

20 22



MEMÒRIA ANUAL
L'AMETLLA DE MAR TURISME

SUMARI

1

INTRODUCCIÓ.

2022. El Turisme es recupera i supera les previsions.

2

Informació i atenció turística.

5

Ocupació turística.

10

Promocions online: web, blog, analítica web, Instagram, Facebook.

18

Visites guiades a les fortificacions i les passejades històriques.

22

Novetats 2022: nova web i nova app de Turisme de l'Ametlla de Mar.

24

Promocions offline: mitjans de comunicació. fires, fam trips, press trips, rodages.

27

Conveni amb Nàutic Parc Costa Daurada i Terres de l'Ebre.

29

Accions amb l'Agència Catalana de Turisme: marca Viles Marineres i el Grand Tour de Catalunya.

33

Accions amb el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona a les Terres de l'Ebre: Viles marineres i còrner de comunicació.

39

Accions "AMETLLADEMAREXPERIENCE". Promoció de les activitats turístiques.

41

Accions "AMETLLADEMARGASTRONOMY". Promoció de la gastronomia local.

49

Accions "AMETLLADEMARSHOPPING". Promoció i suport al comerç local.

58

Tasques i accions diverses: Concurs de Fotografia de les Terres de l'Ebre, Catifes de Corpus, Mercat d'Escapades, Banderes blaves i verdes, formació i convenis, etc..

1-INTRODUCCIÓ.

2022, EL TURISME ES RECUPERA I SUPERA LES PREVISIONS.

En un principi, les previsions per al 2022 indicaven una possible millora en la situació pandèmica i una tornada progressiva a la normalitat (sempre i quan noves variants ho permetessin).

Taquem l'any 2022, i és moment de fer balanç, un any en el que el sector turístic aconsegueix la recuperació total després de la pandèmia. La fortalesa de la demanda, sobretot del turisme de proximitat i la recuperació consolidada del turisme internacional han vençut les incerteses generades per la inflació. La temuda parada per la crisi energètica i la guerra a Ucraïna han permès al sector aconseguir uns nivells d'activitat millors que els anys previs a la pandèmia.

El turisme es confirma, de nou com el gran motor econòmic del nostre municipi. A nivells estatals eleva el PIB fins al 12.2%.

El negoci generat pels propis turistes de proximitat, que han intensificat els seus viatges domèstics en els últims anys per efecte de la pandèmia, han sigut el principal suport de la recuperació aconseguida el 2022. La reactivació de la demanda dels viatgers internacionals no ha sigut total, però sí ha millorat i no ens ha fallat el sempre fidel turisme francès.

BONES PREVISIONS PEL 2023

Les previsions de cara a la temporada turística 2023 són molt bones, almenys s'espera igualar la bona ocupació del 2022. Malgrat la incertesa sobre l'evolució de la demanda, per la pujada de preus i tipus d'interès, i una eventual parada en el consum pels riscos econòmics

El sector turístic però, haurà de fer front a riscos que s'emmarquen en un context de regionalització de les cadenes de valor globals, la polarització entre regions mundials, l'emergència climàtica i la guerra a Ucraïna. Esperem que la nostra destinació no es vegi molt afectada per aquests riscos.

2-INFORMACIÓ I ATENCIÓ TURÍSTICA.

L'ANY 2023 S'HAN OBERT AL PÚBLIC 4 PUNTS D'INFORMACIÓ I D'ATENCIÓ TURÍSTICA.

L'OFICINA DE TURISME del Parc del Bon Repòs i 3 PUNTS D'INFORMACIÓ TURÍSTICA els mesos de juliol i agost: un al Centre d'Interpretació de la Pesca (que acollia l'exposició de les fotografies premiades i finalistes del XXII Concurs de fotografia de les Terres de l'Ebre), un al centre comercial de Les 3 Cales i un altre a l'entrada de Calafat.

L'any 2022 van ser ateses un total de 24.150 persones a les 4 Oficines d'informació turística (un 5% més que l'any anterior).

PROCEDÈNCIA

Les dades de la procedència dels visitants a l'Oficina de Turisme durant el 2022 reflecteixen una lleugera tendència a l'alça del turisme internacional tornant als nivells d'abans de la pandèmia.

PROCEDÈNCIA TURISME NACIONAL (CATALUNYA + ESPANYA) : 64%
PROCEDÈNCIA TURISME INTERNACIONAL : 36%

PROCEDÈNCIA DELS VISITANTS ALS PUNTS D'INFORMACIÓ TURÍSTICA:

CATALUNYA: 47% (+1%)
ESPANYA: 18,4% (-1,8%)
FRANÇA: 22,5% (+4%)
REGNE UNIT: 3% (+1,5%)
ALEMANYA: 3% (+1%)
SUÏSSA: 2% (+1)
BÈLGICA: 1,5% (+0,5%)
ITÀLIA: 0,6% (+0,3%)
HOLANDA: 1% (+0,5%)
RESTA DE PAÏSOS 1% (-0,4%)



3-INFORMACIÓ I ATENCIÓ TURÍSTICA.



Els punts d'informació turística a les urbanitzacions ja estan en funcionament



Des de la setmana passada, diversos taulells situats a les urbanitzacions de Les Tres Cales i Calafat presten el servei d'informació turística. Aquests dos punts faciliten, als usuaris d'aquestes zones, informació relativa als actius turístics del municipi, i alhora reforcen els punts que hi ha situats al nucli urbà, que són l'Oficina de Turisme i el Centre d'Interpretació de la Pesca.

