'n fan 6 reemissions posteriors, i queda penjat als podcasts de TV3 a la carta. S'acompleix la promoció i difusió de l'oferta ciclista en un mitjà potent i adequat al mercat català i de proximitat. La productora en facilita un arxiu de vídeo i un enllaç per a la promoció pels canals oficials del Patronat.

AD/GF/AG







## 1.3 Club de producte – Ruta del Vi DO Empordà

- \* **La Ruta del Vi DO Empordà en xifres – 2019 (al final d'aquest document)**
- \* **Balanç Vívid 2020 (al final d'aquest document)**

- **Benchmark Napa Valley – Califòrnia (EE UU)**

Del 4 de 9 de març

**Participants:**

La Gastronòmica – Clara Antúnez i Jaume Montanyà  
 Masetplana – Julià Maset  
 La Vinyeta – Josep Serra i Marta Pedra  
 Celler Martín Faixó – Carme Martín i Rafa Martín  
 Vinyes d'Olivardots – Antonio Pena i Carmen Casacuberta  
 Espelt Viticultors – Vanesa Martín  
 Grup Oliveda – Ingrid Teixidor  
 Mas Llunes – Anna Aubert i Antoni Roig  
 Vinyes dels Aspres – Carles Playà i David Molas  
 Arché Pagès – Carlos Arché i Teresa Pagès  
 Masia Serra – Jaume Serra i Sílvia Vila  
 Consell Regulador DO Empordà – Xavier Albertí  
 Agència Catalana de Turisme – Ariadna Ribas  
 PTCBG – Marta Casas

Cada any des de la Ruta del Vi DO Empordà es proposa als associats la realització d'un viatge de benchmark per tal de conèixer models de bones pràctiques enoturístiques, tant a nivell de destinacions com d'empreses privades, que ajudin a professionalitzar i millorar l'oferta enoturística del territori. Aquests viatges són co-finançats entre la Ruta del Vi DO Empordà i les empreses i entitats participants a fi de tenir una bona convocatòria.

En aquest context, i tenint en compte que en el darrer Comitè Executiu de la Ruta del Vi DO Empordà del dia 22 d'octubre de 2019 es van proposar diverses destinacions interessants per visitar, es va animar a tots els membres a escollir una de les tres regions proposades al Comitè: Rías Baixas, Champagne i Napa Valley. En el mateix formulari es preguntava també als associats amb quina probabilitat participarien al viatge. Un cop acabat el període de votacions la opció més escollida i amb més grau de compromís dels votants va ser Napa Valley.

Es va determinar que el viatge es duria a terme durant el primer trimestre de l'any, quan els empresaris tenen menys feina, i abans de la fira Prowein. Un cop mirades les possibles combinacions de vols i, considerant que tant sols la companyia Norwegian vola directe a San Francisco, es va establir que el viatge es durà a terme del dimecres 4 al diumenge 8 de març de 2020 i es va obrir el període d'inscripcions.

Paral·lelament es va començar a treballar amb el professor de la Universitat de Napa i col·laborador en anteriors ocasions amb el PTCBG el senyor Paul Wagner en el programa del benchmark. Com a bon coneixedor del territori, el sr. Wagner va fer de pont entre les empreses a visitar d'allà i el PTCBG.

Des de la Ruta del Vi DO Empordà es van assumir les despeses dels bitllets d'avió de tots els participants i ells mateixos van ser qui van assumir la resta dels costos derivats del viatge (trasllats, allotjament, àpats i visites). Es van inscriure 20 participants de diferents empreses de la Ruta del Vi DO Empordà, així com la companyia de l'Agència







Catalana de Turisme, Ariadna Ribas, responsable del producte enogastonomia. L'ACT es va fer càrrec de les seves despeses. El grup l'acompanyava la tècnica responsable de la Ruta del Vi DO Empordà Marta Casas. Finalment, doncs, el grup el van formar 22 participants.

## OBJECTIUS DE L'ACCIÓ

Aquesta acció, aprovada en el Pla d'Accions per l'exercici 2020, té com a objectiu principal formar les empreses i entitats associades a la Ruta del Vi DO Empordà i que aquesta formació serveixi per enriquir i professionalitzar l'oferta enoturística del territori. En les accions de benchmark es busca:

- ✓ Conèixer models de bones pràctiques d'empreses a nivell enoturístic, que permetin a les empreses del territori millorar i innovar la seva oferta i així crear un valor afegit i diferenciador de cares a la competència.
- ✓ Conèixer la destinació enoturística més consolidada a nivell internacional, a fi de poder entendre els motius del seu èxit i intentar bolcar aquests coneixements a la realitat de l'enoturisme a la Costa Brava.
- ✓ Conèixer com es gestiona allà la promoció enoturística del territori, a fi de poder aplicar criteris similars.

## PROGRAMA D'ACTIVITATS

05/03/2020

### 9h Napa ValleyCollege – Paul Gospodarczyk, coordinador del programa

Es tracta d'una escola de grau superior estatal, on es combinen tot tipus d'estudis per preparar els futurs professionals del sector del vi: des de treballadors de la vinya, fins enòlegs, responsables d'enoturisme, marketing o vendes. Es va fundar gràcies a donacions privades que van fer els cellers del territori. L'escola té un petit celler i 2 hectàrees de vinya perquè els alumnes puguin practicar el cultiu de 4 varietats locals més una llibreria amb 2 ceps de 30 varietats internacionals. Es produeixen 20 tones i posteriorment es comercialitza el vi a diferents restaurants i botigues de vi del territori. Els beneficis serveixen per finançar el programa i millorar les instal·lacions.

En Paul també aprofita per explicar-nos algunes casuístiques de Napa Valley. La primera, és l'ús restringit del sòl. La legislació vigent estableix que la màxima prioritat d'ús del sol és agrícola, s'intenta protegir al màxim les hectàrees de vinya i limitar les construccions del sector industrial i immobiliari. De fet, alguns cellers ja existents tenen problemes per ampliar instal·lacions o crear noves sales de tast. També va aprofitar per explicar-nos que dins la regió de Napa Valley hi ha 16 subregions, o AVA's (American Viticultural Area)

### 10h45 TrefethenVineyards, OakKnowll AVA – Janet Trefethen amb equip d'enoturisme

Es tracta d'un celler familiar, on la 3a generació està al capdavant de la gestió del negoci. Originalment es van adquirir 5 ranxos i el 1886 van guanyar els drets d'aigua necessaris per plantar la vinya. Mai han comprat raïm de fora ni han produït fora del celler. Actualment venen el 30% de la seva producció de raïm i produeixen 780.000 ampolles. Tenen 22 referències de vins, fetes amb les 9 varietats que tenen plantades.

Enoturísticament parlant, en temporada baixa ofereixen una visita estàndard diària a les 10h del matí mentre que en temporada alta en fan 3 al dia (45\$), la de les 15h amb un maridatge (100\$). Independentment, ofereixen dos tipus de visites més, en diferents formats i amb més privacitat, que van dels 50\$ als 175\$. Totes aquestes experiències es poden reservar online, així com també des del seu web es poden comprar els vins. Finalment, ens parlen del seu club de membres, nascut fa 15 anys. Hi ha diferents tipus de subscripcions, depenent de la despesa anual en vi que es vulgui fer (fan 4 enviaments a l'any, que poden ser de 3, 6 o 12 ampolles). Els membres del club



poden gaudir d'altres avantatges com un 20% de descompte en les seves compres, un assessor personal a la seva disposició, esdeveniments exclusius, etc.

### 14h30 Robert Sinskey, Los Carneros AVA – AnaniLawson, equip d'enoturisme

El propietari del celler era un enamorat de la Borgonya i va plantar vinyes el 1982. Després de diferents vicissituds, actualment el celler té 16 hectàrees (de les quals només 2 estan plantades), produeixen 240.000 ampolles i és gestionat pel seu fill i la seva parella que és xef, responsable de tota la oferta culinària del celler. El celler produeix en ecològic, recull i aprofita l'aigua de pluja i també disposa d'un hort propi.

Fan dues visites diàriament, a les 10h i a les 18h, a les quals tothom si pot apuntar (40\$). Les visites especials, els preus oscil·len entre 70\$ i 175\$, tenen un clar component gastronòmic (se serveixen els productes ecològics de l'hort). Bona part de les seves reserves, però, es realitza a través dels allotjaments de la regió i sobretot dels hotels que disposen de *concierge* privat. També treballen el turisme MICE, llogant l'espai per diferents esdeveniments d'empresa. Disposen d'un club privat, els membres del qual tenen diferents formats de compra de vi anuals i també disposen d'una llibreria de vins especials d'anyades antigues o ampolles de formats diferents en exclusiva.

### 16h30 Visit Napa Valley – Angela Jackson, director &mediarelations

En primer lloc es va presentar al grup la visió i missió de l'entitat promocional Visit Napa Valley:

Visió: Elevate Napa Valley as the world's premier wine country Experience

Missió: Promote, protect and enhance the Napa Valley destination

L'estratègia de gestió turística de l'entitat busca promoure la seva comunitat com una destinació turística atractiva destacant la seva imatge pública de territori dinàmic per visitar, viure i treballar. A través dels beneficis del turisme enforteixen l'economia de la regió donant més oportunitats als seus residents:



L'entitat disposa d'un pressupost de 7.827.334 \$ que divideix en les següents partides:

- Brand Marketing: 46%
- Sales: 25%
- G&A: 10%
- Welcome Center: 7%
- Community & Industry Relations: 10%
- Guest Information Network: 1%
- Research: 1%

L'entitat té 406 associats (des de cellers i sales de tast, a equipament cultural, restaurant, allotjament, empreses de transport, etc), també treballa amb diferents DMO (Destination International, Great Wine Capitals, Brand USA,





CalTravel, etc) i amb 48 organitzacions sense ànim de lucre (Cambra de Comerç, centres de visitants, Associació de Viticultors de Napa, etc). Gesitionen el portal visitnapavalley.com on cada associat té una fitxa que ell mateix pot editar, on pot penjar activitats i la pròpia web produeix informes individuals de cada empresa a fi de que puguin dissenyar estratègies de Marketing i avaluar resultats.

El seu centre de visitants està obert 360 dies a l'any, cada dia de 9 a 17h . Tota la informació, serveis i recursos que faciliten als visitants son gratuïts (entre aquests hi podem trobar reserves enoturístiques). El seu equip està format per 6 treballadors en nòmina de Visit Napa Valley i 75 ambaixadors voluntaris, en la seva majoria jubilats, que son bons coneixedors de la zona i dediquen unes hores a la setmana a atendre el públic. A més, s'organitzen constantment viatges de familiarització per tot el personal a fi de que puguin conèixer de primera mà l'oferta enoturística. Entre tot l'equip es parlen 10 llengües diferents. Al centre de visitants també s'hi venen productes de marxandatge. Des de la seva obertura el 2011 han rebut més de 1.000.000 de visitants.

Tot i que la seva oferta és bàsicament enoturística, com a valor afegit també promocionen els següents productes:

- Enogastronomia
- Arts i cultura
- Aventura a l'aire lliure
- Salut i benestar
- Familiar
- Luxe assequible
- Més enllà del vi (cerveeries, destil·leries, cultura del cocktail, etc)

En quan a la destinació turística, cal destacar les següents dades:

- ✓ 3.85 milions de visitants (el seu objectiu és mantenir i incrementar el nombre de visitants durant els períodes de temporada baixa (de novembre a abril i durant la setmana). A fi de desastacionalitzar creen diverses campanyes com el Cabernet Season (de tardor a primavera).
- ✓ 80.8% de visitants domèstics, 19.2% internacionals (els quals provenen principalment de Canadà, Xina, Regne Unit, Japó i Austràlia)
- ✓ 2.23 bilions de dòlars de despesa dels visitants
- ✓ 492\$ de dòlars en salaris de llocs de treball derivats del món del vi i l'enoturisme, que es reparteixen en 4.097 empleats en el sector de l'allotjament, 5.690 en restauració i 2.264 en comerç.
- ✓ El turisme genera 85,1 milions de dòlars que es destinen a serveis per la comunitat, seguretat ciutadana, millores a la xarxa viària i també creació de xarxa de senders locals. Provenen bàsicament de:
  - 53 milions de la taxa TOT
  - 18 milions de les taxes que pagues ens allotjaments
  - 14 milions en taxes generats pels visitants en les empreses locals (restauració, comerç, etc).
- ✓ Existeixen dues taxes que s'apliquen als visitants allotjant-se al territori:
  - TID (TourismImprovementDistrict): similar a la nostra taxa turística. Es tracta d'un 2% dels ingressos bruts dels allotjaments, dedicada a la promoció turística local.
  - TOT (TransistenOccupancyTax): en aquest cas es tracta d'una taxa del 12% i que es dedicarà a millores en la comunitat local i els seus serveis.

06/03/2020

### 9h The CulinaryInstitue of Americaat COPIA – Tom Bensel, Managing director

El CulinaryInstitue of America és una universitat privada americana sense ànim de lucre especialitzada Educació de les Arts Culinàries, pastisseria i fleca.Té dues seus amb campus pels seus estudiants, una Nova York i una al nord de Napa, a Santa Helena. Independentment, el 2016 Robert Mondavi va fundar el COPIA a l'antiga cooperativa de

17

Execució del Pla d'Accions – 1 de març al 15 de maig de 2020





Napa, que volia ser una institució similar a la *Cite du Vin* de Bordeus i ha acabat resultant la cara visitable del Culinary Institut of America a Califòrnia.

