

JUNTA DE GOVERN DE L'ADET

Lloc: Sala de Plens de l'Ajuntament de L'Escala

Data: 26 novembre de 2014

Hora d'inici: 20:05 h

Assitents:

Estanislau Puig i Artigas, Rafel López, Víctor Puga i López, Rafael Sabadi i Hereu, Xavier Ballesta i Ros i Mercedes García Trujillo en representació del sector públic.

Frederic Guirado i Ballester, Marta Santalla i Caballé, Martí Callol i Calm en representació del sector privat.

Jordi Jacas i Sergi López, nous convidats a ser membres de la junta.

Carme Formatjé i Rodellas, equip tècnic i administratiu de l'ADET.

Ordre del dia:

- 1- Benvinguda i inici de la reunió.
- 2- Aprovació de l'acta de la sessió del dia 22 de maig de 2014.
- 3- Informe de Gestió i estat de desenvolupament dels projectes exposats en juntes precedents.
- 5- Estratègies de treball de l'Agència de Desenvolupament Econòmic i Turístic (ADET)
- 6- Balanç de la temporada d'estiu i evolució estadística del fluxe de visitants a l'Oficina de Turisme
- 7- Valoració d'una iniciativa empresarial que ha sol·licitat accés al Viver d'Empreses.
- 8- Precs i preguntes.

Desenvolupament de la sessió:

Presideix el senyor Estanislau Puig i Artigas, Alcalde de l'Ajuntament de l'Escala i president de l'ADET, assistit en funcions delegades de secretaria per Maria Buxó i Castañer.

1- BENVINGUDA I INICI DE LA REUNIÓ

El Senyor Estanislau Puig i Artigas comenta que la reunió inicia el mandat 2011-2015. Dóna la benvinguda als nous regidors i empresaris i els agraeix la participació.

2- APROVACIÓ DE L'ACTA DE LA SESSIÓ DEL DIA 22 DE MAIG DE 2014.

Es dóna lectura a l'esborrany de l'acta de la sessió anterior que, en haver estat lliurada als

membres de la Junta, resulta aprovada sense cap esmena.

3- INFORME DE GESTIÓ I ESTAT DE DESENVOLUPAMENT DELS PROJECTES EXPOSATS EN JUNTES PRECEDENTS.

Es realitza una lectura a l'informe de gestió i no hi ha esmenes al respecte

5- ESTRATÈGIES DE TREBALL DE L'AGÈNCIA DE DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC I TURÍSTIC (ADET)

Estanislau Puig i Artigas, alcalde de l'Escala i president de l'ADET, comenta la transformació del Patronat de Turisme en Agència de Desenvolupament Econòmic i Turístic, fet que ha possibilitat la participació del sector empresarial en el lideratge de les polítiques de promoció econòmica i turisme. Subratlla que s'inicia ara una nova etapa en el que s'espera que l'ADET actui com a motor de noves propostes i projectes. Proposa la realització de diferents converces amb experts del sector i que aquests presentin les darreres tendències del sector i noves iniciatives d'interès. Destaca alguns noms com Martí Sabrià i José Antonio Donaire. Comenta que caldria articular l'oferta de manera conjunta (paquets turístics) que poguem comercialitzar i promocionar directament i evocar esforços en dos o tres grans esdeveniments que ens diferenciïn com a municipi, com ara el Mundial de Vela, la Marató d'empúries i realitzar diferents iniciatives de treball a l'entorn d'aquests esdeveniments.

Rafael Sabadí, representant de Convergència i Unió, comenta que l'ajuntament ha de proporcionar infraestructures i personal per a la realització de projectes però que són els empresaris del sector els que han de plantejar noves idees de treball i participar en el pressupost. Comenta que cal treballar en activitats que ens diferenciïn d'altres municipis, com es va fer amb la Beca Internacional Ferran Adrià.

Mercedes Garcia destaca que cal incentivar el turisme nacional a través de fires i estudiar amb deteniment a quines fires cal ser present.

Xavier Ballesta suggereix que la possibilitat d'escoltar a experts del sector turístic serà un bon instrument per treballar noves idees i propostes. Destaca que l'oferta actual és molt diversificada i que caldria que diferents sectors treballin junts per a poder fer paquets turístics interessants.

Frederic Guirado i altres representants veuen com a molt positiva la idea de parlar amb experts del sector turístic. Frederic Guirado destaca que la promoció i difusió és una part molt important de les activitats i que cal que qualsevol activitat tingui una part pressupostada per a la difusió. Així per exemple, les Jornades Gastronòmiques del Suquet han vist molt reduïda la inversió en publicitat i aquest fet a repercutit en una davallada molt important en la sortida de menús.

Jordi Jacas diu que cal valorar l'impacte econòmic de cada actuació i invertir els diners en activitats que tinguin una gran repercussió. Tipus Press Trip i viatges de familiarització ja que l'impacte és molt més directe en aquest tipus d'accions.

Rafael Sabadí, pel que fa a les Jornades Gastronòmiques, destaca els elevats preus dels menús que s'oferien, que ho convertien en unes jornades molt poc populars. Comenta que la reducció en el pressupost de promoció té grans conseqüències i que una possibilitat seria demanar la col·laboració econòmica dels participants.

Frederic Guirado comenta que les grans rutes de senderisme o cicloturístiques no tenen parada al municipi. Caldria que aquestes rutes incloguessin un element gastronòmic al municipi. Cal treballar conjuntament amb el sector gastronòmic i d'activitats del municipi i coordinar-ho amb vies verdes i touoperadors especialitzats en cicloturisme per tal de poder fer ofertes conjuntes i que aquesta proposta potser es podria encaminar a través del Patronat de Turisme.