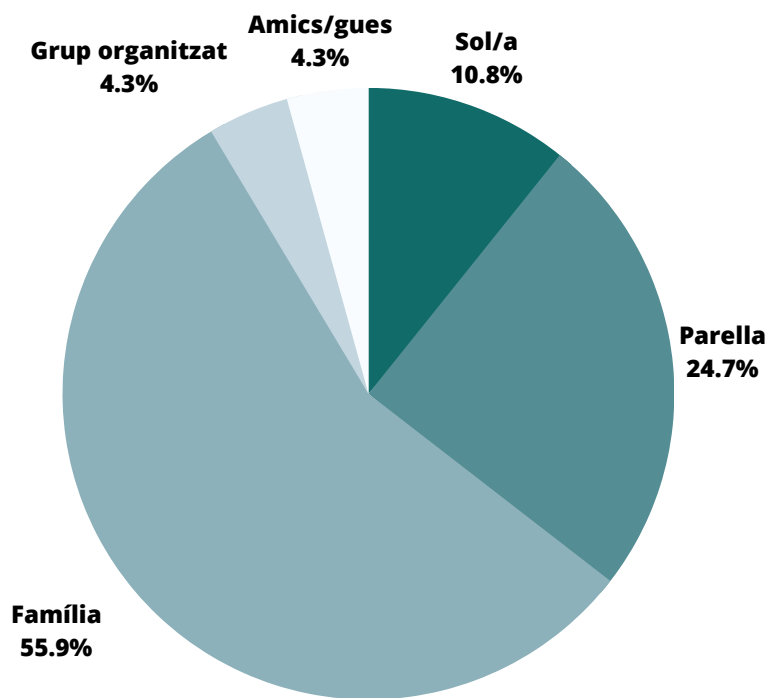
Des de fa cinc anys, l'Ajuntament ofereix aquest servei dirigit sobretot al turisme d'aquestes urbanitzacions. Els punts estan situats en casetes de fusta a les zones comercials. Així s'ofereix informació sobre els llocs per visitar o els actes programats. La regidora de Turisme, Maitte Boquera, comenta que *«ja estan oberts aquests punts que ofereixen informació turística i municipal»*.

Els punts de Les Tres Cales i Calafat tenen un horari de 10 a 13 h al matí i de 17.30 h a 20.30 h, de dilluns a diumenge excepte els dimecres, quan només s'obren de matí. Pel que fa al Centre d'Interpretació de la Pesca fa aquest mateix horari en dos torns cada dia de la setmana.

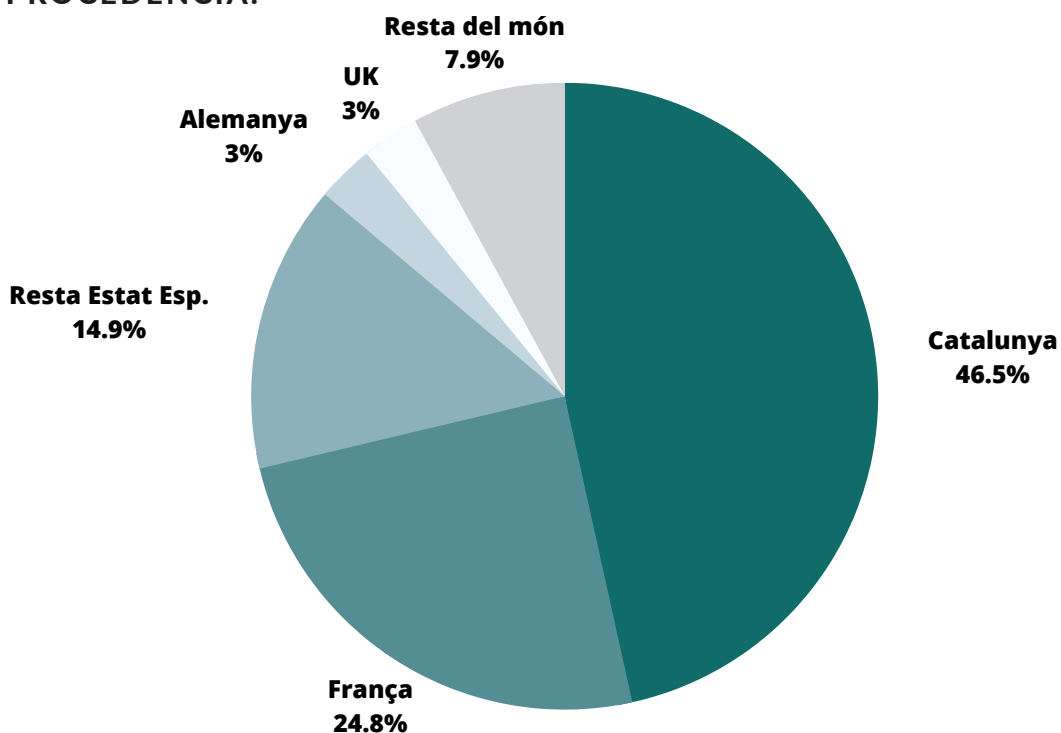
Al CIP, recordem que també es pot veure l'exposició de vaixells enfonsats al golf de Sant Jordi i l'exposició del concurs de fotografia de les Terres de l'Ebre. I a partir del pròxim dilluns, l'exposició de pintura de Canducha Astorga.

4-INFORMACIÓ I ATENCIÓ TURÍSTICA.

AMB QUI VIATGEU?



PROCEDÈNCIA.



5-OCUPACIÓ TURÍSTICA.

L'ocupació turística a la nostra població va començar amb molt bones dades per Setmana Santa, continuant la tendència a l'alça durant la resta de la primavera, de l'estiu i part de la tardor. Tenint en compte que ja veníem d'una molt bona temporada l'any anterior 2021.

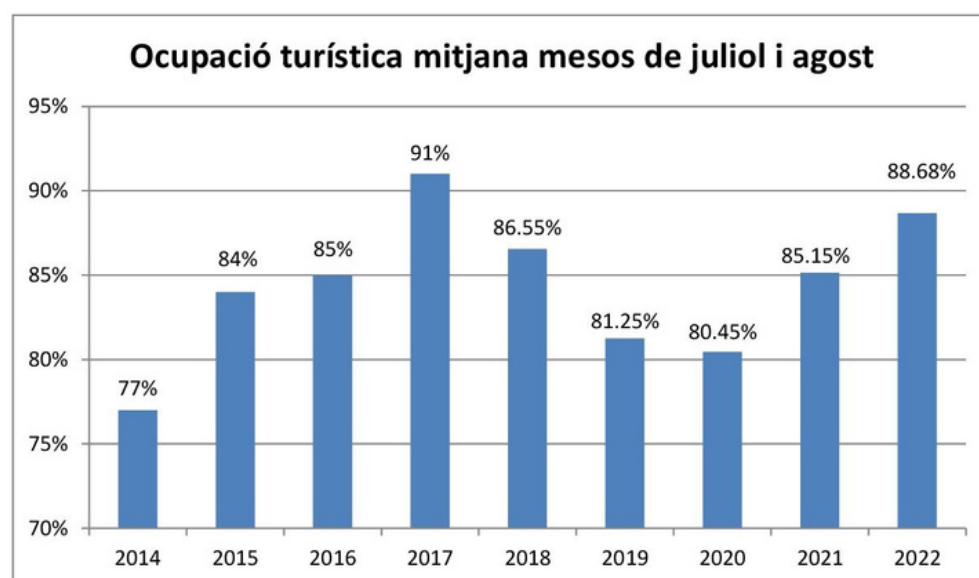
El juliol va suposar un augment del 4,6% respecte el 2021, i el mes d'agost va superar en un 2% l'any anterior, apropant-nos a l'ocupació plena la primera quinzena d'aquest mes.

