



## PREGUNTES I RESPOSTES

### JORNADA INTERPIRINEUS 2020 – 12 de novembre

#### **Anonymous Attendee 10:45 AM**

Aquest sistema de recollida de dades és molt interessant, però valdria la pena parlar de 2019 respecte 2020 perquè puguem veure els canvis en el consum. Moltes gràcies

#### **Resposta**

L'extracció de dades en referència a l'estudi Big Data Orange és possible una vegada tancat l'any anterior. És a dir, durant 2019 es van poder analitzar les dades corresponents a 2018. En aquest cas, es va poder tenir accés a dades dels mesos de juny, juliol i agost 2018.

Una comparació entre 2019 i 2020 no està prevista

Cal tenir en compte que l'anàlisi de les dades obtingudes requereix de molts recursos, principalment temps, per tal d'extraure les conclusions més útils possibles.

La intenció del Programa Pirineus és poder analitzar una altra època de l'any, a poder ser hivern 2019 o inclús de 2018, per tal de poder comparar fluxos turístics entre diferents èpoques de l'any, principalment entre temporades altes d'estiu i d'hivern.

#### **Pepa 10:49 AM**

La manca de cobertura en moltes zones de Pirineu faria variar aquesta estadística?

#### **Resposta**

Orange disposa d'uns algorismes per a monitoritzar aquests buits (igual quan un dispositiu està apagat o en mode avió).

#### **Maria Faura i Pedrals - Turisme Cerdanya 10:54 AM**

On hem de dirigir les demandes de les dades per comarques?

#### **Resposta**

Les dades per comarca actualment corresponen a dades d'ocupació facilitades per l'INE i l'IDESCAT. Recordem que són dades de caràcter públic i es poden trobar actualitzades a

<http://empresa.gencat.cat/ca/departament/serveis/estudis-i-estadistiques/turisme/>



Cal tenir en compte que hi ha algunes comarques que poden aparèixer sense dades en alguns trimestres de l'any, es deu a que per diferents factors, no disposen d'una mostra suficientment representativa.

Per a dades d'anys anterior o altres peticions, podeu adreçar-vos al correu [info@visitpirineus.com](mailto:info@visitpirineus.com)

### **Norbert Bes 11:02 AM**

Llavors en el marc de la pandèmia, quins mercats prioritzeu?

#### **Resposta**

El Programa Pirineus treballa des de fa anys, mercats emissors de proximitat principalment, com són Espanya, França, Benelux, Regne Unit i Alemanya, sumant Israel, pel gran interès d'aquest mercat per la destinació Pirineus.

A partir d'aquí, tenint en compte la situació actual, a curt i mig termini les accions de promoció s'aniran recuperant i adaptant en funció de l'obertura de fronteres, recuperació de freqüències aèries, i d'altres factors. A llarg termini es podrien arribar a contemplar accions als mercats llunyanos detectats com a potencials en l'estudi de mercats potencials de Pirineus.

### **Iolanda 11:09 AM**

Bones, crec que seria molt important tenir aquestes dades per comarca i temporades tant pel que fa a ocupació com al flux vision, el més segmentades possible i també enfocades a certs recursos motors a més de les estacions d'esquí, seria possible? Com ho hem de fer? Quin cost pot tenir per cada comarca?

#### **Resposta**

Les dades d'ocupació per comarca són les facilitades per l'INE i l'IDESCAT. Recordem que són dades de caràcter públic i es poden trobar actualitzades a

<http://empresa.gencat.cat/ca/departament/serveis/estudis-i-estadistiques/turisme/>

Recordem que en cas que algunes comarques apareguin sense dades en alguns trimestres de l'any, es deu a que per diferents factors, no disposen d'una mostra suficientment representativa.

Pel que fa a l'estudi Flux Vision d'Orange, la intenció del Programa Pirineus és poder analitzar una altra època de l'any, a poder ser hivern 2019 o inclús de 2018, per tal de poder comparar fluxos turístics entre diferents èpoques d'un mateix any, principalment entre temporades altes d'estiu i d'hivern.

El cost d'una extracció de dades flux vision és molt elevat. Abans de decidir una 2a fase s'ha de estudiar molt bé si és útil disposar de dades per comarca. Com a prova pilot es va escollir Val d'Aran, però a hores d'ara encara s'està estudiant tipus i quantitat de dades que es poden extraure, per acabar de valorar sobretot, l'encaix amb els objectius del Programa Pirineus, donat que el que es busca és una lectura global per estudiar el comportament dels visitants en el conjunt de la destinació.



Per a dades d'anys anterior o altres peticions, podeu adreçar-vos al correu: [info@visitpirineus.com](mailto:info@visitpirineus.com)

**David 11:10 AM**

M'ha sobtat molt negativament el fet del poc posicionament i coneixement de Pirineus en quant a mercat internacional. Perquè el mercat israelià té alts nivells de concepció positiva global i la resta no. Dit d'una altra manera, cal reformular la feina en aquests mercats de l'administració pública?

**Resposta**

En general, amb l'estudi de potencialitat de mercats, així com amb d'altres indicadors, en els mercats emissors principals on el Programa Pirineus ha anat fent diferents accions de promoció els darrers anys, hi ha cert grau de coneixement de la destinació. Depèn de molts factors que aquest grau de coneixement sigui més o menys elevat. El que si podem concloure rotundament amb l'estudi de potencialitat de mercats és que és una destinació molt lligada a natura i activitats outdoor, i en canvi no és reconeguda pel seu component cultural.