Martí Callol ressalta la importància de la publicitat a les entrades del municipi i que les activitats s'hi haurien d'anunciar amb molta anticipació. S'està treballant en un nou projecte de senyalització a l'entrada del municipi i caldria definir entre tots les activitats més rellevants i que s'anunciessin durant tot l'any.

Víctor Puga comenta que s'ha instal·lat un cartell al carrer Puig i Cadafalch on s'anuncia les activitats de manera semestral.

Xavier Ballesta afageix que un bon element per a promocionar els actes són les bandaroles dins el municipi.

Jordi Jacas comenta que el model de turisme que tenim és un model diferent a la resta de la Costa Brava perquè és un model de segones residències. Els experts moltes vegades tenen de referent un model unitari, que no és el nostre, i que poden aportar poques idees útils pel nostre municipi. El que és realment important és la comunicació, la promoció dels actes. El pressupost del 2012 en la partida de campanyes de promoció en premsa, radio i televisió, ha previst poder destacar 5 accions al llarg de l'any que s'han de decidir conjuntament.

Estanislau Puig i Artigas finalitza el debat conclouent que hi ha cert acord en la possibilitat de treballar amb experts, que caldrà buscar dos o tres esdeveniments on dedicar els esforços de l'agència i que cal analitzar com enfoquem lo de la promoció, comptant que s'instal·larà una pantalla digital, que a les entrades s'instal·larà un nou suport i que cal tenir en compte les xarxes socials.

6- BALANÇ DE LA TEMPORADA D'ESTIU I EVOLUCIÓ ESTADÍSTICA DEL FLUXE DE VISITANTS A L'OFICINA DE TURISME

Carme Formatjé explica els resultats de la temporada 2013 en la que el nombre d'usuaris ha variat molt dependent de l'oficina de turisme. L'oficina central, cada vegada es posiciona més com una empresa de serveis de venda d'entrades i concerts, així com de bitllets de Sarfa i malgrat haver enregistrat una disminució d'usuaris en un 1,34%. És l'oficina on les consultes requereixen una major dedicació en quan a desposta.

Per altra banda el mal temps del mes de juliol, propicia que l'oficina de riells augmenti el nombre d'usuaris en un 12,41% i la de l'entrada nord en un 12,53%.

Tot i això el balanç és positiu en el seu conjunt arribant a 28776 usuaris els mesos de juliol i agost a les oficines de turisme, representant un augment del 3,51% en total.

El nombre de consultes ha augmentat en un 5,40% global. L'increment més important el veiem a l'oficina de l'entrada nord i durant el mes de juliol on l'augment va estar del 20,18%, seguida de l'oficina de Riells en un 16,54%. Aquest increment és degut al mal temps del juliol que va fer que els turistes i visitants de la zona turística de Riells, s'interessessin més pel que es podia visitar a l'Escala i al seu entorn. L'oficina de l'entrada nord on l'increment ha estat històric degut al fluxe de visitants provinents dels càmpings de Sant Pere Pescador que s'interessaven pel que es podia visitar a l'Escala i sobretot per rutes a fer a peu i en bicicleta.

Pel conjunt de les tres oficines i per juliol i agost conjuntament, la procedència dels usuaris és sobretot francesos (46,7%), en les oficines de Riells i l'entrada seguida de la catalans (28,9%), espanyola en tercer lloc (7%) i Països Baixos i regne Unit en quart lloc (5,7%). Sembla que hi ha una lleugera recuperació del mercat britànic respecte a la temporada passada. A l'oficina central a diferència de la resta el major nombre d'usuaris són Catalans en un 47,1% i seguit dels francesos en un 27%

Pel que fa a la informació sol·licitada, és la informació sobre activitats a fer al municipi i visites al museu d'Empúries i de l'Anxova i la Sal, seguit de les rutes que es poden fer al municipi i al seu entorn tant a peu com en bicicleta, que passa del 2,7% de l'any 2013 al 5,8% de mitjana al 2014

En total les oficines de turisme els mesos de juliol i agost han atès 53863 consultes, fet que representa un 5,40% més respecte al mateix període del 2013.

Aquestes dades confirmen la bona atenció que es presta des del servei d'informació turística de l'Escala i que el sistema de treball premiat amb la Q turística està perfectament implantat.

Jordi Jacas proposa la possibilitat de liderar de manera directe un fam trip i Estanislau Puig i Artigas comenta que aquest pot ser un dels grans objectius del 2015.

Carme Formatje planteja que el model de fires potser no és el millor instrument per a ser present als mercats emissors, ja que l'oferta queda diluïda. Cal estudiar la possibilitat de ser-hi present d'altres maneres. Afageix que el mes de setembre hem tingut un 4,5% més de visitants que el 2013 i que la festa de la Sal ha funcional molt bé.

7- VALORACIÓ D'UNA INICIATIVA EMPRESARIAL QUE HA SOL·LICITAT ACCÉS AL VIVER D'EMPRESSES.

Carme formatjé exposa que al viver hi ha hagut 4 peticions d'ocupació al viver i que només una ha acabat implantant-se que és la Mònica Torres com a corredora d'Assegurances

8- PRECS I PREGUNTES.

Frederic Guirado comenta que caldria fer un estudi dels establiments comercials existents, per conèixer els sectors que no hi són presents i així poder incentivar l'obertura de negocis en aquests sectors.

Víctor Puga comenta que el mes de desembre s'aprovarà el pressupost de l'ADET i que seria bo fer una reunió a finals de novembre per a poder discutir els pressupost entre els membres de l'ADET.

S'aixeca la sessió, essent les 21 hores.