OCUPACIÓ JULIOL: Hotels 92%, càmpings 60% i habitatges d'ús turístic 90% = 80,66%

OCUPACIÓ AGOST: Hotels 98%, càmpings 90% i habitatges d'ús turístic 95% = 94,3%

L'ocupació mitjana dels mesos de juliol i agost va suposar un 88,68% (85,15% el 2021).

La bona climatologia van permetre desestacionalitzar la temporada amb una bona ocupació tant al setembre com a l'octubre, principalment els caps de setmana.



6-OCUPACIÓ TURÍSTICA.

El sector turístic calero celebra l'alta ocupació per Setmana Santa



El bon temps ha confirmat la previsió de més del 80% d'ocupació turística als dies de Setmana Santa al municipi. De fet, els diferents establiments turístics que han obert aquests dies, com hotels o càmpings, han superat el llindar del 90%, arribant al 95%.

La regidora de Turisme, Maite Boquera, ha celebrat les xifres i ha apuntat que *«és pronòstic d'una bona temporada d'estiu»*.

7-OCUPACIÓ TURÍSTICA.

L'ocupació turística arriba al 95% per St Joan

L'ocupació turística al municipi durant el pont de Sant Joan ha sigut del 95%. Els tres dies festius han propiciat que alguns serveis d'allotjament, com hotels o lloguers de cases, xalets i apartaments, hagin aconseguit la plena ocupació o s'hi hagin apropiat molt.

El sector valora el cap de setmana com a molt bo i asseguren que aquest pont ha estat comparable als caps de setmana forts d'agost.

Maite Boquera, regidora de Turisme, celebra les dades i preveu que les reserves per juliol i agost augmentin en les pròximes setmanes.

8-OCUPACIÓ TURÍSTICA.

La Cala registra un augment d'ocupació turística de prop d'un 5 % respecte al juliol de l'any passat



Aquest mes de juliol, la mitjana de l'ocupació turística a l'Ametlla de Mar ha arribat fins a un 80,6%, confirmant així la tendència d'una certa tornada a la normalitat. Els hotels, càmpings i habitatges turístics remunten després dels últims anys i se situen en els nivells de prepanedèmia.

Segons les dades de l'Àrea Municipal de Turisme facilitades pels diferents establiments d'allotjament turístic del municipi, la mitjana d'ocupació turística aquest mes de juliol ha estat molt positiva, augmentant un 4,6% en comparació al mateix mes de l'any anterior.

L'ocupació ha augmentat sobretot durant els caps de setmana, sent els establiments hotelers els que més pernотacions han registrat. De fet, aquests han arribat fins al 92% del seu total, mentre que el juliol de 2021 la xifra es va quedar en el 85%.

Pel que fa als allotjaments turístics, han arribat a una xifra del 90%, fet que suposa un augment del 3% respecte a l'any passat. I els càmpings han registrat un 60% d'ocupació, un 4% més que el juliol de 2021.

Les previsions per aquest mes d'agost també són positives. Es preveu que l'ocupació pugi un 15% respecte al juliol i se situï en un 95%, com l'any anterior.

L'Ametlla de Mar frega la plena ocupació turística al mes d'agost



El bon temps ha marcat la temporada turística 2022.

L'ocupació ha estat d'un 96,7 %, un 2,4 % més respecte al mateix mes de l'any passat.

Segons la informació recollida per l'Àrea Municipal de Turisme i proporcionada pels diferents establiments turístics del municipi, l'ocupació mitjana del mes d'agost ha estat d'un 96,7%, fet que suposa una pujada del 2,4% respecte al mateix període de l'any 2021 i un 4,2 % més que l'agost de 2019, superant així les xifres de prepanedèmia.

La Cala ha fregat gairebé l'aforament complet al mes d'agost als diferents establiments turístics. Els hotels han tingut una ocupació del 98% i els lloguers d'habitatges turístics un 98,5%, el que significa una pujada del 0,5% respecte a l'agost de 2021 i dels lloguers d'ús turístics un 1,5%.

Pel que fa als càmpings, la mitjana de reserves ha estat d'un 93,7%, entre el 92,4% en parcel·les d'acampada i un

95% en bungalows. Això suposa un especial interès per fer estada en bungalows, que ha augmentat un 5% respecte a l'agost de l'any passat i una disminució en les zones d'acampada d'un 6,4%.

La regidora de turisme, Maite Boquera, valora molt positivament les dades d'aquest agost i apunta que «*tot i que encara no tenim xifres exactes del tipus de turisme que ens ha visitat, s'ha notat molta presència de turisme estranger, recuperant així el turisme francès molt usual abans de la pandèmia i que enguany, amb la tornada a la normalitat, ha pogut tornar a venir*».

Pel que fa al mes de setembre, es preveu una ocupació del 80% els caps de setmana i entre setmana d'un 45%, sense tenir en compte les reserves que es fan a última hora ni tampoc les condicions meteorològiques.

9-OCUPACIÓ TURÍSTICA.

Butlletí Setmanal n. 411 / 4 de novembre de 2022
L'Ametlla de Mar

f t @lacalartv
#lacalartv #ametllademar

Quatre
Cantons

LA NOTÍCIA DE LA SETMANA

L'Ametlla de Mar tanca el pont de Tots Sants amb ocupacions de prop del 70 %



L'Ametlla de Mar en vista d'ocell.

Els actius turístics del municipi s'han vist força concorreguts de públic durant tots aquests dies de pont.

L'ocupació turística durant els dies del pont de Tots Sants, és a dir, des del dissabte dia 29 d'octubre al dilluns dia 1 de novembre, ha estat del 68%. Tal com ha destacat l'Àrea Municipal de Turisme, unes dades positives i afavorides per la bona climatologia.