La institució organitza cursos, classes i tallers enogastronòmics a públic final. També disposen de:

- Auditori de congressos on fan conferències (cada any acullen el congrés internacional Worl's of Flavour amb més de 600 professionals de l'enogastronomia).
- Restaurant de cuina californiana amb inspiració francesa, on hi ha un xef espanyol treballant que coneix bé la cuina de la Costa Brava perquè va estar treballant a País.
- Botiga amb tot de *gadgets* i souvenirs enogastronòmics.
- Sala de tast on es fan activitats setmanalment i també s'hi poden fer esdeveniments privats. Tenen una col·lecció d'anyades actuals dels vins més representatius històricament a Napa.
- Col·lecció de més de 200 llevataps històrics.
- Sala de mapping on mensualment s'hi celebren sopars sensorials amb la projecció de Le Petit Chef. Actualment estan projectant el menú de la ruta de la seda, inspirat en els viatges de Marco Polo. El preu del menú és de 140\$, amb maridatge 190\$. Des de la institució van comentar que els calia renovar aviat el contingut del mapping i es van mostrar molt interessats en la possibilitat de poder utilitzar d'alguna manera el Tastemotion de la Costa Brava i dissenyar un menú amb plats de la regió, ja que el seu xef la coneix bé.
- Diferents cuines on es fan els cursos i tallers enogastronòmics.
- Auditori exterior on es realitzen concerts, esdeveniments, casaments, etc. i tot d'activitats de públic final.
- Laboratori on filmar i crear contingut digital (documentals, vídeos didàctics, etc).
- Museu ChuckWillims, de donació privada, amb més de 4.000 objectes que utilitzaven els grans xefs europeus en el seu dia a dia.

Finalment, Tom Bensei va explicar el perquè del boom que va fer Napa Valley vinícola parlant i tot seguit com a destinació enoturística. L'origen es un tast de vins a cegues que es va realitzar a París l'any 1976 on experts francesos havien d'escollir entre vins francesos i californians, tots de varietats tradicionals franceses. La sorpresa va ser quan es va descobrir que els vins amb millor puntuació eren els americans. Aquesta notícia va donar la volta al món, va posicionar els vins de la regió i va ser quan es va començar a crear la destinació enoturística.

### 11h Darioush Winery, Napa Valley AVA

El propietari del celler, d'origen iranià, va començar comprant raïm i ha evolucionat fins a tenir 30 ha de vinya plantades i un celler inspirat en la cultura persa, fet amb pedra importada d'Iran. Actualment hi treballen una cinquantena de persones, de les quals 12 es dediquen a l'enoturisme.

En temporada baixa reben uns 400 visitants a la setmana, mentre que en temporada alta uns 600-700. El seu producte bàsic és el tast (48\$), seguit del maridatge de formatges i vins (75\$) i del maridatge complet (150\$). Normalment, cap d'aquestes experiències ve acompanyada d'una visita a la vinya ni a l'interior del celler. Comercialitzen aquestes experiències a través del seu web o de l'associació de cellers de Napa.

El 75% dels seus visitants és nord-americà, seguits dels visitants d'origen suec, argentí, asiàtics, russos i iranians.

### 13h Sattui, Napa Valley AVA

El celler es va crear l'any 1976, quan el besavi dels actuals propietaris, un immigrant d'origen italià, va obrir un petit garatge on feia de forner i també hi envellia vi. Actualment es tracta d'un celler gran, amb una producció de 720.000 ampolles l'any de 71 referències diferents. El més interessant és que tota aquesta producció la venen directament, sense necessitat de distribució. Les seves ampolles costen de 25\$ a 120\$. Al costat del celler tenen un *deli market* (una botiga amb productes de degustació), un bar de formatges, un restaurant italià i opció de barbacoes pels visitants.

En temporada alta reben uns 5.000 visitants al dia, el 50-60% dels quals són repetidors. També tenen un programa de fidelització molt treballat on informen als membres de les noves anyades, activitats especials, etc. També organitzen una vuitantena de casaments a l'any.





Vam aprofitar la visita al celler Sattui per trobar-nos amb l'expert en enoturisme Paul Wagner, que havia dissenyat el nostre itinerari i intercanviar idees amb ell. Cal destacar del seu discurs.

- Internacionalment, tan sols es coneix la marca Barcelona, però la regió de l'Empordà no.
- Internacionalment, es coneix Codorniu i Freixenet, però poca gent sabia dir d'on son.
- Per millorar el posicionament de marca, cal entendre l'exemple de Napa Valley: com va començar tot: 6 elaboradors icònics i pioners de la zona es van reunir i es van preguntar com podien promocionar Napa Valley, no els vins ni els cellers propis de cadascú. També es van preguntar com podien atraure gent i vendre'ls vi a Napa Valley.
- El vi no s'ha d'explicar, s'ha d'explicar la història i connexió humana que hi ha darrera.
- El terroir no és important, no interessa com s'elabora el vi.

Finalment, segons Paul Wagner i analitzant la situació de l'Empordà, cal trobar:

- Un producte icònic
- Un líder
- Col·laboració entre tots els viticultors i altres agents del sector.

### 15h RaymondVineyards, Napa Valley AVA

Es tracta d'un celler biodinàmica i orgànic del 1970 i comprat posteriorment pel francès Jean-Charles Boisset l'any 2009 que ja té 28 cellers entre la Borgonya i Califòrnia.

La seva visita comença al Theater of Nature, un circuit enjardinat que els visitants poden fer per aprendre i entendre com les diferents etapes de la biodinàmica. L'interior del celler és totalment diferent a la imatge projectada des de fora, ja que la sala de bótes i diferents espais estan decorats com si fossin una discoteca, amb llums, música, maniquis penjats dels dipòsits, etc. Degut a aquest look extravagant, el celler és conegut i consolidat com a lloc on realitzar esdeveniments com comiats de solter i soltera, festes d'aniversari i tot tipus d'esdeveniments privats. També disposa d'una sala on es realitzen tallers de cupatges (100-125\$ l'activitat d'una hora i mitja).

07/03/2020

### 10h Ceja Vineyards, Sonoma AVA - Amelia Ceja, propietària

Els propietaris del celler Ceja Vineyards són d'origen mexicà i ens van explicar que el primer celler del que és té constància a Amèrica és de l'any 1597 i es troba a Coahuila, Mèxic. S'anomena Misión de Santa María de las Parras i va ser liderat per missioners jesuïtes.

Després d'aquesta introducció, l'Amelia ens va explicar que el seu projecte era de caire familiar i que els anys setanta va ser el primer de ser propietat de mexicans i, a més, dirigit per una dona. Va manifestar el seu objectiu de produir vins a gust d'ells i no de grans gurus del vi com Parker. Tenen una sala de tast on organitzen la majoria de les seves activitats enoturístiques, com tastos, pícnic i maridatges. Els visitants normalment no veuen el celler ni les vinyes. També disposen d'un club de vins on els membres donen la seva targeta de crèdit i reben trimestralment diferents packs de vins segons el servei contractat. Gràcies a això venen el 95% de la seva producció directament al consumidor final.

### 12h Gloria Ferrer Caves & Vineyards, Carneros AVA

Gloria Ferrer és un celler del grup Freixenet, fortament vinculat a Catalunya i Vilafranca del Penedès, que va ser inaugurat l'any 1986 de la mà de Josep Ferrer i Gloria Ferrer. Actualment disposen de 120 hectàrees, 2/3 de pinot noir i 1/3 de chardonnay. Produeixen un 82% de vins escumosos i tant sols un 8% de vi tranquil. La tarifa de les seves ampolles oscil·la entre 22 i 80\$.

Disposen d'una àmplia botiga amb els seus productes i marxandatge, així com diverses sales on fer tastos, maridatges i àpats. Ofereixen visites clàssiques però també "elevated experiences" com ara un tast de copes, per aprendre què aporta cada copa diferent a un vi; un àpat de tapes a la terrassa, pícnic, etc. El preu de les experiències es mou entre els 35\$ i els 78\$. També disposen d'un club de vins privat, amb diferents tarifes. El 60% dels seus visitants són d'origen americà mentre que el 40% són internacionals.

19

Execució del Pla d'Accions – 1 de març al 15 de maig de 2020







08/03/2020

**9h30 Buena Vista Winery, Sonoma AVA - Tom Blackwood, director**

Es tracta d'un dels cellers més antics de Napa Valley, originari del 1849, en plena febre de l'or. El seu fundador, d'origen hongarès, va emigrar a Estats Units per conrear vinya, provant primer a Michigan, sense èxit, i posteriorment a San Diego, on tampoc va prosperar. Finalment, va instal·lar-se a Sonoma. La casa principal del complexe és del 1862 i la cava del champagne és del 1867. La propietat té un total de 5.000 acres, és una de les més grans del territori, però tant sols es cultiva vinya a una petita part. Es tracta d'un dels primers cellers a patir la fil·loxera mundialment parlant.

Després de passar per diferents propietats, finalment va ser adquirida per BoisseteCollection. Actualment tenen un club de vins privat amb més de 6.000 afiliats. La majoria d'espais antics s'han destinat a l'enoturisme, amb moltes sales per fer esdeveniments privats, una sala d'interpretació del procés vinícola a l'antiga cava del 1867 i molt espai exterior. La visita clàssica la fan 4 vegades al dia durant tots els dies de l'any (exceptuant Thanksgiving i Nadal). També es pot fer directament un tast, sense fer la visita, que sol durar un 45 minuts, amb tothom assegut i copes Riedel. El preu d'aquests tastos oscil·la entre el 20\$ i els 150\$. És la opció més popular i no cal reservar.

**VALORACIONS I CONCLUSIONS**

Tots els participants del benchmark s'han mostrat molt satisfets amb aquest, tant pels exemples de bones pràctiques coneguts com per les sinèrgies creades entre el grup durant el viatge.

Els punts forts a destacar de Napa Valley, en relació als productes escollits i a la Costa Brava i l'Empordà, són:

- ✓ La posada en valor, en tot moment, del seu territori vinícola: donant màxima prioritat a la vinya per l'ús del sol i protegint el paisatge. Així com el respecte per la preservació de la natura, el patrimoni i els modes de vida.
- ✓ Tot el sector turístic presenta un storytelling comú: des del concurs de París del 1976 a la situació actual, on el focus es posa a la qualitat dels seus vins, la protecció del regió i el fet de que el turisme és beneficiós. Això queda reflectit en temes com:
  - La coordinació entre les diferents empreses, els municipis i Visit Napa Valley (una manera molt similar de funcionar que el club de producte de la Ruta del Vi DO Empordà però amb un pressupost com el de tot el Patronat de Turisme Costa Brava Girona només dedicat a l'enoturisme).
  - El focus de Napa Valley en la promoció però també en la gestió del territori i en el fet de que el turisme ha de repercutir positivament en la societat local.
  - El fet de que a tot arreu s'ofereixin vins del territori.
  - Una imatge enoturística internacional forta associada a la qualitat de la marca Califòrnia (qualitat de vida, bon clima, bon menjar, etc)
- ✓ Han estat capaços de crear de zero i estructurar el sector turístic en els darrers 25 anys, amb un fort treball de coordinació entre els diferents municipis i institucions així com un gran treball de sensibilització envers el sector turístic i la societat, i aquests, cap als mateixos visitants.
- ✓ El producte estrella de la regió és l'enoturisme, que s'ha treballat profundament en clau de Marketing, innovació i sostenibilitat. Les bones pràctiques més interessants aplicables per les empreses de la Ruta del Vi DO Empordà serien:
  - Creació d'un club de vins. Molts membres ja disposen de bases de dades de clients però cap els ofereix la possibilitat de rebre els seus vins de manera periòdica, en diferents tarifes i formats ni de tenir un calendari d'activitats especial per ells. És una molt bona manera de fidelitzar els teus clients i fer-los ambaixadors de la teva marca, augmentar base de dades, vendre més vi directament al consumidor, etc etc.
  - Preus de sortida de les experiències més elevats. A l'Empordà en general el preu d'entrada de les activitats enoturístiques és massa baix tenint en compte el nivell de qualitat que s'ofereix, caldria plantejar-se una pujada de preus general per donar valor a l'oferta.
  - Activitats més curtes i amb possibilitat de fer-se sense visitar al celler ni les instal·lacions. Per la gent que ja ha visitat més d'un celler, la visita clàssica es pot fer avorrida, caldria sempre oferir una

20

Execució del Pla d'Accions – 1 de març al 15 de maig de 2020





alternativa micro on només és parlés de la història del celler, de les seves especificitats i després es tastessin els vins (sense passar pel procés de producció, que a la majoria de llocs és igual).

- Cal oferir tastos sense visita, estipulant diferent nivells de preus per adaptar-se a les diferents tipologies de clients.
- Les activitats han de ser amenes, no s'ha d'explicar tant el vi sinó la història que hi ha darrera. L'entourisme és més turisme que altra cosa i el turisme ha de ser amè.
- Cal formar al personal que atindrà l'entourisme. A Napa Valley, a part d'anar gairebé tots identificats amb una targeta amb el seu nom, també figurava el nivell de WSET que tenien (títol internacional de coneixement del món del vi).

Finalment, cal destacar l'oportunitat sorgida de la coneixença del director del centre CIA at Copia, de cedir les projeccions mappings del Tastemotion a la seva institució perquè les puguin reproduir setmanalment a públic americà, mercat prioritari pels Clubs d'Enogastronomia i de la Ruta del VI DO Empordà, adaptant el menú gràcies el xef resident allà que coneix la cuina de la Costa Brava i amb vins de la DO Empordà que ja es troben al mercat californià. Caldrà, doncs, considerar aquesta acció pel PAO del 2021, sobretot tenint en compte les noves tendències de promoció i comunicació després del covid19, amb menys desplaçaments per part de l'equip del Patronat, buscant crear experiències de petit format, virtuals que convidin al participant a visitar-nos.

MC

APROVAT

País: CAT, Institució: Patronat de Turisme Costa Brava Girona

JORDI BATLLORI NOUVILAS (1 de 2)  
Secretari  
Data signatura :10/06/2020 14:51:45  
HASH:46730BAF9A62716D9BA8EBBF62CDB6C21E1C96E

JORDI BATLLORI NOUVILAS (1 de 2)  
Secretari  
Data signatura :10/06/2020 14:51:45  
HASH:46730BAF9A62716D9BA8EBBF62CDB6C21E1C96E

PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA - Acta

Codi per a validació :7M7Q-ILW8Q-5R&ZT  
Verificació :https://ssl4.ddgi.cat/verificadorodocuments/index.jsp?codigo\_entidad=6  
Aquesta és una còpia impresa del document electrònic referenciat : 107/160.