Tenint en compte que aquesta connexió entre natura i cultura és un gran reclam i una de les principals potencialitats de Pirineus per a esdevenir una destinació diferenciada, des del Programa Pirineus es treballa per a posicionar l'oferta cultural en aquests mercats prioritaris, on els darrers anys s'havia incidit parlant sobretot del component de natura i muntanya.

Alguns exemples: la creació del catàleg específic "Pirineus – cultura" creat l'any 2019, així com la creació de continguts relacionats amb identitat i recursos culturals a través de la pagina web o xss, altres accions de comunicació amb prescriptors o campanyes de publicitat, on el component cultural és cada cop més present.

En el cas del mercat israelià, s'ha treballat igual com d'altres mercats emissors, però el retorn ha estat molt més satisfactori o evident, segurament relacionat amb la bona acollida arrel de la participació a la fira anual IMTM a Tel Aviv, amb estand de Pirineus de Catalunya, i a través de la qual s'han anat establint i reforçant molts contactes amb diferents operadors any rere any, alguns dels quals han estat convidats a participar en diferents viatges de familiarització.

De fet, a partir d'aquest bon grau de coneixement de la destinació en alguns mercats, es prioritzen diferents tipus d'acció com, en el cas d'Israel, una campanya a TV l'any 2019 o la traducció de continguts d'interès a l'hebreu.

**Roger Gras 11:49 AM**

Teniu pensat actualitzar la web visitpirineus? La base de dades de les empreses està molt obsoleta (algunes no existeixen i altres que fa anys que treballem no hi podem ser per la font d'on s'obtenen aquestes dades). Els filtres a més no funcionen! Gràcies per la feina! - Roger Gras  
Guia d'Aigüestortes - Vall de Boí



### **Resposta**

Actualment, el directori d'empreses del visitpirineus extreu la informació d'una BBDD la qual aglutina tots els registres d'empreses i activitats turístiques regulades i donades correctament d'alta als diferents organismes responsables.

Precisament per a 2021, l'actualització d'aquesta BBDD serà un projecte prioritari per a l'Agència Catalana de Turisme, de qui depèn aquesta BBDD actualment. Així mateix des del Programa Pirineus es treballa per millorar contínuament la web i el seu posicionament.

Qualsevol dubte al respecte, no dubteu en contactar a través del correu [info@visitpirineus.com](mailto:info@visitpirineus.com)

### **Trini Pià 11:53 AM**

El tram 1 del Grand Tour també arriba al Solsonès.

Correcte. Tant el tram 1 com el tram 5, també passen per punts corresponents a la Marca Turística Pirineus. Com es va explicar a la sessió d'eixos estratègics del Programa Pirineus, els trams 3 i 4 són destacats perquè abasteixen una major part del territori, però a partir d'aquí és tasca del Programa aprofitar la base del Grand Tour de Catalunya per a donar a conèixer Pirineus en aquest format de viatge. Per tant, no seran obviats altres punts corresponents a d'altres trams.

### **NouCamping 11:24 AM**

Bon dia! Sent Israel un dels països emissors més importants no seria convenient tenir la pàgina web en hebreu?

### **Resposta**

És una tasca en la que s'ha estat treballant en els últims 2 anys. No es tracta d'una simple traducció, sinó d'una adaptació d'aquells apartats del web que poden ser més interessants per al mercat Israelità. Tot just ara la versió final d'aquesta adaptació està sent revisada per una empresa especialitzada del propi mercat i tant bon punt estigui llesta serà publicada a la web.

### **Laia Andreu Pejoan 12:17 PM**

Hola! La pregunta seria pel Pepo Foz. Com heu aconseguit contactar amb les agències internacionals o fins i tot el client directament?

Per profunditzar una miqueta més, em refereixo si han fet posicionament online, si treballen B2B i han fet accions comercials directes?



## **Resposta**

És un mix de diferents accions. Hi haurà qui dedica molt de temps a millorar els seus serveis i en el cas d'Outdoor Adventour, s'han dedicat molts esforços a la tasca comercial per tal d'aconseguir contactes a través de la participació a fires, treballant el posicionament online, fent campanyes de mailings, etc fins a obrir algunes portes. El més important, però, és fer el seguiment. El fet d'obrir una porta significa l'oportunitat d'anar informant reiteradament a aquell agent que hagi mostrat cert interès, per tal de mantenir-lo al dia d'allò que pugui captar el seu interès. En ocasions entre que s'estableix contacte i es tanca una venda poden passar mesos i inclús anys.

## **Gemmag 12:37 PM**

Com poder vendre els campings als TTOO internacionals a través de les agències receptives, perquè costa moltíssim , tots volen hotels, o es que des d'aquí no se'ls hi ofereix altres alternatives d'allotjaments?

Les DMC també treballen amb càmpings. En el cas d'InterCerdanya es treballa amb càmpings i inclús hi ha algun que l'emplenen amb grups en certes temporades de l'any.

És important que els proveïdors (càmpings en aquest cas) estableixin una relació fluïda amb els DMCs locals per tal d'aconseguir arribar a TTOO internacionals.

## **Sònia O.T. La Pobla de Segur**

Bon dia, si ens podeu fer arribar aquesta presentació amb les dades turístiques ens serà de molta ajuda. Gràcies [turisme@lapobladesegur.cat](mailto:turisme@lapobladesegur.cat)

## **Resposta**

Podeu trobar totes les dades presentades a la Jornada Interpirineus 2020 en aquest mateix apartat professional del web [visitpirineus](http://visitpirineus.com).