Després de viure un dels últims estius amb més turisme a l'Ametlla de Mar, registrant un 88,6 % de mitjana entre juliol i agost, sembla que les xifres continuen sent

positives i els visitants continuen tenint la Cala com a destí prioritari per desconectar de la rutina.

Segons les dades proporcionades per l'Àrea Municipal de Turisme, durant aquest pont de Tots Sants, els hotels de la població, -tenint en compte que n'hi havia un de tancat-, han tingut una ocupació del 83%. Pel que fa als càmpings, la mitjana de reserves ha estat d'un 49%, entre el 23% en parcel·les d'acampada i un 75% en bungalows.

I quant als apartaments d'ús turístic, les xifres són més aleatòries, ja que en comparació amb l'estiu, ha disminuït l'oferta d'habitats. Tot i això, en zones com Calafat, han registrat ocupacions del 90%.

Des de l'Àrea Municipal de Turisme valoren positivament aquests dies festius i es continua treballant per desestacionalitzar la temporada amb la mirada posada a Nadal.



10-PROMOCIONS ONLINE: ANALÍTICA WEB TURISME.

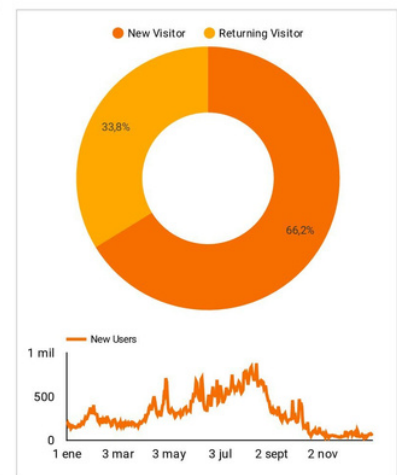
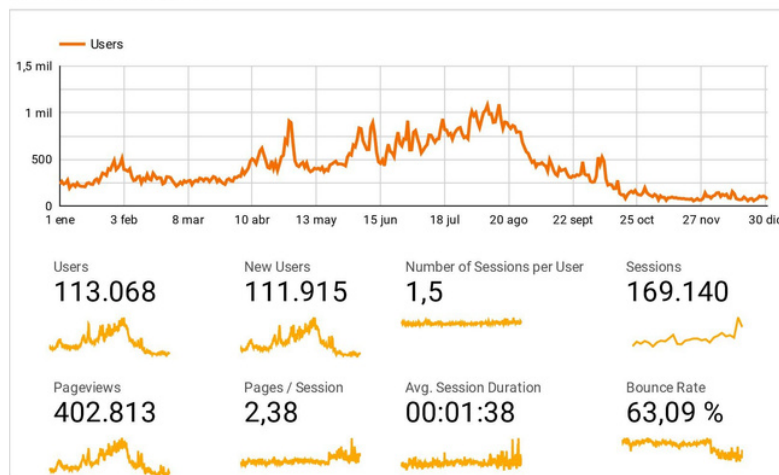
VISITES A LA PÀGINA WEB: 402.813

NÚMERO D'USUARIS: 113.068

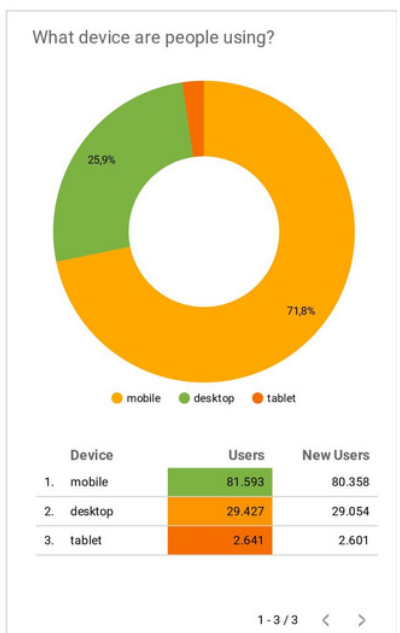
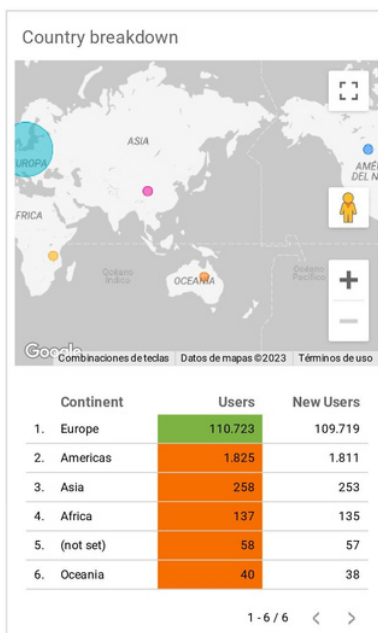
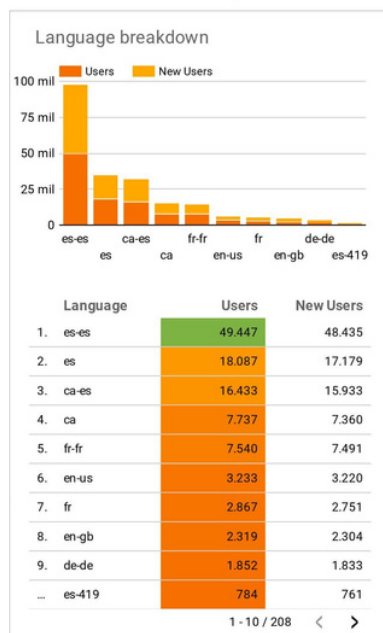
Google Analytics Audience Overview