21





## 1.4 Club de producte – Turisme Esportiu

### • Formació E-sports

**Lloc:** Plataforma Zoom

**Dates:** 17 abril 2020

**Tipus d'acció:** Sessió Formació Online

**Participants:** Membres Club Turisme Esportiu i obert a tots els membres del Patronat

Organització d'una formació online via la plataforma Zoom sobre E Sports, a càrrec del ponent Fede Winer investigador doctoral de l'Institut per a l'empresa esportiva. Com a líder de la indústria de l'entreteniment i ex periodista de difusió, explora com diferents tecnologies poden ajudar l'ecosistema d'esports a crear dades més precises. Federico Winer és un assessor de confiança de la indústria per a clients en jocs, esports, apostes, loteries, cinemes i arts digitals. És un influencer de la indústria de l'entreteniment, ocupant el primer lloc del 1% a les xarxes de LinkedIn i Crunchbase. Ha desenvolupat negocis internacionals per a corporacions de mitjans de comunicació, esports i entreteniment des de l'inici de la seva carrera, amb una comprensió ferma de la manera com conviuen humanitats i informàtica. Federico és llicenciat en Periodisme i Mitjans de Comunicació (TEA, 2001), Informàtica i Telecomunicacions (IES, 2004), Humanitats (UOC, 2018) i màster executiu en Administracions empresarials (EADA / UCLA, 2014).

Es tracta d'un perfil molt especialitzat i amb un bagatge i visió sobre els E-Sports molts interessant, per tal de transmetre aquest coneixement als membres del Club.

### DESENVOLUPAMENT DE L'ACCIÓ

La sessió de 2 hores, sota el títol E Sports, creixement i futur, s'imparteix via la plataforma zoom en format webinar. Prèviament a la sessió de formació, es publicita pels canals habituals del Patronat i es fan diverses proves per comprovar el funcionament de la plataforma.

La formació registra XX inscrits, dels quals se'n mantenen un promig de 30 durant la durada de la sessió.

### VALORACIONS I CONCLUSIONS

La qualitat dels continguts de la formació és bona, i el ponent desenvolupa de forma clara i amena cada apartat de la formació. Els membres participants interactuen en l'apartat de preguntes, així com al xat habilitat.

GF/AG







## • Newsletter Konsultra - mercat Benelux

**Data:** 5 maig 2020

**Tipus d'acció:** Inserció Videos per agents de Viatges i premsa al mercat Benelux

Davant la situació excepcional a que ens ha abocat la COVID19, ens sorgeix l'oportunitat de ser presents a la Newsletter de Konsultra, empresa de PR i comunicació amb la que hem treballat en anterioritat al mercat Benelux, a través de la inserció de vídeos inspiracionals de la destinació i de productes concrets: esport, natura, actiu, cultura, enogastronomia i salut i benestar. Aquesta acció no té cap cost i la newsletter és en francès i holandès.

### DESENVOLUPAMENT DE L'ACCIÓ

Davant la demanda d'informació per part dels agents de viatges que treballen amb Konsultra per saber com està la situació a diferents destinacions, aquests han decidit donar veu a destinacions que han treballat anteriorment amb ells. Així, a través d'aquesta Newsletter, tant els agents com els mitjans especialitzats poden estar en contacte amb els seus clients, oferint l'estat actualitzat de diferents destinacions, en aquest cas la Costa Brava i el Pirineu de Girona.

### VALORACIONS I CONCLUSIONS

La valoració és positiva, donada la relació amb el cost zero que ha suposat. Tot i que actualment el prioritari és el mercat estatal i de proximitat, hem cregut que aquesta oportunitat era molt interessant per tal d' arribar a un mercat madur i fidel, i que si hi ha obertura de fronteres també pot arribar amb el seu propi vehicle. D'aquesta manera hem pogut arribar a un bon nombre d'agents de viatge i mitjans turístics per seguir mantenint la Costa Brava i el Pirineu de Girona en la seva ment a l'hora de decidir les seves futures vacances.

AD/GF



## PROGRAMA 3 – SUPORT A LES DESTINACIONS

## 3.1. Formació 360º

## • Webinar formació Turisme 360º. E-sports: creixement i futur

<b>Lloc:</b>	Online
<b>Dates:</b>	21 d'abril
<b>Tipus d'acció:</b>	Taller formació
<b>Participants:</b>	69 persones
<b>Ponent:</b>	Federico Winer

Amb l'objectiu de recolzar i acompanyar al sector turístic i per tal de seguir fomentant la seva formació continua, hem reconduït la formació presencial cap a l'online, oferint la possibilitat de participar en sessions totalment gratuïtes per poder seguir avançant en la formació a distància i millorar la competitivitat del sector.

En aquesta sessió de dues hores que es va poder seguir des de Zoom prèvia inscripció, varem començar amb una presentació a càrrec del Patronat i tot seguit es va cedir la paraula a **Federico Winer**, professor i *Business Development Leader* a la Universitat Loughborough de Londres per tal d'ajudar als participants a tenir una visió global de la dinàmica de la indústria e-sports.

**DESENVOLUPAMENT DE L'ACCIÓ**

L'objectiu d'aquest curs era veure el potencial dels e-sports com a generadors de turisme, convidant a reflexionar sobre les moltes raons per les quals els esdeveniments esportius són experiències fantàstiques. Els aficionats tenen l'oportunitat de veure els millors jugadors del món, competir amb els seus jugadors preferits i compartir la seva passió amb centenars d'altres aficionats com ells. Per aquests i d'altres motius, els aficionats estan disposats a recórrer milers de quilòmetres per assistir a esdeveniments importants. Aquest taller va ajudar als assistents a conèixer la dinàmica de la indústria i com crear nous models de negoci per atraure jugadors com a clients a la Costa Brava – Pirineu de Girona

**VALORACIONS I CONCLUSIONS**

En aquesta ocasió i com acostuma a ser habitual en les formacions a distància, el perfil dels inscrits era molt heterogeni amb presència d'empreses d'allotjament, activitats, estudiants, agències receptives i sector públic.

En la majoria dels casos, es tractava d'un tema totalment desconegut per a ells i varen destacar l'alt grau de coneixements del ponent en aquesta matèria i l'exposició clara amb exemples i aportacions de continguts, vídeos i imatges per poder captar millor l'essència dels e-sports. Alhora que varen remarcar la importància que puguem seguir oferint webinars d'aquest format per donar resposta a les necessitats de transformació del sector i van valorar molt positivament que estiguin sempre disponibles a la llista de reproducció Formació Turisme 360º online del nostre canal de YouTube @CostaBravaPirineu.

Màrqueting - DC





## • Webinar Formació Turisme 360º: Comunicació i màrqueting post covid 19

<b>Lloc:</b>	Online
<b>Dates:</b>	30 d'abril i 7 de maig
<b>Tipus d'acció:</b>	Taller formació
<b>Participants:</b>	405 persones
<b>Ponent:</b>	Lluís Tusell i Natalia Torrent

Amb l'objectiu de recolzar i acompanyar al sector turístic i per tal de seguir fomentant la seva formació continua, hem reconduït la formació presencial cap a l'online, oferint la possibilitat de participar a sessions totalment gratuïtes per poder seguir avançant a través de la formació a distància i millorar la competitivitat del sector. Alhora que s'ha convertit en un espai d'intercanvi d'idees, per seguir actius i preparats per quan es reactivi l'activitat.

També conscients de la necessitat de redefinir els objectius comunicatius i de màrqueting de les empreses turístiques, varem decidir organitzar una sessió específica per a allotjaments i una altra per la restauració, ja que les seves necessitats són diferents i ambdós cal que s'adaptin a les noves tendències del consumidor, personalitzin els missatges d'acord a les diferents fases del desconfinament i a través dels canals adequats.

Per dur-la a terme, varem comptar amb l'agència de comunicació Monkey Communications, concretament amb el seu director, en Lluís Tusell i la seva directora de comunicació corporativa, la Natàlia Torrent.

### DESENVOLUPAMENT DE L'ACCIÓ

L'objectiu d'aquest curs era proporcionar les claus per planificar una estratègia eficient de comunicació i màrqueting, per fases, dirigida a la progressiva **reobertura d'allotjaments i restauració**. Per aquest motiu, després de la presentació per part del Patronat, es va cedir la paraula als ponents, els quals varen començar amb una breu introducció de situació i tot seguit varen donar a conèixer les bases de la comunicació en temps de crisi i les diverses eines i recursos que tenim a la nostra disposició per a comunicar eficientment i aportar valor.

Les dues sessions es varen poder seguir des de Zoom prèvia inscripció i des d'on els assistents varen poder formular diverses preguntes als ponents i respondre al qüestionari de valoració al finalitzar la connexió. I al mateix temps, es va retransmetre en directe des del nostre canal de YouTube @CostaBravaPirineu ja que la sessió va generar molta expectació, amb 280 inscrits a la sessió d'allotjaments i 125 a la de restauració.

### VALORACIONS I CONCLUSIONS

En aquesta ocasió i com acostuma a ser habitual en les formacions a distància, el perfil dels inscrits era molt heterogeni amb presència d'empreses d'allotjament, restauració, activitats, associacions, agències receptives, oficines de turisme, consells comarcals i ajuntaments en ambdues sessions. En tots els casos, els usuaris que ho varen voler varen poder omplir un qüestionari de valoració finalitzat el webinar on coincidien amb les facilitats d'inscripció i compliment de les expectatives i adequació dels continguts a les necessitats del moment actual, amb una exposició clara, directe, motivadora i molt pràctica per part dels ponents. Alhora que destaquen la possibilitat de poder recuperar i visualitzar la sessió en qualsevol moment, que es tractin temes d'actualitat i interès primordial per al sector en aquests moments i que se'ls hi enviï per mail el material i enllaços.

Màrqueting - DC





### 3.2. Departament online

- Reorientació de l'estratègia i les accions online durant el confinament

Amb motiu de la crisi generada per la pandèmia de la COVID-19, en què l'activitat social, econòmica i turística es va aturar a escala global, vàrem reformular l'estratègia online per seguir oferint servei als usuaris mitjançant una campanya digital basada en imatges, records i activitats virtuals.

Des de l'anunci de l'estat d'alarma, els missatges, les publicacions i els continguts que es difonien a través dels canals i els perfils socials a Instagram, Facebook i Twitter sempre estaven acompanyats de les etiquetes #joemquedoacasa, #quedatacasa i #stayathome #dreamnowvisitlater, a més d' #inCostaBrava, #inPyrenees, mostrant imatges i textos suggeridors i inspiradors relacionats amb la bellesa dels espais naturals, patrimonials i turístics de la Costa Brava i el Pirineu de Girona, per tal de gaudir-los virtualment des de casa. Alhora que es fomentava l'activitat a les xarxes socials incentivant a la participació en concursos en format stories i s'emprava com a plataforma per donar visibilitat a les activitats que les empreses turístiques associades als clubs de màrqueting de producte organitzaven. En aquesta línia, es van adaptar també els continguts dels tres blogs temàtics: SomBenestar, SomCultura i SomActiuNatura, adreçats al públic de proximitat, amb publicacions vinculades a iniciatives online impulsades pel sector per seguir visitant i recorrent la destinació des de casa.

A més, es va produir el vídeo solidari i inspiracional Costa Brava Girona, en pausa, locutat i subtitulat en català, castellà, anglès i francès que es va pujar al canal de YouTube @CostaBravaPirineu i difondre a través dels diversos mitjans digitals.

En paral·lel vàrem incorporar a la capçalera de la portada del web [www.costabrava.org](http://www.costabrava.org) i [www.pirineugirona.org](http://www.pirineugirona.org) els missatges #joemquedoacasa, #quedatacasa i #stayathome, i es modificà l'agenda d'activitats i esdeveniments programats pels següents mesos. També es va crear un apartat d'actualitat amb un recull d'informació d'interès arran de la COVID-19 amb informes de seguiment de l'activitat, mesures i normatives per encarar la reobertura i enllaços a webs de referència d'organismes oficials que fossin d'interès pels professionals del sector turístic.

Així mateix, per tal de seguir recolzant i acompanyant al sector turístic i d'acord a l'evolució de la transformació digital, es va planificar i reorganitzar el programa formatiu Turisme 360º, originalment enfocat a la formació presencial per adaptar-lo al format online. Així al mes d'abril vàrem comunicar i publicar les primeres sessions al web de formació, es varen obrir inscripcions i es va posar en funcionament el servei a través de la plataforma Zoom per retransmetre els webinars en directe, prèvia inscripció. Alhora que es poden seguir en directe a través el canal de YouTube CostaBravaPirineu i queden guardades i accessibles a la llista de reproducció Formació Turisme 360º online perquè es puguin recuperar i visualitzar en qualsevol moment. Aquestes sessions són de temàtica diversa, gratuïtes i d'una durada entre 1h30 i 2h, organitzades i adaptades a les necessitats del sector.

DC – Màrqueting





## PROGRAMA 4 – LIDERATGE TURÍSTIC DE LES COMARQUES DE GIRONA

### 4.1. Actuacions de comunicació i premsa

#### • Comunicats i notes de premsa

**13 de març\_** Comunicat per al sector turístic i els mitjans de comunicació sobre la situació generada per l'evolució del coronavirus Covid-19 que obliga al Patronat de Turisme Costa Brava Girona de la Diputació de Girona a adoptar mesures de caràcter organitzatiu i de reprogramació.

**20 de març\_** Comunicat per al sector i els mitjans de comunicació per informar de la cancel·lació del mes de les experiències enoturístiques a la Costa Brava, el Vívid, amb motiu del Covid-19.

**31 de març\_** Comunicat per al sector turístic per anunciar les mesures preses pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona en el consell d'administració extraordinari.