Continent Region Channel Device 1 ene 2022 - 31 dic 2022

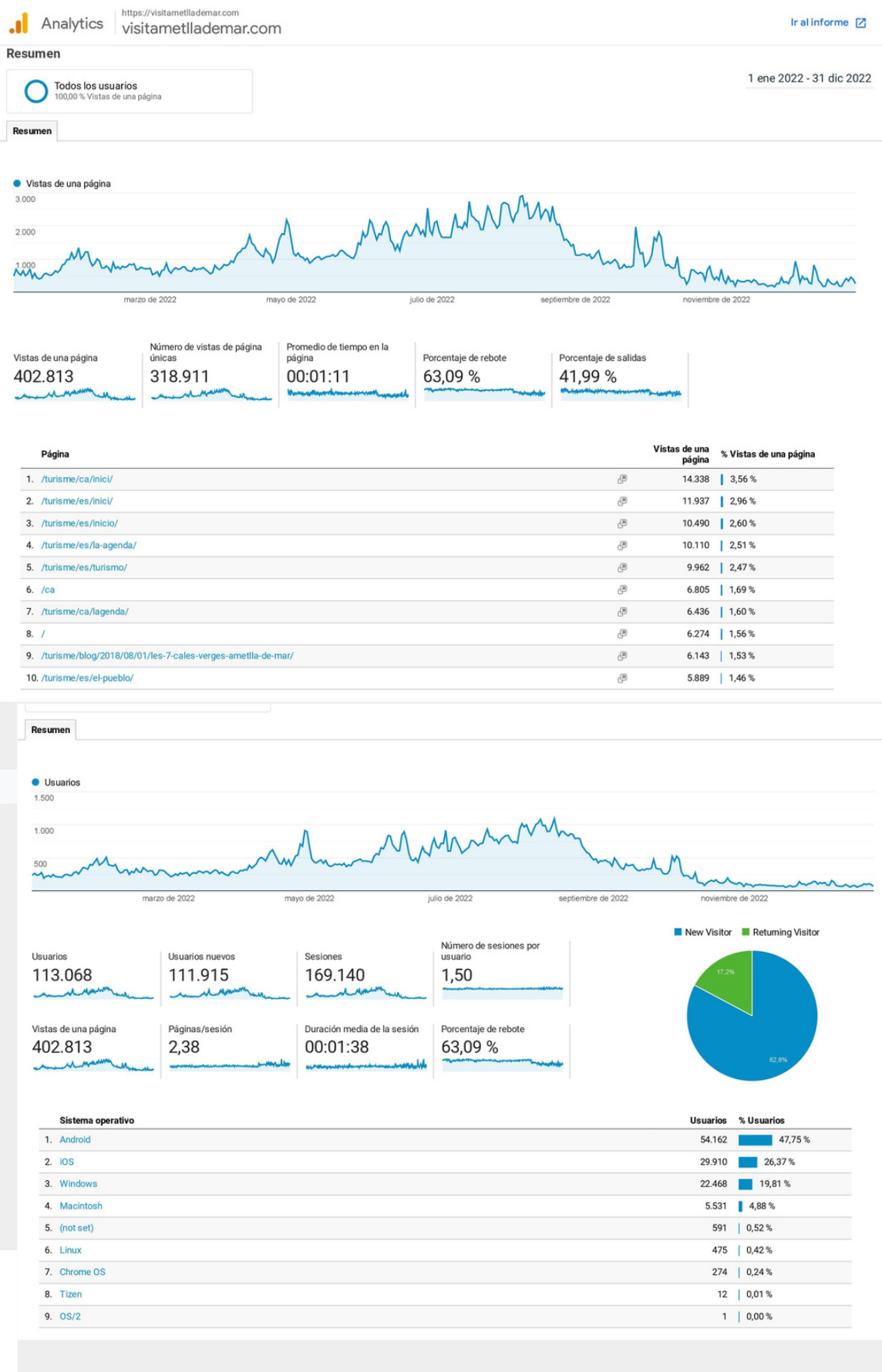
Your audience at a glance



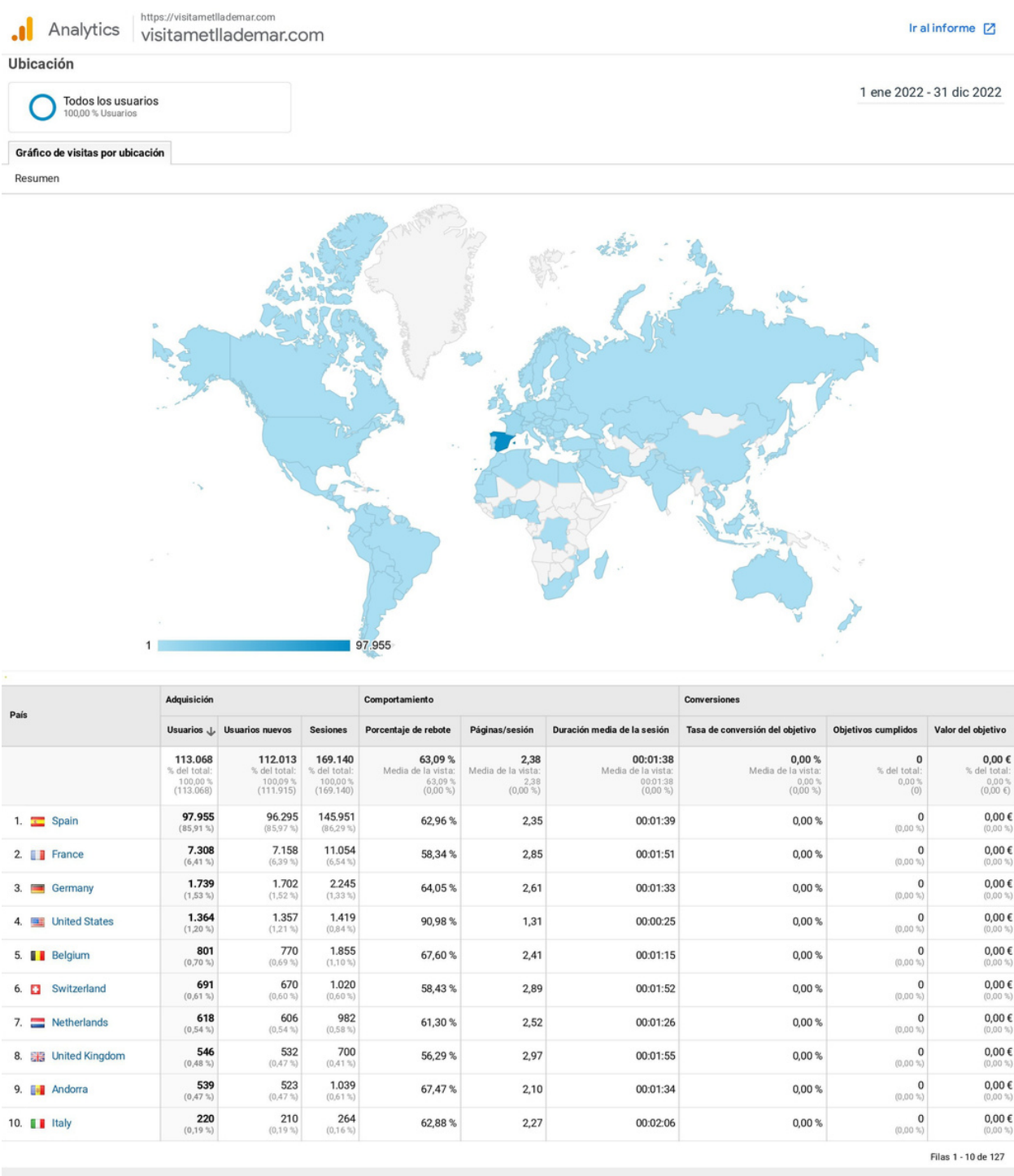
Let's learn a bit more about your users!



11-PROMOCIONS ONLINE: ANALÍTICA WEB TURISME.



12-PROMOCIONS ONLINE: ANALÍTICA WEB TURISME.



13-PROMOCIONS ONLINE: XARXES SOCIALS: INSTAGRAM.

L'AMETLLA DE MAR CONSERVA EL SEGON LLOC AL RÀNQUING DE LES DESTINACIONS CATALANES A INSTAGRAM (segons estudi d'APTALC desembre 2022).

Promoció turística a les xarxes socials.

En els últims anys s'ha donat un salt molt important en l'ús de les xarxes socials en les DMO's (Destination Management Organisations, és a dir les Oficines de Turisme en la seva definició més àmplia); passant d'una presència testimonial poc activa en tot just una o dues plataformes (Facebook i Instagram principalment) gestionades directament amb personal de la mateixa Oficina de Turisme, a externalitzar el servei de Community Manager i passar tenir una presència més activa en tres o més xarxes socials (Facebook, Instagram, Twitter, etc...)

Això ens demostra la importància que ha passat a tenir el Social Media com a mitjà de promoció turística a causa de la gran acollida que han generat a nivell mundial les xarxes socials amb milions i milions d'usuaris connectats cada dia. Ningú consumeix alguna cosa que no coneix, per això s'ha tornat indispensable donar a conèixer els atractius i serveis turístics al major nombre de persones, usant els mitjans idonis per a comunicar aquesta informació de forma eficaç i directa perquè desperti l'interès de turistes potencials. És a dir, ser visibles allà on està la gent.

El rànkning.

Coincidint amb aquestes dates, i com cada any, l'Associació de Professionals de Turisme de l'Administració Local a Catalunya (APTALC) ha fet una anàlisi de la presència de les marques turístiques catalanes a Instagram.

De la utilitat turística d'Instagram no hi ha cap dubte: es generen milers d'imatges que projecten aspectes positius del territori i que es poden utilitzar per a promocionar-lo, genera autoestima entre els ciutadans propis, informa, motiva i inspira futurs visitants, posiciona les destinacions en l'imaginari col·lectiu, i un llarg etcètera d'aspectes que els gestors cal que valorin. Instagram s'ha convertit en la xarxa social turística per excel·lència.

Aquesta llista s'ha elaborat en base només als comptes oficials de les destinacions, és a dir, els que corresponen als organismes encarregats de la gestió turística del territori (sigui en l'àmbit administratiu que sigui i es gestionin directament o a través d'un servei extern).

S'han tingut en compte el nombre de seguidors (followers) i no altres aspectes com són el nombre de fotografies penjades per cada organisme o el nombre de fotografies etiquetades amb una determinada etiqueta (hashtag).

Encapçala el rànkning el compte de Turisme de Barcelona amb 437.00 seguidors, per segon any consecutiu **el compte de l'Ametlla de Mar Turisme conserva el segon amb 42.800**, i en tercer lloc ens trobem el compte de Tarragona Turisme amb 39.100. Completen el TOP5 Girona amb 30.000 i Salou amb 22.450 seguidors.

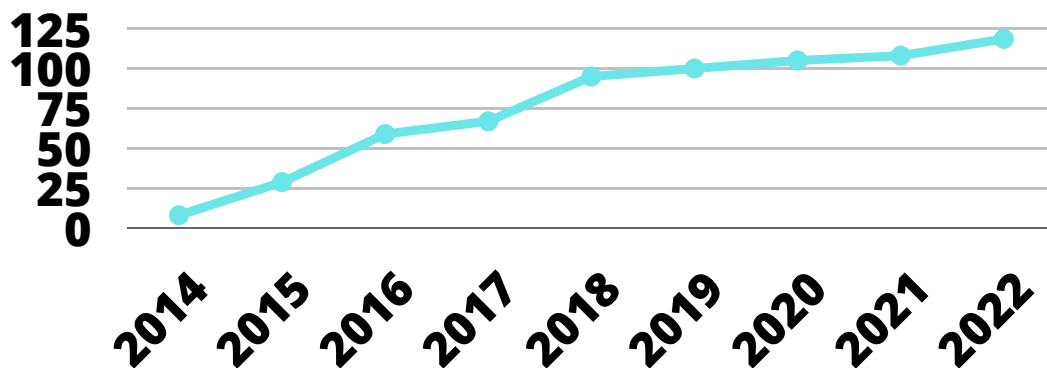
14-XARXES SOCIALS: INSTAGRAM.

Rànquing de destinacions catalanes a Instagram - 2022

	MARCA TURÍSTICA @usuariInstagram	SEGUIDORS		
		2022	2021	2020
1	@visitbarcelona	437.000	395.000	335.000
2	@turismeametllademar	42.800	39.200	36.400
3	@tarragonaturisme	39.100	34.600	30.400
4	@turisme_gi	30.000	27.700	24.200
5	@visitsalou	22.450	18.900	14.400
6	@visitroses	19.150	17.400	14.300
7	@beguresautentic	16.750	12.700	10.200
8	@turismedelleida	16.450	14.800	12.300
9	@valldeboi	14.500	13.200	10.500
10	@visitcadaquesoficial	13.800	11.000	
11	@turismelarapita	13.800	12.700	10.600
12	@sitgesturisme	13.100	11.200	
13	@montblanc_medieval	12.800	11.800	10.700
14	@turismedeltebre	12.500	12.100	11.300
15	@visitguixols	12.000		

15-PROMOCIONS ONLINE: XARXES SOCIALS.

EVOLUCIÓ DELS SEGUIDORS A LES XARXES SOCIALS, UN AUGMENT DE 115.000 EN 8 ANYS.