**31 de març\_** El Patronat de Turisme Costa Brava Girona condona les quotes a les seves empreses i entitats associades als clubs de màrqueting de producte i activa una campanya de publicitat i de màrqueting digital extraordinàries

**15 d'abril\_** S'activa l'espai [www.costabrava.org/actualitat](http://www.costabrava.org/actualitat) amb informació útil i oficial per al sector turístic de la demarcació de Girona relacionada amb la COVID-19

**8 de maig\_** Es promou l'enoturisme de la Costa Brava amb la campanya «Passeja pels racons més bonics de la Ruta del Vi DO Empordà»

#### • Redacció d'intervencions de portaveus del Patronat

- Qüestionari per informe de l'Ostelea Tourism Management School \_ Jordi Masquef
- Argumentari per webinar #2 Taula Gironina de Turisme\_ Miquel Noguer
- Argumentari per webinar #6 Taula Gironina de Turisme\_ Miquel Noguer

#### • Altres actuacions de comunicació

- Col·laboració en la redacció de l'informe de resultats sobre «Enquesta sobre l'impacte de la COVID-19 i les mesures adoptades en el sector turístic gironí».
- Publicació bases dels Premis G! 2020 de comunicació turística de les comarques de Girona.
- Briefing sobre oferta servei d'assessorament en comunicació turística del Patronat.
- Edició Memòria 2019 del Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

#### Sala de premsa

Publicació de notes de premsa dels mesos març, abril i maig, i de nou material fotogràfic.



**Butlletí de notícies professional, Newsletter**

Elaboració del *newsletter* del Patronat de Turisme corresponent a l'edició de març i abril amb **10 notícies**  
<http://newsletter.costabrava.org/>

**Gestió d'entrevistes, declaracions i opinions**

Data	Mitjà	Temàtica	Participant	Publicació
01/04/2020	TV Girona	Mesures preses per Patronat en CA	Miquel Noguer	
02/04/2020	Girona FM	Mesures preses per Patronat en CA	Jaume Dulsat	02/04/2020
04/04/2020	Ràdio Capital	Mesures preses per Patronat en CA	Jaume Dulsat	06/04/2020
06/04/2020	Olot TV	Mesures preses per Patronat en CA	Miquel Noguer	06/04/2020
8/04/2020	La Vanguardia	Previsions temporada turística	Miquel Noguer	10/04/2020
17/04/2020	TV Girona	Situació Covid i repercussió en turisme	Miquel Noguer	17/04/2020
21/04/2020	Hora Nova	Situació turisme en crisi de la Covid	Miquel Noguer	28/4/2020
18/04/2020	El Periódico	Campanya Patronat	Jaume Dulsat	27/4/2020
29/04/2020	Girona FM	Sector turístic postCovid	Jordi Masquef	29/4/2020
7/5/2020	GastroDigital	L'enogastronomia	Miquel Noguer	9/5/2020
7/5/2020	Infortursa	Situació del sector ttc	Miquel Noguer	11/5/2020
09/5/2020	El Punt Avui	Turisme de negocis	Ignasi Cabañas	10/5/2020
12/5/2020	RNE4 En directe	Situació del sector ttc	Jaume Dulsat	12/5/2020

Verònica Mas.  
 Premsa







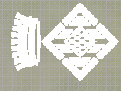
# LA RUTA DEL VI DO EMPORDÀ EN XIFRES 2019



Ruta del Vi DO Empordà  
Costa Brava  
Pirineu de Girona



EMPORDÀ  
CONSELL REGULADOR DE LA  
DENOMINACIÓ D'ORIGEN



Diputació de Girona

**Girona**

Patronat de Turisme  
Costa Brava Girona





# 28 CELLERS DE LA RUTA DEL VI DO EMPORDÀ

CASTELL DE PERALADA	CELLER ARCHÉ PAGÈS	CELLER BRUGAROL	CELLER CORPERATIU D'ESPOLLA
CELLER HUGAS DE BATLLE	CELLER MARTÍ FABRA	CELLER MARTÍN FAIXÓ	CELLER MAS EUGENI
CELLERS D'EN GUILLA	CLOS D'AGON	COOPERATIVA AGRÍCOLA DE GARRIGUELLA	EL CELLER D'EN MARC
EMPORDÀLIA	ESPELT VITICULTORS	GRAN RECOSIND	GRUP OLIVEDA
LA VINYETA	MAS ESTELA	MAS LLUNES	MAS OLLER
MAS VIDA	MASETPLANA	MASIA SERRA	PERE GUARDIOLA
SOTA ELS ÀNGELS	TERRA REMOTA	VINYES DELS ASPRES	VINYES D'OLIVARDOTS





# 56.232 VISITANTS ANUALS

ANY	TOTAL ANUAL	EVOLUCIÓ
2014	35.425	-
2015	39.073	+ 10,30 %
2016	47.350	+ 21,18 %
2017	50.297	+6,22 %
2018	53.450	+ 6,27%
<b>2019</b>	<b>56.173</b>	<b>+5,09 %</b>



\*Font: dades recopilades pel PTCBG dels 28 cellers



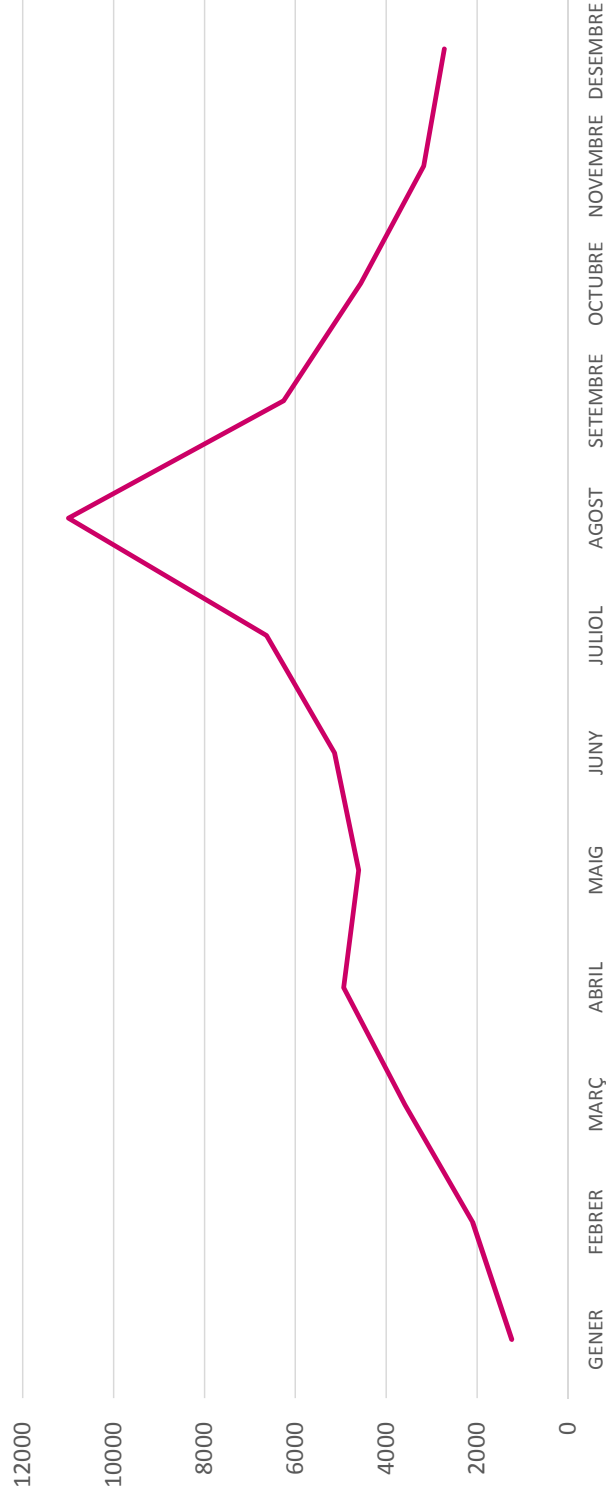
# VISITANTS RUTA DEL VI DO EMPORDÀ

- Nombre mig anual de visitants per celler: 2.006 visitants
- Celler amb més visitants anuals: 11.258 visitants
- Celler amb menys visitants anuals: 66 visitants
- Creixement mitjà del nº visitants per celler: 28,55%



# VISITES MENSUALS CELLERS RUTA DEL VI DO EMPORDÀ

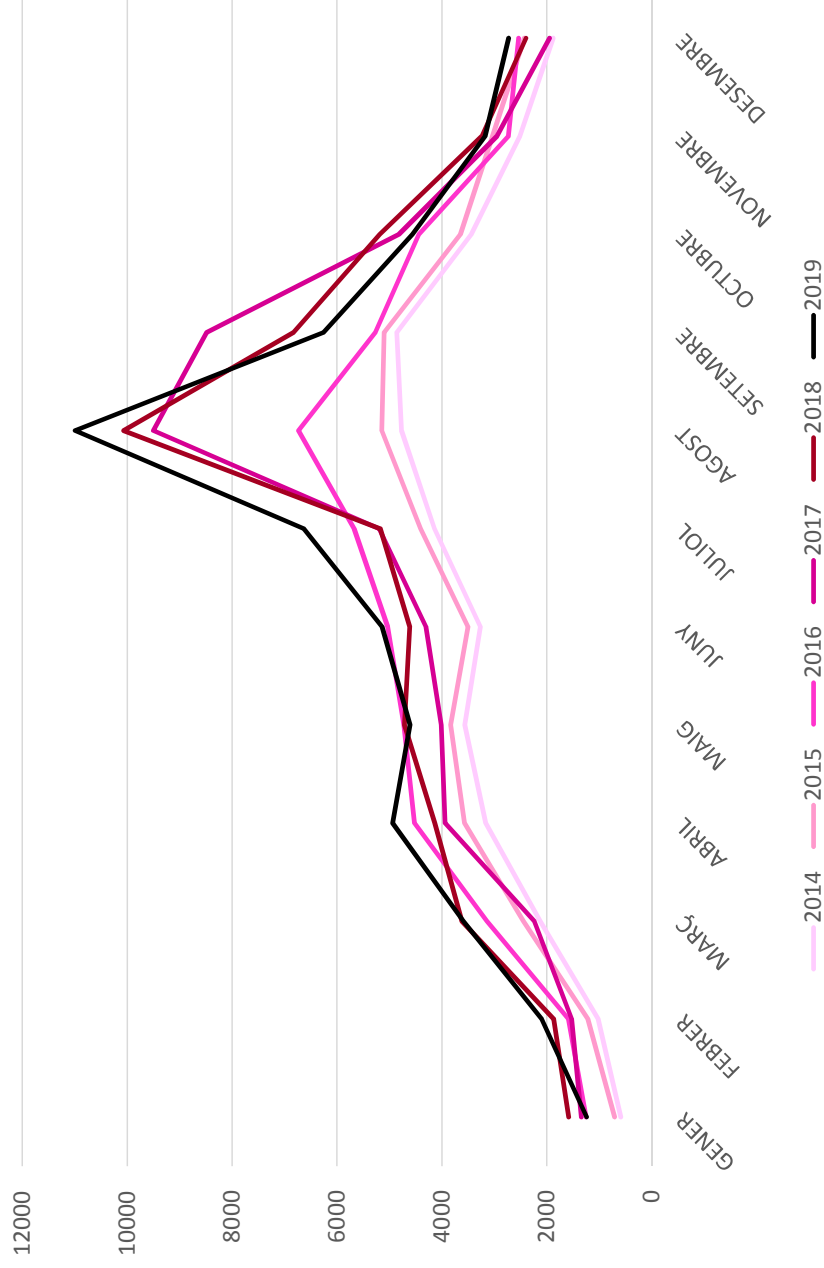
GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE
1.242	2.101	3.594	4.942	4.609	5.141	6.635	10.996	6.232	4.567	3.179	2.728