PAÏSOS DE PROCEDÈNCIA DELS NOSTRES SEGUIDORS A FACEBOOK.

Ubicación

Ciudades

Países

Espania	56 685
Francia	1596
Bélgica	334
Andorra	315
Reino Unido	311
Alemania	262
Argentina	235
Italia	212
Rumanía	198
Estados Unidos	190

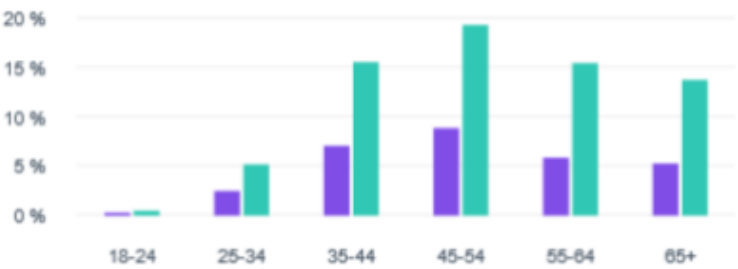
16-PROMOCIONS ONLINE: XARXES SOCIALS.

AUDIÈNCIA DELS NOSTRES SEGUIDORS A LA PÀGINA FACEBOOK:

Audiencia

Edad y sexo

Hombres 30.10%
Mujeres 69.90%



Ubicación

Ciudades

Países

Barcelona	11 355
La Ametlla de Mar	1986
Tarragona	1986
Reus	1311
Tarrasa	1288
Lérida	1237
Sabadell	1192
Tortosa	1146
Madrid	1074
Badalona	1019

17-PROMOCIONS ONLINE: BLOG.

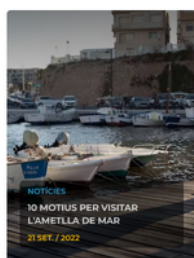
Possiblement tenir un blog corporatiu indexat a la web és una de les millors eines de branding i un element clau en les estratègies de màrqueting que s'utilitza per donar-nos a conèixer als visitants i que ens permet interactuar amb ells d'una manera més propera que a la web. En l'època digital en la qual vivim, no tenir un blog corporatiu pot ser una gran pèrdua per a una destinació turística, ja que podem perdre tots els beneficis que comporta tenir-lo.

Durant el 2021 es van publicar varis articles al blog relacionats amb els actius turístics com la gastronomia, les platges o activitats complementàries, incorporant les accions resultants del treball de diagnosi del blog.

Avantatges de tenir un blog corporatiu:

- Dóna veu a l'entitat, genera confiança i fidelitza.
- Augmenta la notorietat i reputació online de l'entitat.
- Crea comunitat i estableix diàleg amb els grups d'interès.
- Genera trànsit online i retroalimentació en canals digitals.
- Millora el posicionament SEO de la pàgina.
- Capta clients potencials, ajuda a aconseguir nous "leads" i vendes.
- Permet informar els clients de les novetats de la destinació.
- Dona suport i servei al visitant.
- Augmenta el coneixement de l'audiència.

HISTÒRIES, RECEPTES I ARTICLES PER A VIATGERS.
Enjoy l'Ametlla de Mar



18-VISITES GUIADES A LES FORTIFICACIONS + PASSEJADES HISTÒRIQUES.

Des de l'Àrea Municipal de Turisme aquest 2022 s'han consolidat les visites guiades a la nostra població amb un èxit d'acollida per part dels visitants. Un any ja sense restriccions en els grups.

PASSEJADES HISTÒRIQUES PELS CARRERS DE L'AMETLLA DE MAR.

Embarca't a conèixer els carrers i la història d'un poble que bateja amb el sol, la pluja, els vents i els treballs de la mar i la terra. Descobreix l'Ametlla de Mar, l'essència d'un poble de pescadors a través d'un ampli reportatge fotogràfic al llarg dels seus carrers més antics.

Dies: Els dimarts i dijous de juliol i agost.

Horari: 19:00 h (durada aproximada 1,5 h). Preu: 3€/persona (gratuït menors de 14 anys)

Punt de Trobada inici ruta: Oficina de Turisme del Parc del Bon Repòs.

Inscripcions a l'Oficina de Turisme: 977456477

DESCOBREIX LA HISTÒRIA DEL BÚNQUER DE LA GUERRA CIVIL DE L'AMETLLA DE MAR.

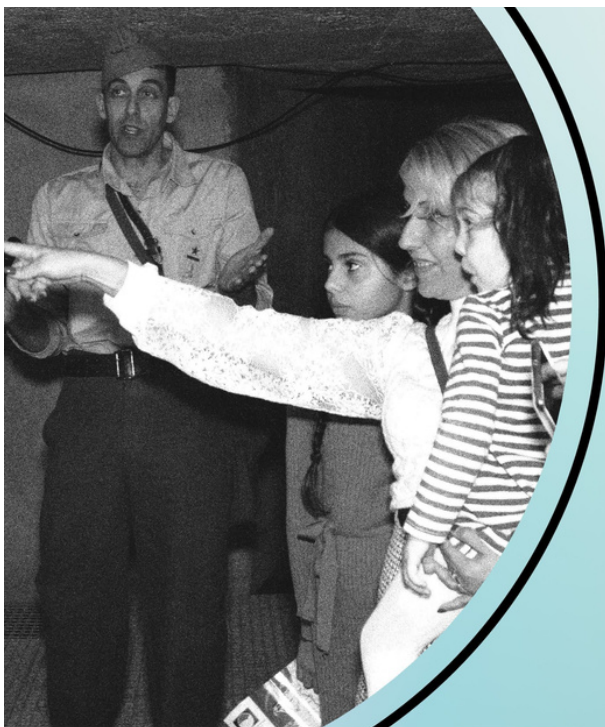
Com molts altres municipis, la costa de l'Ametlla de Mar va ser fortificada durant la Guerra Civil Espanyola ja que es sospitava d'un possible desembarcament del bàndol Nacional arribat des de Mallorca. Un bon exemple el tenim amb els búnquers situats prop del port natural de l'Estany i que es troben en perfecte estat de conservació.

Dies: Els dimarts i dijous de juliol i agost.

Horari: 10:00 h (durada aproximada 1,5 h). Preu: 3€/persona (gratuït menors de 14 anys).