**\*Font: dades recopilades pel PTCBG dels 28 cellers**



# VISITES MENSUALS CELLERS RUTA DEL VI DO EMPORDÀ

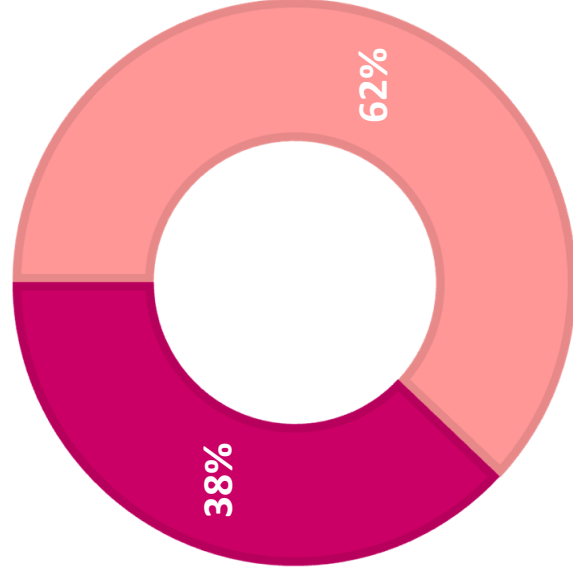


\*Font: dades recopilades pel PTCBG dels 28 cellers



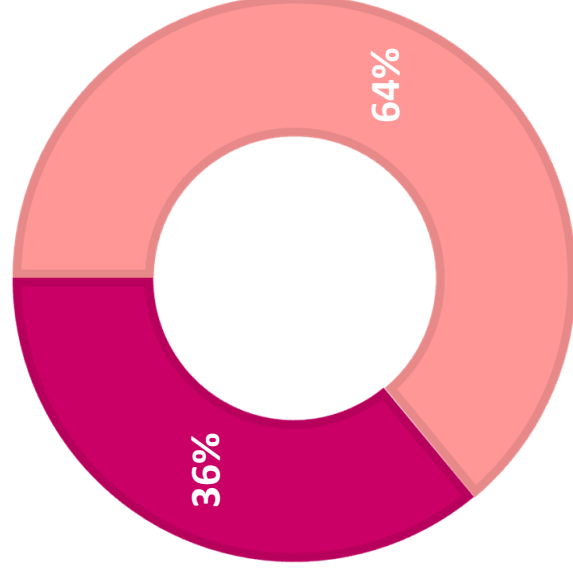
# ORIGEN DELS VISITANTS – DADES DE TOTS ELS CELLERS

2017



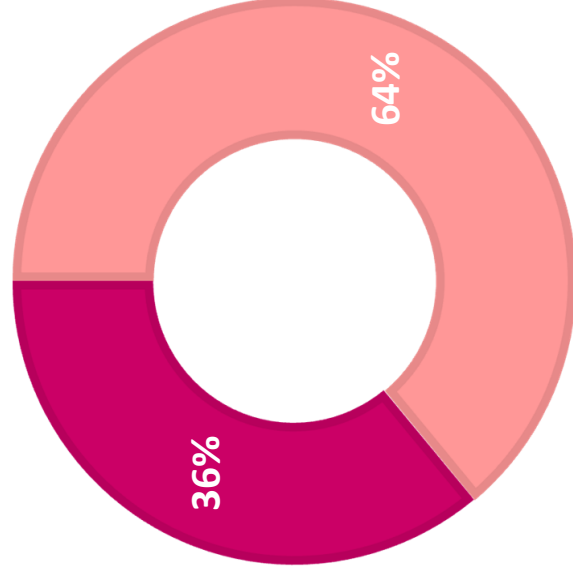
■ CATALÀ ■ INTERNACIONAL

2018



■ CATALÀ ■ INTERNACIONAL

2019

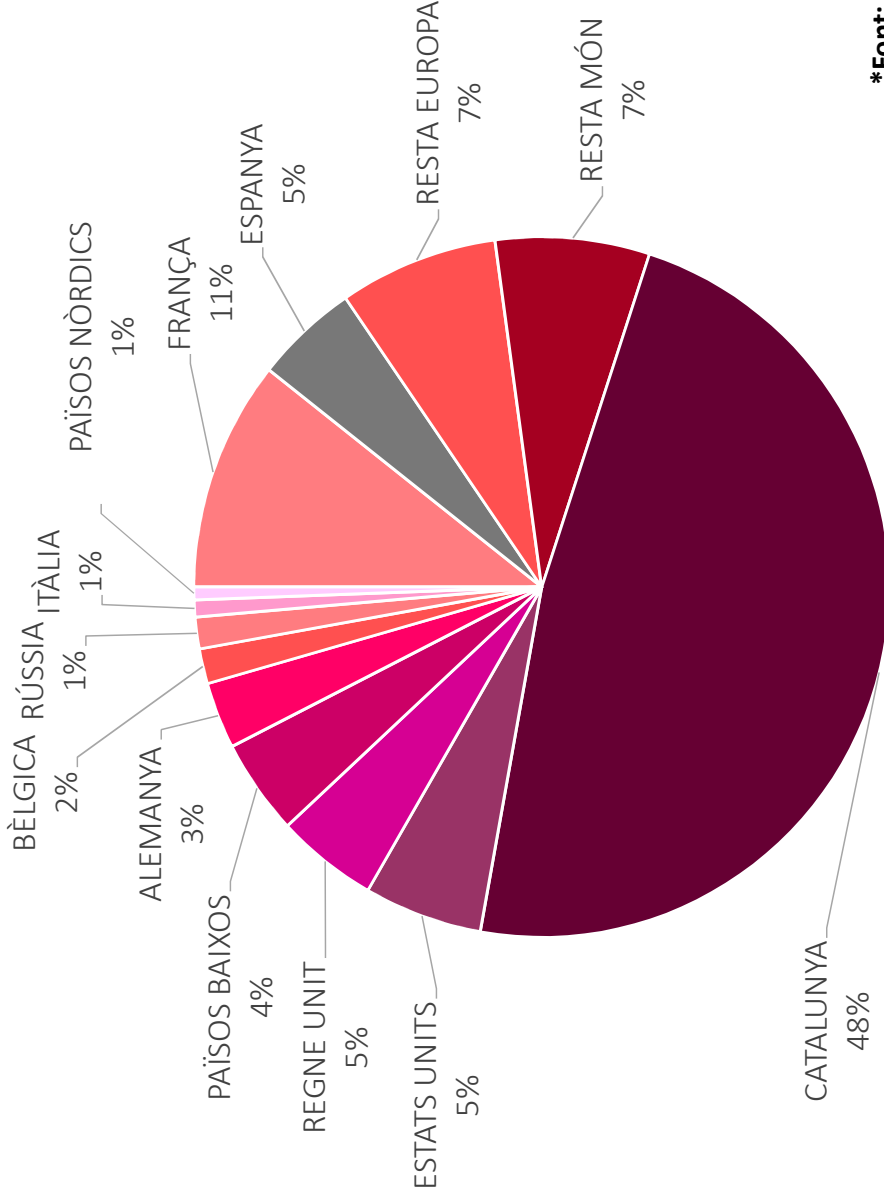


■ CATALÀ ■ INTERNACIONAL

\*Font: dades recopilades pel PTCBG dels 28 cellers



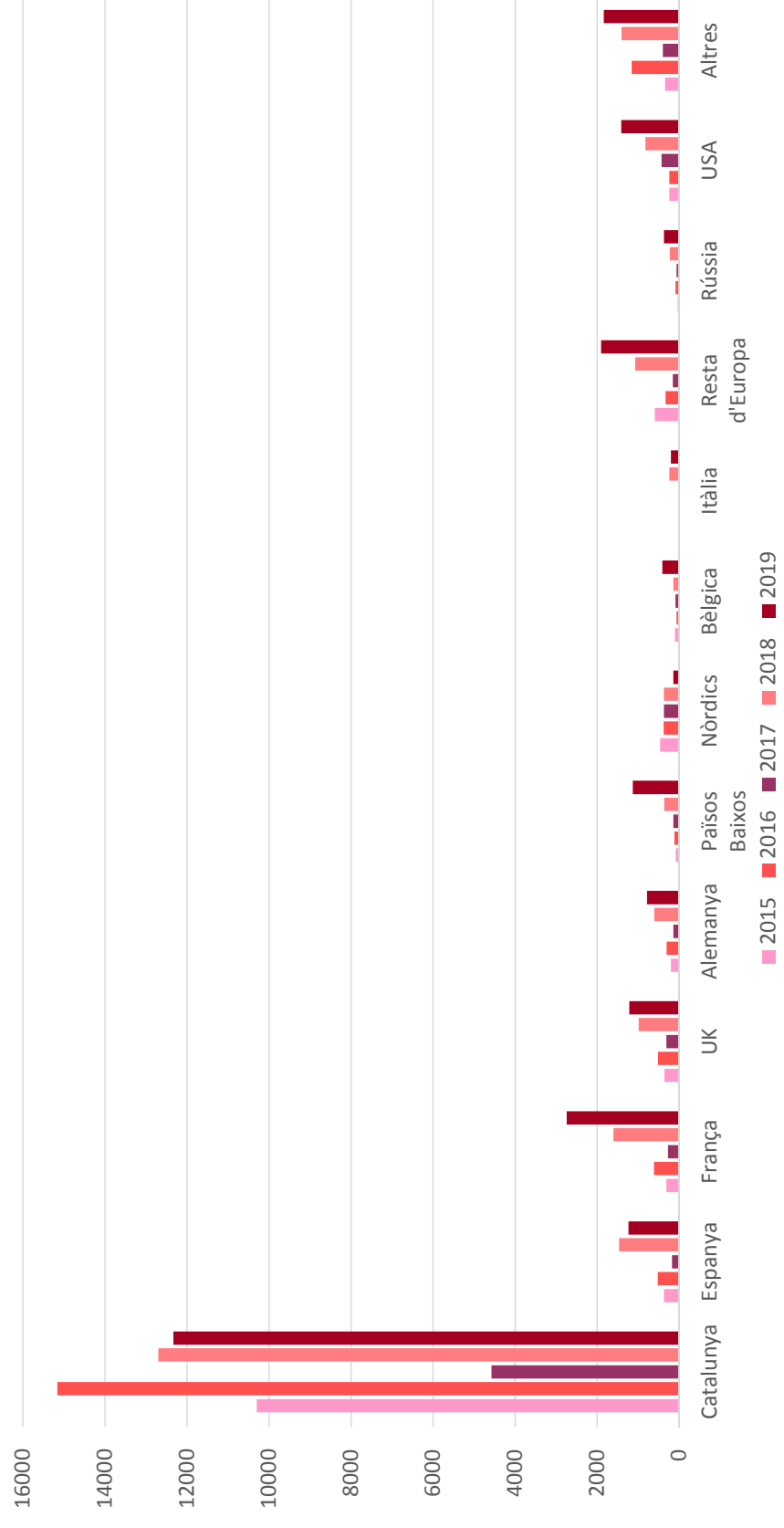
# ORIGEN DELS VISITANTS SEGMENTAT – DADES DE 18 CELLERS



\*Font: dades recopilades pel PTCBG de 18 cellers



# EVOLUCIÓ ORIGEN DELS VISITANTS



\*Font: dades recopilades pel PTCBG de 16 cellers

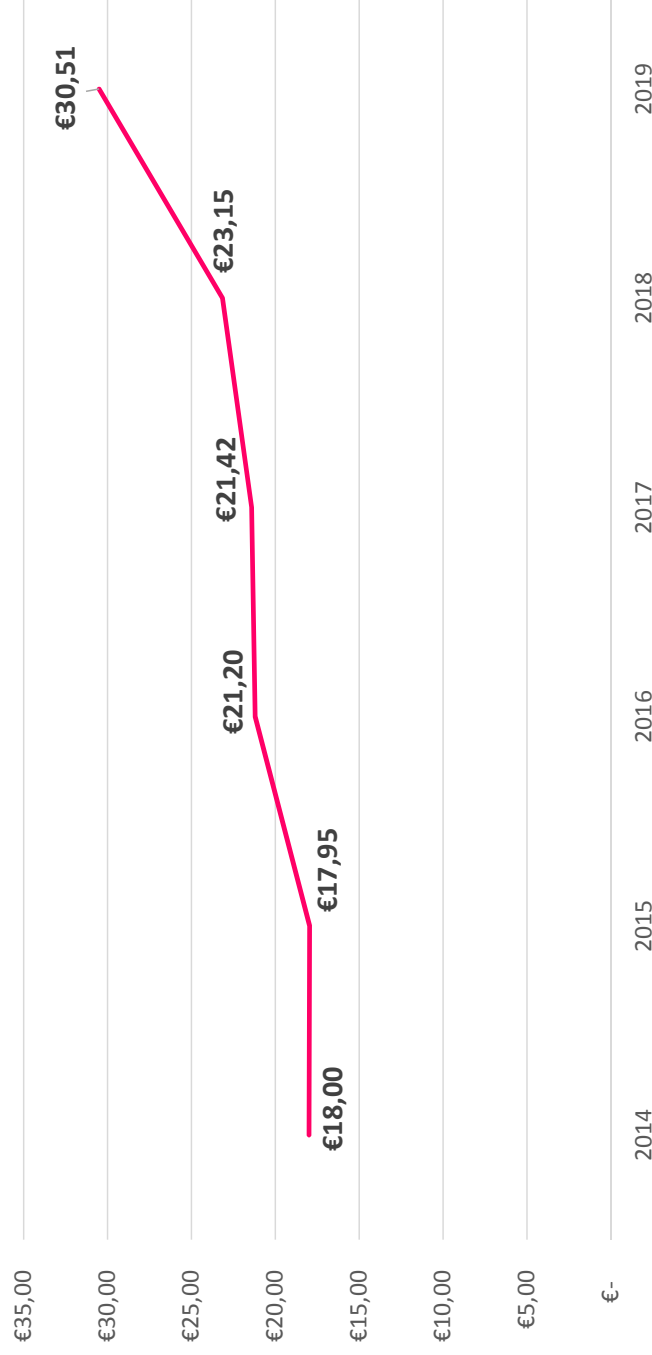


# 30,56€ DESPESA MITJA DE L'ENOTURISTA AL CELLER

➤ Despesa mitja més alta: 75,58€

➤ Despesa mitja més baixa: 5,88€

## EVOLUCIÓ DESPESA MITJA PER ENOTURISTA





# 13,10€ COST MITJÀ VISITA I TAST

- Import visita més car: 25€
- Import visita més econòmic: 6€



JORDI BATLLORI I NOUVILAS (1 de 2)  
Secretari  
Data signatura : 10/06/2020 14:51:45  
HASH:46730B4F9A62716D9BA6EBF62CDB6C21E1C96E

IMOJUEL INOQUIER (2 de 2)  
President  
Data signatura : 11/06/2020 13:52:56  
HASH:46730B4F9A62716D9BA6EBF62CDB6C21E1C96E

# MOLTES GRÀCIES

➤ Contacte:

Marta Casas: [mcasas@costabrava.org](mailto:mcasas@costabrava.org)



**PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA - Acta**  
Codi per a validació : 7M7Q-ILW8Q-5R8ZT  
Verificació : [https://ssi4.ddgi.cat/verificador/documents/index.jsp?codigo\\_entidad=6](https://ssi4.ddgi.cat/verificador/documents/index.jsp?codigo_entidad=6)  
Aquesta és una còpia impresa del document electrònic referenciat : 126/160.

País: CAT, Institutió: Patronat de Turisme Costa Brava Girona

APROVAT



#EmpordaWine #InCostaBrava #InstaVivid

## INFORME BALANÇ FINAL





JORDI BATLLORI I NOUVILLAS (1 de 2)  
Secretari

MIQUEL INOQUER (2 de 2)  
President

Data signatura : 10/06/2020 14:51:45  
Data signatura : 11/06/2020 13:52:56  
HASH:46730BAF9A62716D9BA8EBBF6CDB6C21E1C96E  
HASH:46730BAF9A62716D9BA8EBBF6CDB6C21E1C96E



PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA - Acta

Codi per a validació : 7M7Q-ILW8Q-5R&ZT

Verificació : [https://ssi4.ddgi.cat/verificador/ocuments/index.jsp?codigo\\_emidad=6](https://ssi4.ddgi.cat/verificador/ocuments/index.jsp?codigo_emidad=6)

Aquesta és una còpia impresa del document electrònic referenciat : 128/160.

País: CAT, Institució: Patronat de Turisme Costa Brava Girona

APROVAT





## PRESENTACIÓ I CANCEL·LACIÓ

La setena edició del Vívud no s'ha pogut celebrar a causa del confinament motivat per la COVID-19.

El festival va presentar la seva programació el 3 de març i el mateix dia es va activar el web amb totes les activitats i packs, es van posar a la venda les entrades a través del sistema online i es va posar en marxa la campanya de comunicació online i offline.

El 20 de març el VÍVID es va cancel·lar.



# ENTRADES VENUEDES

---

# 453

entrades venudes, el 26'2% del total



PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA - Acta

Codi per a validació :7M7Q-ILW8Q-5R&ZT

Verificació :https://ssi4.ddgi.cat/verificador/documents/index.jsp?codigo\_entidad=6

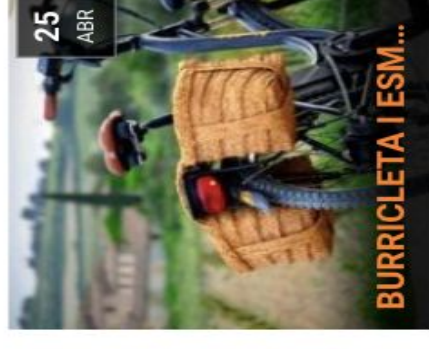
Aquesta és una còpia impresa del document electrònic referenciat : 130/160.

## ENTRADES VENUDES

Durant la primera setmana, es van vendre **453 entrades, un 407% més** respecte a la primera setmana venda del 2019.

Les 453 entrades venudes representen un **26'2%** del total d'entrades anticipades a la venda. Enguany se'n van posar a la venda 1.725 a través del sistema online.

L'aforament total era de 2.400 places amb prop de 800 places d'activitats de compra in situ (Mostra del Vi de Roses, Music&Wine&Formatges o Music&Wine&Esacmarlà de Llançà).



## ENTRADES VENUDES

DIA	ESDEVENIMENT	INSCRITS	TOTAL	% OCUPACIÓ
03-abr.	L' 3N1GM4 R01G D'ES PORTAL	20	40	50%
04-abr.	IV MARXA POPULAR ENTRE VINYES / INSTAVÍVID	51	150	33%
04-abr.	DINAR A LA COOPERATIVA DE GARRIGUELLA	25	50	50%
04-abr.	BEETHOVEN & VI, SONATA D'EMOCIONS A MAS SALVÀ	6	100	6%
04-abr.	LA BATALLA NAVAL DE LES FORMIGUES: HISTÒRIES D'ULLS, MOSQUES I VINS	6	40	15%
04-abr.	VENIU I BEVEU-NE TOTS DEL VI DEL MONESTIR! TAST HISTÒRIC AL MONESTIR DE SANT MIQUEL DE CRUILLES	33	40	82'5%
04-abr	TAST DE LES NOVES ANYADES	20	20	100%





## ENTRADES VENUEDES

04-abr.	SORTIDA "NATURE SKETCHING", DIBUIXAR LA NATURA	0	20	0
04-abr.	PEDALAR EN E-BIKE / DORMIR ENTRE VINYES	2	12	17%
05-abr.	MUSIC&WINE&FORMATGES (*)	-	-	-
05-abr.	DE RUTA PER CAPMANY: VINYES, CELLERS I PATRIMONI HISTÒRIC AL PEU DE LES ALBERES	20	40	50%
05-abr.	TAST MARIDATGE MUSICAL	4	25	16%
11-abr.	FIRA DE LA GARNATXA I EL BUNYOL (*)	-	-	-
16-abr..	SOPAR DEGUSTACIÓ NEGRETS DE CAPMANY I VINS DE CAPMANY	28	30	93'3%

(\*) Activitat sense entrada anticipada



## ENTRADES VENUEDES

17-abr.	SOPAR MARIDAT A LA MAR BLAVA AMB EN CARLES XURIGUERA	6	70	8'5%
18-abr.	PÍCNIC A FINCA ESPOLLA	8	12	66'6%
18-abr.	VadeVINS 2X1	4	30	13'3%
18-abr.	TAST DE VINS AMB LLENGUA DE SIGNES	0	20	0%
18-abr.	TAST DE LES DONES DEL VI DE L'EMPORDÀ AMB SNACKS	8	40	20%
18-mai.	VINS & ARRÒS, ELS PLAERS DEL CAMP A TAULA	2	20	10%
18-abr.	VERMUT MUSICAL A LA BARBERIA AMB CALIU	2	20	10%
18-abr.	TASTANT EL BAIX EMPORDÀ ENTRE VIVES I SUREDES	0	18	0%



## ENTRADES VENUDES

18-abr.	VERSONS, VINS I NATURA	2	30	6'6%
18-abr.	ENOCAIAC I VINS DEL CELLER ESPELT	0	20	0%
19-abr.	UN TAST DE VINS I DEL VERD SILVESTRE DE MARA TERRA	5	18	27'7%
19-abr.	VISITA I TAST AL CELLER, ARROSSADA I JOCS POPULARS	8	80	10%
19-abr.	MARIDATGE SONAT V.20	8	26	30'7%
19-abr.	JUGUEM ENTRE VINYES I OLIVERES	55	90	61'1%
19-abr.	FORMATGES I VINS SINGULARS	20	20	100%
19-abr	VINS "A BORDO". ESMORZAR DE PEIX MARIDAT AMB VINS DE LA COOPERATIVA DE GARRIGUELLA	18	40	45%



## ENTRADES VENUEDES

19-abr.	RUTA ENTRE VINYES AMB BICICLETA	0	12	12%
24-abr.	NIT DELS MÀGNUMS AL VICUS RESTAURANT	10	20	50%
25-abr.	TAST AMB FEL FAIXEDAS AL MONESTIR DE SANT PERE DE RODES	12	50	24%
25-abr.	TAST AMB EMPAR MOLINERA VINS I LICORS GRAU	40	40	100%
25-abr.	PEDALADA EN BURRICLETA PER L'ALBERA	0	20	0%
25-abr.	PASSEIG PER LA VINYA I DNARA CAN CERVERA	0	20	0%
25-abr.	TAST DE VINS 'TAPS DE FINCA' SOTA ELS GEGANTS DEL BOSC	8	30	26'6%
26-abr.	RUTA VINO-GASTRONÒMICA PER L'EMPORDANET	18	150	12%
26-abr.	TRADICIONS MEDITERRÀNIES / VI I DANSA	0	100	0%



## ENTRADES VENUDES

1-maig	VINS ESCUMOSOS MÈTODE ANCESTRAL.COM MARIDAR-LOS	2	30	6'6%
2-maig	EXPLOSIONS DE VI I XOCOLATA	2	20	10%
2-maig	MOSTRA DEL VI DE ROSES (*)	-	-	-
2-maig	EL JOC GREC DEL VI	0	30	0%
2-maig	E-BIKE & ORGANIC WINES	0	12	0%
2-maig	ENOCAIAC CAP DE CREUS	0	20	0%
2-maig	DINAR VIVID RESTAURANT ELS PESCADORS	0	50	0%
2-maig	MUSIC&WINE&ESCAMARLÀ (*)	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>453</b>	<b>1.725</b>	<b>26'2%</b>

(\*) Activitat sense entrada anticipada



## ANÀLISI ENTRADES VENUEDES

---

La venda d'entrades va arrencar de manera extraordinària durant la primera setmana. Durant els primers set dies de venda, **els usuaris van adquirir 453 entrades de 31 de les 44 activitats amb venda anticipada.**

**Un total de 6 activitats van esgotar les entrades o estaven a punt de fer-ho.**

La majoria d'entrades venudes corresponien als primers caps de setmana del mes d'abril, els més propers en el temps. En canvi el més allunyats, el darrer cap de setmana del mes d'abril i el primer cap de setmana del mes de maig, el nombre d'entrades venudes era menor.

El dia que es van anunciar les primeres mesures de confinament, l'11 de març, **les vendes es van aturar completament.**

---







# COMUNICACIÓ



Es va realitzar la roda de premsa de presentació a Girona amb més d'una quinzena de periodistes de mitjans generalistes i especialitzats.

Així mateix es va enviar nota de premsa sobre la cancel·lació del Vívid i s'havien preparat les notes de premsa setmanals per enviar durant el mes d'abril.

Al llarg del mes de març es van registrar una quarantena d'impactes en mitjans de comunicació de les comarques gironines, Catalunya i especialitzats en vi, oci o turisme.

**ALT I BAIX EMPORDÀ** Comarques Gironines 27

## El Vívid ofereix paquets amb estades i activitats

Es farà del 4 d'abril al 3 de maig i hi ha una cinquantena de propostes. S'espera superar els 9.000 visitants

**El Vívid** ofereix paquets amb estades i activitats a les comarques gironines. Els paquets inclouen estada a l'hotel i una activitat a l'entorn. Els paquets són: "Paquet família", "Paquet parella", "Paquet solista" i "Paquet grup". Els paquets són disponibles del 4 d'abril al 3 de maig i hi ha una cinquantena de propostes. S'espera superar els 9.000 visitants.

**Propostes inclusives**

El Vívid ofereix paquets amb estades i activitats a les comarques gironines. Els paquets inclouen estada a l'hotel i una activitat a l'entorn. Els paquets són: "Paquet família", "Paquet parella", "Paquet solista" i "Paquet grup". Els paquets són disponibles del 4 d'abril al 3 de maig i hi ha una cinquantena de propostes. S'espera superar els 9.000 visitants.





# COMUNICACIÓ/PREMSA



Diputació de Girona

Girona

Patronat de Turisme Costa Brava

Departament de Premsa



Diputació de Girona

Girona

Patronat de Turisme Costa Brava

Departament de Premsa

## Nota de premsa

Girona, 3 de març de 2020

**La setena edició del Vivid ofereix una cinquantena d'activitats i promou estades en establiments del territori amb un servei de packs a la carta**

La programació presenta propostes d'entourisme actiu amb rutes a peu o en bicicleta entre vinyes, els «tastos amb personalitat», amb la participació d'Empar Moliner o dels propietaris del celler destruït per la ruada del Francoï, o activitats en espais singulars com calés, monestirs o un vaixell de pesca.

Del 4 d'abril al 3 maig se celebrarà la setena edició del festival Vivid, un mes sencer d'activitats enoturístiques a la Costa Brava. La iniciativa promocional, impulsada pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona de la Diputació de Girona, compta amb el suport i la participació del Consell Regulador de la DO Empordà, cellers de la DO Empordà, ajuntaments i empreses turístiques del territori, així com el centenar de membres que integren el club de màrqueting de la Ruta del Vi DO Empordà. En les seves primeres edicions, el Vivid s'ha convertit en un dels esdeveniments enoturístics més importants que se celebren anualment a Catalunya.

Mantenint la tendència dels darrers anys, aquesta edició manté un nombre limitat d'activitats enoturístiques a la Costa Brava. Una proposta més quantitativa, que converteixi l'esdeveniment en un aparador de les ofertes enoturístiques més singulars de la Costa Brava. Una de les principals novetats d'aquesta edició és la posada en marxa d'un nou servei de packs a la carta, que combinen les estades en hotel o casa rural amb les activitats del programa. Aquesta millora pretén incrementar el nombre de participants que s'allotgen en establiments del territori i que l'any passat es va situar en un 20 %.

La iniciativa es dona a conèixer mitjançant el portal web oficial, la publicació d'un programa de mà i una campanya de comunicació en mitjans tradicionals i digitals, específicament a les xarxes socials. Les oficines de turisme de la demarcació també divulgaran el festival.

## Nota de premsa

Girona, 30 de març de 2020

**El Vivid, el mes de l'enoturisme a la Costa Brava, es posa en marxa aquesta setmana amb un més d'un 70% de les entrades venudes**

La IV edició de la Marxa Popular a Garriguella, un concert de música clàssica entre vinyes a Palamós o un joc d'escape room a l'Hotel Es Portal de Palis, entre les activitats destacades del primer cap de setmana de l'esdeveniment que s'allargarà fins al primer cap de setmana de maig

Una quinzena d'activitats ja han esgotat les entrades i moltes propostes ofereixen en aquests moments les últimes places

Del 4 d'abril al 3 maig se celebrarà la setena edició del festival Vivid, un mes sencer d'activitats enoturístiques a la Costa Brava. La iniciativa promocional, impulsada pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona de la Diputació de Girona, compta amb el suport i la participació del Consell Regulador de la DO Empordà, cellers de la DO Empordà, ajuntaments i empreses turístiques del territori, així com el centenar de membres que integren el club de màrqueting de la Ruta del Vi DO Empordà. En les seves primeres edicions, el Vivid s'ha convertit en un dels esdeveniments enoturístics més importants que se celebren anualment a Catalunya.

El Vivid ofereix una cinquantena d'activitats durant el mes d'abril i el primer cap de setmana del mes de maig, amb prop de dues mil places. Des de la presentació de la programació, el 3 de març, s'han venut més del 70% de les entrades. Una quinzena d'activitats ja han esgotat les entrades i moltes propostes ofereixen en aquests moments les últimes places.

De la programació d'aquesta setena edició en destaquen pel seu nombre les activitats d'enoturisme actiu per conèixer el territori i els vins de l'Empordà. Una d'aquestes propostes inaugurarà aquest cap de setmana el Vivid 2020 amb la celebració a Garriguella de la quarta edició de la Marxa Popular entre vinyes. Els participants faran un recorregut circular entre vinyes i visitaran tres cellers per tastar-ne els vins i les



Diputació de Girona

Girona

Patronat de Turisme Costa Brava

## COMUNICAT DEL PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA. Divendres, 20 de març de 2020

La situació generada per l'evolució del coronavirus Covid-19 obliga a adoptar mesures de caràcter organitzatiu i de reprogramació per part del Patronat de Turisme Costa Brava Girona de la Diputació de Girona, d'acord amb el que ordenen i recomanen les autoritats de la Generalitat de Catalunya i de l'Administració general de l'Estat espanyol.

Des del Patronat de Turisme Costa Brava Girona informem que es cancel·la definitivament la celebració del Vivid, omnis de l'entourisme a la Costa Brava, programat per les diferents entitats, i l'organització recomanarà als usuaris que ja havien adquirit entrades, de import de les seves compres anticipades.

Així mateix, les accions promocionals i comercials programades a l'estimador del Pla d'Accions i Objectius 2020 del Patronat de Turisme Costa Brava Girona per als mesos de març i abril queden suspeses i/o ajornades fins que es restabli la situació.

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona seguirà alertant al cas i informant de les mesures que es prenguin en relació amb l'excepcionalitat de la situació.



PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA - Acta

Codi per a validació : 7M7Q-ILW8Q-5R8ZT  
Verificació : [https://ssl4.dgci.cat/verificador/document/index.jsp?codigo\\_entidad=6](https://ssl4.dgci.cat/verificador/document/index.jsp?codigo_entidad=6)  
Aquesta és una còpia impresa del document electrònic referenciat : 141/160.

Aquesta és la relació d'alguns dels mitjans que s'han fet ressò del VÍVID

EL PUNT - LA VANGUARDIA DIGITAL - EL PERIODICO DIGITAL - DIARI DE GIRONA - DIARI ARA - REVISTA DESCOBRIR - REVISTA CUINA - EFE - ACN - EUROPA PRESS - CATALUNYA RÀDIO - RNE - COPE - LA XARXA - CADENA SER - VADEVI - CUPATGES - SETMANARI EMPORDÀ - TIME OUT -SETMANARI HORA NOVA- VILAWEB - TV GIRONA - TV COSTA BRAVA - TRAMUNTANA TV - NACIÓ DIGITAL - EL MÓN.CAT, REVISTA GASTRONÒMICA - 7 CANÍBALES - GERIÓ.CAT - REVISTA BAIX EMPORDÀ ....

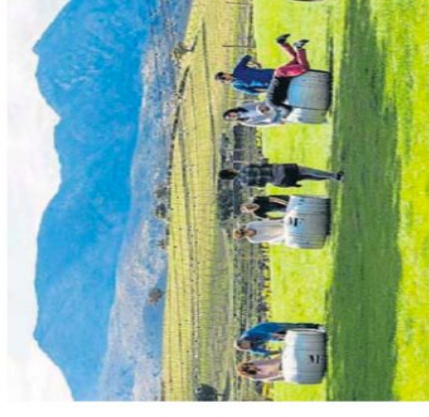
## TURISME

### La 7a edició del Vívid ofereix 50 activitats enoturístiques

ARA  
GIRONA

El festival Vívid, que se celebrarà del 4 d'abril al 3 maig, oferirà un mes sencer d'activitats enoturístiques a la Costa Brava. La iniciativa, impulsada pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona, compta amb el suport i la participació del Consell Regulador de la DO Empordà, cellers de la DO Empordà, ajuntaments i empreses turístiques del territori, així com del centenar de membres que integren el club de màrqueting de la Ruta del VÍDO Empordà.

Una de les principals novetats d'aquesta edició és la posada en marxa d'un nou servei de *pacchs* a la



Jocs populars al Celler. Martin Faixó de Cadaqués en la passada edició del Vívid. © ENR/CASULL

carta, que combinen les estades en hotel o casa rural amb les activitats del programa. La millora pretén incrementar el nombre de participants que s'allotgen en establiments del territori, que l'any passat es va situar en un 20%.

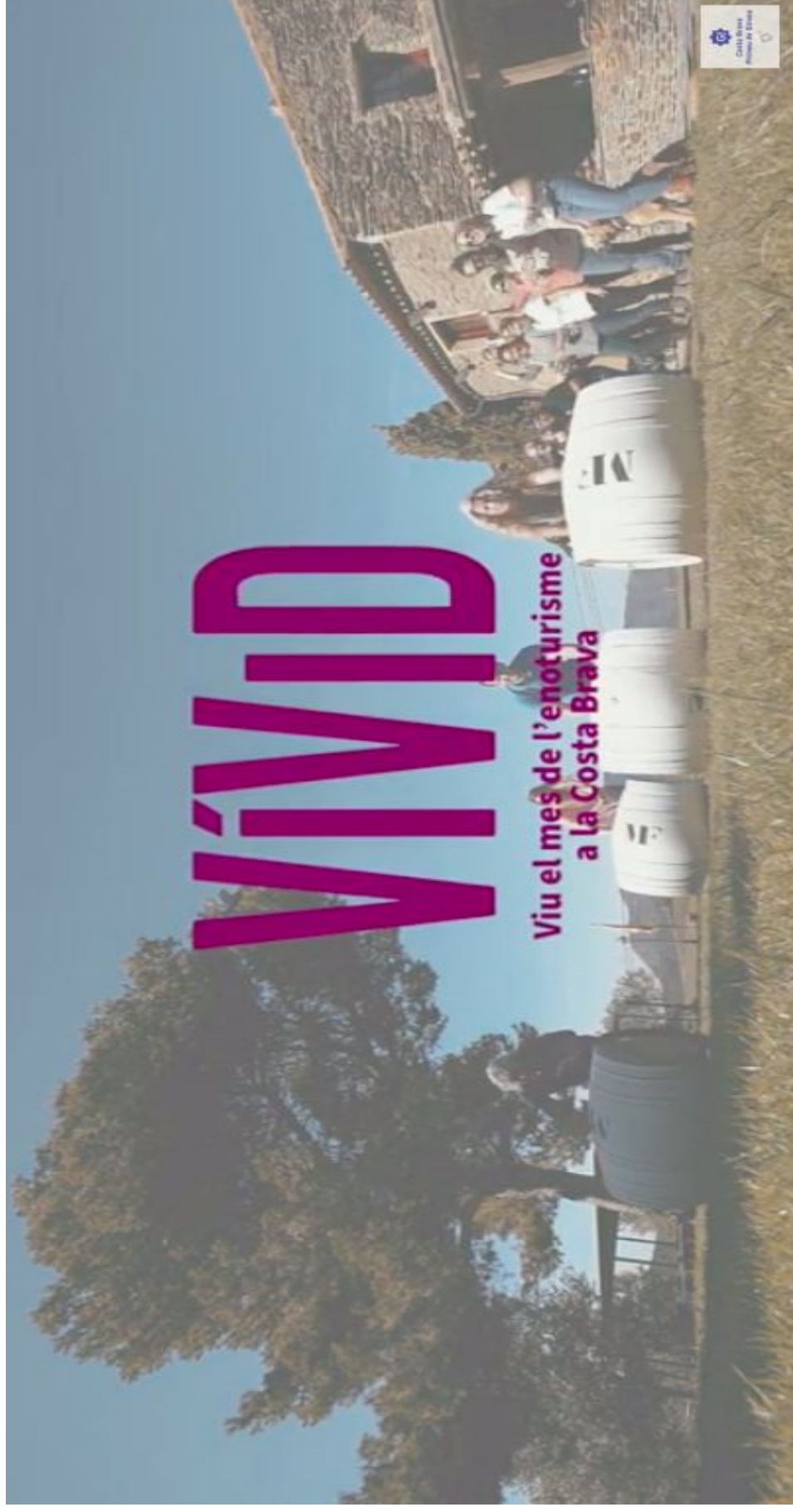
#### Activitats en espais singulars

La programació, més qualitativa que quantitativa, presenta propostes d'enoturisme actiu amb visites a peu o en bicicleta entre vinyes i els *Tastos amb personalitzat*, amb la participació d'Empar Moliner o dels propietaris del celler destruït per la riuada del Francolí, a més d'activitats en espais singulars com cales, monestirs o un vaixell de pesca. ■



# COMUNICACIÓ/VÍDEO

Aquest és el vídeo que es va preparar i difondre per comunicar la setena edició del Vívud 2020





## -PREMSA ESCRITA (Anuncis)

Aquesta és la relació d'anuncis que estaven preparats i planificats però que finalment no s'han publicat a causa de la cancel·lació.

EL PUNT

Diari de Girona

DESCOBRIR

Diari Ara

HORA NOVA

EMPORDÀ

CAP CATALOGNE

Revista Palafrugell

COMARCA D'OLOT REVISTA

BAIX EMPORDÀ

Revista Sortida

Els Colors

La Marina

Girona Gastronòmica

Independent

Time Out

### SNACKS Vivid, activitats enoturístiques en la Costa Brava

**7** Redacció  
29/03/2020 • Comentaris

La setima edició del festival Vivid ofereix medio centenar de activitats i promociona estanciacions en establecimientos del territorio con un servicio de packs a la carta.



Del 4 de abril al 3 de mayo se celebrará la séptima edición del festival Vivid, un mes de actividades enoturísticas en la Costa Brava. La iniciativa promocional, impulsada por el Patronato de Turismo Costa Brava Girona de la Diputación de Girona, cuenta con el apoyo y la participación del Consell Regulador de la DO Empordà, bodegas de la DO Empordà, ayuntamientos y empresas turísticas del territorio, así como del centenar de miembros que integran el club de marketing de la Ruta del Vino DO Empordà.

Según explican los organizadores, "esta edición mantiene en número limitado de actividades con la intención de ofrecer una experiencia más cualitativa y personalizada que convierta al evento en un escaparate de las ofertas enoturísticas más singulares de la Costa Brava". Una de las principales novedades de esta edición es la puesta en marcha de un nuevo servicio de packs a la carta, que combinan las estancias en hotel o casa rural con las actividades del programa. Esta iniciativa pretende "incrementar el número de participantes que se alojan en establecimientos del territorio y que el pasado año se situó en un 20 %".

Los que estén interesados en conocer todos los detalles pueden dirigirse a la web oficial del evento: <https://vivid.costabrava.org/>.

#### Actividades

Vivid inaugurará el festival con la celebración de la cuarta edición de la Mena Popular entre Vinyes en Garriguella, el 4 de abril. Los participantes harán un recorrido circular entre viñedos y visitarán tres bodegas para probar sus vinos y las tapas elaboradas por los restaurantes del colectivo Culinà del Vent. Esta propuesta acogerá también el encuentro de instagramers #InsaVivid.



Síguenos en:  
  
  
  
Buscar



**Redacción** | 03/04/2020  
**SNACKS**  
Dificultad en la tramitación de los ERTE's

La organización Hostelería de España lamenta la dificultad de tramitación...



**Redacción** | 03/04/2020  
**SNACKS**  
Salvamos Nuestra iniciativa de bonus pr...

Tras el decreto del Estado de alarma y el cierre temporero de los pubs de...



**Redacción** | 03/04/2020  
**SNACKS**  
Dos oportunidades para celebrar la Mena de Paqueta

Aunque estemos confinados y no nos podamos reunir con la familia, se a.e...

Tweets by @7cambales  
7cambales



# COMUNICACIÓ/PUBLICITAT

---

## -RÀDIO (Anuncis)

Catalunya Ràdio - Cadena SER - Rac105 - Ràdio Olot - Ràdio Palamós - Ràdio Banyoles

## -TV (Anuncis)

Esport de TV per TV Roses, l'Escala TV i Banyoles TV

## -INTERNET / DIGITAL (Anuncis)

Top web de la Diputació de Girona, Diari de Girona, Girona Notícies, setmanari del Ripollès, Catmedia, GerióDigital, Tribuna Selvatana i ràdio Marina. El Món, Catalunya M'agrada



Es van dissenyar i imprimir **15.000** exemplars d'un llibret de 20 pàgines amb totes les activitats del VÍvid 2020.

Es va planificar la distribució dels llibrets entre els organitzadors, oficines de turismes i bars i restaurants de l'Alt i Baix Empordà, Gironès, Pla de l'Estany i Garrotxa.

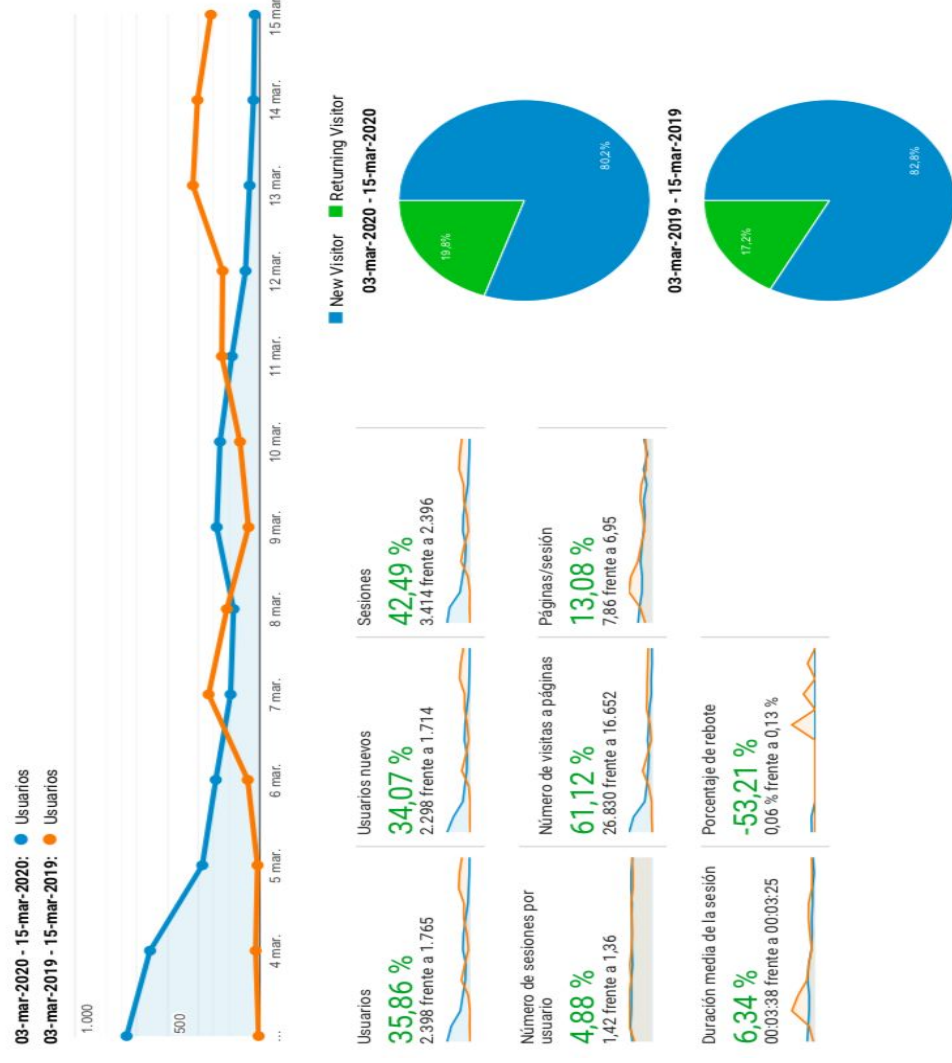
**La seva distribució es va aturar** a causa de l'anul·lació de l'esdeveniment.



# COMUNICACIÓ/WEB

El dia de la presentació, el 3 de març, es va activar la web amb totes les activitats del VÍVID 2020, i els seus corresponents enllaços al sistema de venda online. En comparació a l'any 2019 (\*), el nombre d'usuaris es va incrementar un 35'86% i el nombre de sessions un 42'49% durant els primers dies. A la gràfica també es pot observar que el nombre de sessions es va reduir dràsticament a partir del dia 11, dia en què es van anunciar les primeres mesures de confinament.

(\* ) El 2019 el web es va activar el 7 de març



# COMUNICACIÓ/MAILING

El dia de la presentació es va enviar una primera newsletter a tota la base de dades del Vívud formada per 681 mails de participants d'edicions anteriors.

Així mateix també es va enviar newsletter a tota la base de dades del Consell Regulador de la DO Empordà, format per 1.247 mails, gràcies a l'acord amb aquesta organització.



Reports

Bind

Audience

Automats

Campaigns

Create



## PROGRAMACIO VIVID 2020

Campaign Preview HTML Source Plain-Text Email Details

View Report



### EL VIVID 2020 PROPOSA UNA CINQUENTENA D'ACTIVITATS PER GAUDIR DEL VI I EL PAISATGE DE L'EMPORDÀ AQUESTA PRIMAVERA

Avui s'ha presentat la programació del Vivid 2020 que oferirà durant el mes d'abril i el primer cap de setmana de maig una cinquantena de propostes enriquidores per gaudir del vi i del paisatge de l'Empordà.

Passades a peu o en bicicleta entre vinyes, tastos de vins en espais singulars i muntanyes de la Costa Brava són algunes de les activitats que ofereix el festival per descobrir el vi i l'enoturisme en totes les seves modalitats d'una manera lúdica i divertida.

A més, aquest any posem en marxa un sistema de packs a la carta, que permet als usuaris combinar l'allotjament en un hotel o casa rural amb les activitats programades pel festival.

Aquesta primavera vine i viu el Vivid.

CONSULTA LA PROGRAMACIÓ COMPRA LA TEVA ENTRADA



PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA - Acta

Codi per a validació : 7M7Q-ILW8Q-5R8ZT  
Verificació : https://ssi4.ddgi.cat/verificador/ocuments/index.jsp?codigo\_emitted=6  
Aquesta és una còpia impresa del document electrònic referenciat : 148/160.



# COMUNICACIÓ/MAILING

Així mateix es va enviar una newsletter per informar sobre la cancel·lació de l'esdeveniment. S'havien preparat dues newsletters més per enviar durant les dues darreres setmanes del mes de març:

-Newsletter sobre la Marxa Popular a Garriguella adreçada als assistents de les primeres edicions de l'activitat.

-Newsletter 'Últime entrades' adreçada a tots els assistents de totes les edicions.



Hola

#### CANCEL·LACIÓ VIVID 2020

A causa de la situació provocada pel coronavirus i d'acord amb el que ordenen i recomanen les autoritats de la Generalitat de Catalunya, sentim comunicar-vos la cancel·lació del VIVID, el mes de l'enoturisme a la Costa Brava, previst per aquest mes d'abril.

A partir de dilluns es farà el retorn íntegre de l'import de les entrades comprades.

En funció del tipus de targeta usada (crèdit o debit) i en funció de la vostra entitat bancària, el retorn de l'import de les entrades és automàtic o es pot allargar unes setmanes. En cas que el dia 20 d'abril no se us hagin retornat els diners, si us plau, envieu un mail a [administr@produccions.com](mailto:administr@produccions.com) i us ajudarem a resoldre la incidència.

Moltes gràcies per la vostra comprensió.

L'equip del Festival VIVID



PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA - Acta

Codi per a validació : 7M7Q-ILW8Q-5R8ZT

Verificació : [https://ssl4.ddgi.cat/verificador/0documents/index.jsp?codigo\\_entidad=6](https://ssl4.ddgi.cat/verificador/0documents/index.jsp?codigo_entidad=6)

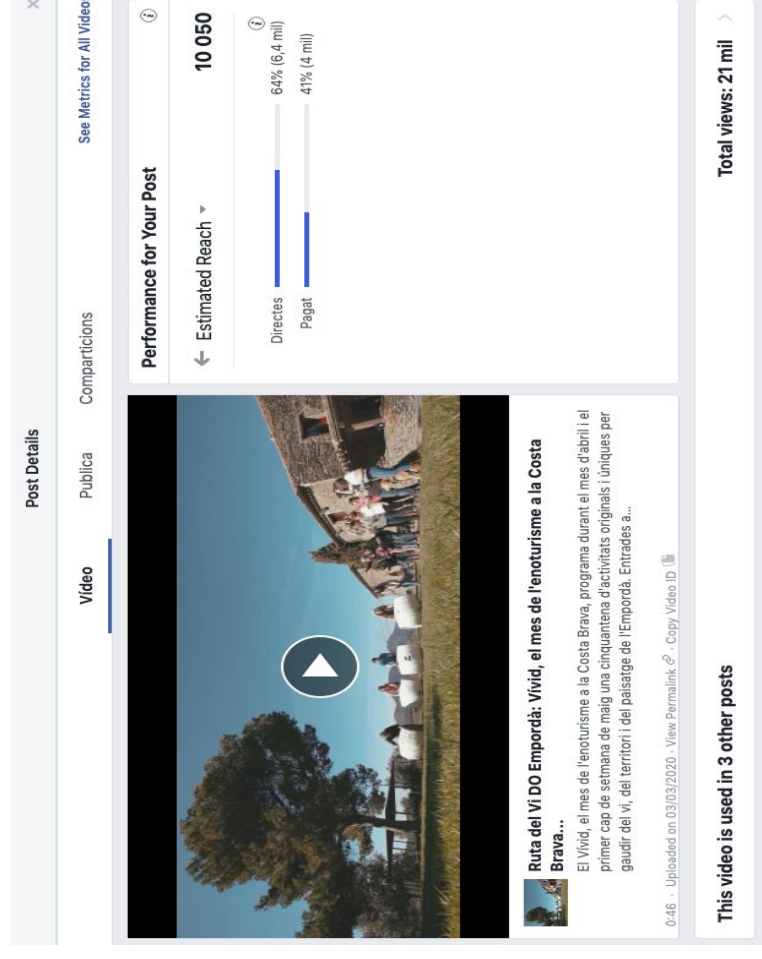
Aquesta és una còpia impresa del document electrònic referenciat : 149/160.

# COMUNICACIÓ/XARXES

Del 3 de maig i fins a l'anunci de la cancel·lació, **es va realitzar una campanya conjunta a les xarxes Facebook, Twitter i Instagram** per donar a conèixer l'oferta VÍVID.

Es va patrocinar el vídeo promocional del Vívid que en la primera setmana va assolir més de 21.000 visualitzacions. En el moment de la cancel·lació de l'esdeveniment, es va aturar la promoció.

Fins al dia de la cancel·lació, es van publicar una vintena d'impactes a cada xarxa per difondre les activitats del Vívid 2020.



# COMUNICACIÓ/XARXES

## FACEBOOK

### Abast publicacions i seguidors

Com és habitual cada any, les campanyes orgàniques i pagades a les xarxes (Facebook, Twitter i Instagram) van propiciar un augment considerable de l'abast de les publicacions. A partir del dia de l'anunci de les mesures de confinament, l'11 d'abril, l'abast es va reduir. La gràfica d'abast a Facebook és un bon exemple d'aquesta tendència.



## COMUNICACIÓ/SISTEMA DE VENDA

---

El dia de la presentació, el 3 de març, es va activar el sistema de venda online de totes les activitats a través de la plataforma Koobin. També es va activar el sistema venda online de packs a la carta que combinaven activitats i allotjament i que era una de les novetats introduïdes enguany. Aquesta millora no estava inclosa en el plec de condicions de l'adjudicació però respon a la voluntat de la direcció del Club de Màrqueting de la Ruta del Vi DO Empordà i de LINK PRODUCCIONS d'incorporar novetats que permetin millorar el resultat final de l'esdeveniment en cada edició.

# Koobin



## COMUNICACIÓ/SISTEMA DE VENDA

---

A causa de l'anul·lació del Vívid es va haver de fer el retorn dels imports de les 453 entrades venudes. El retorn dels diners es va fer el dia següent de l'anunci de la cancel·lació. Bona part de les entrades es van poder retornar de forma automàtica a través del mateix sistema de venda. En el cas dels extrems, com ara dinars o allotjaments, el sistema no permet el retorn automàtic i es va haver de contactar un per un amb cada client per demanar-li un número de compte corrent i poder-li fer el retorn. Es va contactar amb més d'una cinquantena de clients per poder fer l'operació. Així mateix es van atendre les peticions i dubtes generats per aquesta situació. A començament d'abril tots els imports de les entrades venudes s'havien retornat satisfactòriament.

# koobin







## CONCLUSIONS



## CONCLUSIONS

---

### Punts forts:

**Gran nombre d'entrades venudes.** A nivell de vendes, el VÍVID 2020 va registrar la millor arrencada de la seva història amb 453 entrades venudes només durant la primera setmana. Això implica un increment brutal de més del 400% respecte a la primera setmana de l'any anterior. Calculem que, com a mínim, abans de l'inici de l'esdeveniment, el 3 d'abril, s'haurien venut entre un 70 i un 80% de totes les entrades. I molt probablement, al final de l'esdeveniment, hauríem superat el 95% de les entrades venudes. Aquestes dades confirmen la consolidació de l'esdeveniment i la fidelització d'un públic que cada any espera el Vívid per participar-hi. Per primera vegada, abans de la presentació del Vívid, es van rebre multituds de mails demanant informació sobre la data de presentació del programa o d'activitats concretes. En resum, **la cancel·lació ha impedit celebrar la millor edició del Vívid.**

---



## CONCLUSIONS

---

### Punts forts:

**Un programa molt estructurat i amb moltes iniciatives originals i úniques.** Gràcies a la feina realitzada en les primeres sis edicions, el VÍVID ha aconseguit proposar enguany una programació molt estructurada i amb un munt de propostes originals i úniques. Els tastos amb personalitat, la Marxa Popular o els tastos de vins especials són les activitats amb més sortida i que esgoten més ràpidament les entrades. En canvi, algunes de les activitats d'enoturisme actiu (com l'enocaiac o les sortides en bicicleta) sembla que costen més de vendes de forma anticipada. En conjunt, durant la primera setmana, es van vendre entrades de 31 de les 45 activitats, una dada que demostra que la majoria de les activitats programades desperten un gran interès i arriben al seu públic potencial.

---





## CONCLUSIONS

---

### Punts forts:

**Desgeolocalització.** Després de diverses edicions i a petició de la majoria de membres, es va decidir no mantenir la geolocalització per caps de setmana, ja que es va entendre que les distàncies a l'Empordà són curtes i un mateix usuari podia fer una activitat al matí en un punt i a la tarda en un altre de les dues comarques. Tenint en compte l'excursionista resposta en la venda d'entrades i les previsions d'ocupació finals, és evident que la desgeolocalització no ha tingut un efecte negatiu, més aviat al contrari, ha permès proposar un programa per caps de setmana molt variat i ric que cobria tot el territori.

---



# CONCLUSIONS

---

## Punts a millorar:

### Iniciar abans la comunicació

Es proposar avançar una mica més la comunicació del Vívid amb un primer impacte a mitjans de febrer per informar sobre les dates de celebració de l'esdeveniment i sobre la localitat escollida per celebrar la Marxa Popular entre vinyes. Això generaria un nou impacte a premsa abans de la presentació, permetria iniciar abans la comunicació a xarxes i possibilitaria iniciar la venda d'aquesta activitat i la seva comunicació a la base de dades del Vívid i del Consell Regulador de la DO Empordà.



## CONCLUSIONS

---

### Punts a millorar:

#### Campanya de comunicació a Barcelona

Aquest any s'havia preparat una campanya específica de comunicació a Barcelona que contemplava realitzar el cap de setmana abans de l'inici del Vívud una o més activitats als establiments de Wine Palace de la ciutat. També s'havia previst, en les mateixes dates, contractar un espai informatiu patrocinat a un dels programes de ràdio de major audiència de Catalunya, com ara el 'Via Lliure' de RAC1 o 'El Suplement' de Catalunya Ràdio. Es proposa, de cares a l'any vinent, tornar a realitzar les gestions oportunes per organitzar aquesta campanya de ràdio prèvia a la celebració del Vívud.



## Més informació:

[www.linkproduccions.com](http://www.linkproduccions.com)  
[comunicacio@linkproduccions.com](mailto:comunicacio@linkproduccions.com)  
605 081 125