Punt de Trobada inici ruta: Centre d'Interpretació de la Pesca (Ctra. del Port s/n). Després els participants es desplacen al búnquer de la Guerra Civil situat a 2 Km fora del casc urbà, per tant es necessita vehicle propi.

19-VISITES GUIADES A LES FORTIFICACIONS + PASSEJADES HISTÒRIQUES.



BÚNQUER DE LA GUERRA CIVIL

DEL 15/06 AL 15/09 DE 2022

VISITES GUIADES

A les 19:00h
Dimarts
(CATALÀ)
Dijous
(CASTELLÀ)

A les 10:00h
Dimarts
(CATALÀ)
Dijous
(CASTELLÀ)

3€ PER PERSONA
(GRATUÏT MENORS DE 14 ANYS)

Info i inscripcions

Oficina de Turisme 977456477
www.visitametllademar.com

PASSEJADES HISTÒRIQUES



20-VISITES GUIADES A LES FORTIFICACIONS + PASSEJADES HISTÒRIQUES.

PRESENTACIÓ DE LES VISITES GUIADES A “LES FORTIFICACIONS”.

Acte de presentació de les visites guiades al Búnquer d'Artilleria de Costa de la Guerra Civil Espanyola ubicat a l'Ametlla de Mar.

El dissabte 4 de juny a les 10 h del matí es va realitzar a l'acte de presentació de l'activitat de les visites guiades al Búnquer d'Artilleria de Costa, conegut popularment amb el nom de “Les Fortificacions”.

Aquesta construcció militar es va dissenyar i realitzar en els primers mesos del conflicte bèl·lic dins d'un pla de defensa de la costa catalana. Molt ben conservada, la seva visita permet conèixer com la població de l'Ametlla de Mar va viure aquesta part de la història.

Els inscrits a l'activitat van gaudir excepcionalment d'una conferència sobre recreació històrica i expositors amb material de l'època, així com la presència de varis recreadors històrics que varen ambientar el búnquer, a càrrec del grup Recreació i Patrimoni Junts. A més, es va realitzar una visita guiada a les instal·lacions .

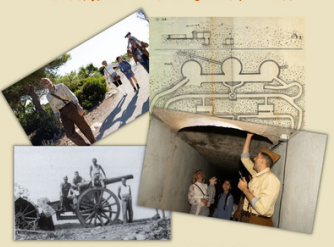
Aquesta jornada va servir per engegar les visites guiades que es van realitzar els dimarts i dijous al matí durant tota la temporada d'estiu, prèvia inscripció a l'oficina de Turisme.



21-VISITES GUIADES A LES FORTIFICACIONS + PASSEJADES HISTÒRIQUES.



"LES FORTIFICACIONS"
- TEMPORADA ESTIU 2022 -
DISSABTE 4 DE JUNY 10H



- Conferència de Recreació Històrica
- Visita guiada al Búnquer d'Artilleria de Costa
- Expositors i ambientació de l'època

ACTIVITAT GRATUITA - AFORAMENT LIMITAT.
CAL INSCRIPCIÓ PRÈVIA A: dboquera@ametllamar.cat / 977 49 37 54



22-NOVETAT 2022: NOVA WEB.

L'Ametlla de Mar estrena nova pàgina web de turisme



La web ofereix un sistema per adaptar-se als diferents dispositius mòbils.

Ofereix un format molt visual i dinàmic, amb l'objectiu que sigui una eina molt pràctica i útil per als visitants.

Aquest dimarts s'ha estrenat el nou portal web de Turisme de l'Ametlla de Mar. Es tracta d'una nova eina per a potenciar els recursos i serveis del municipi i alhora ajudar totes les empreses i establiments turístics del poble a donar-se a conèixer. A més, s'ha volgut donar un gran valor a les imatges i s'ha adaptat per poder-ho visualitzar des de dispositius mòbils.

El portal www.visitametllademar.com s'ha renovat completament, amb un nou disseny molt visual i dinàmic i una navegació més intuïtiva i accessible per a tothom.

L'eina aporta tota la informació necessària relativa a la població, com són la

història, els diferents actius turístics, establiments d'allotjament turístic, restaurants, agenda, activitats per fer i el comerç. Una informació complementada amb fotografies, que s'ha estructurat per tipus de turisme, perquè el visitant pugui consultar les activitats que li interessin.

La regidora de Turisme de l'Ametlla de Mar, Maite Boquera, explica que «l'objectiu és que sigui una eina molt pràctica i útil per als visitants» i agraeix la feina que s'ha fet des de l'Àrea Municipal de Turisme i l'informàtic de l'Ajuntament per tirar endavant el projecte.

El portal també recull les entrades del

blog de turisme, impulsades des del 2014 i recull tot l'audiovisual potenciat durant els darrers anys, com la visita virtual per la costa calera o les càmeres d'streaming del municipi que estan actives les 24 hores del dia a una resolució HD. A més també dona accés al portal de l'ametllamarshopping, la guia digital dels comerços i professionals del municipi.

La nova plataforma també disposa del PWA, un sistema que incorpora particularitats que la converteixen en una aplicació nativa per telèfons mòbils i tauletes.

La web es pot llegir en 4 idiomes diferents: català, castellà, anglès i francès.



23-NOVETAT 2022: NOVA APP.

Visitametlla la nova app de Turisme per a mòbils i tauletes

L'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de l'Ametlla de Mar va posar en marxa el passat divendres la nova aplicació per a mòbils i tauletes, adaptada a les noves tecnologies, més pràctica, intuïtiva i que es gestiona conjuntament amb el lloc web estrenat el passat 27 de setembre, coincidint amb el Dia Internacional del Turisme.

La nova app visitametlla tanca el procés de renovació que l'Àrea Municipal de Turisme ha dut a terme en els darrers mesos per adaptar les seves eines de promoció i informació pels usuaris a la xarxa.

El passat mes de setembre va ser el lloc web i ara, divendres passat es va posar en marxa la nova aplicació per a dispositius mòbils i tauletes que ja es pot descarregar i que permet a l'usuari accedir a tota la informació. L'antiga app s'havia quedat obsoleta i no permetia ser utilitzada en els telèfons i aparells mòbils de darrera tecnologia, cosa que ara ja no és un impediment.

Segons Maite Boquera regidora de Turisme, Comerç i Civisme, "l'anterior app s'havia quedat obsoleta i era poc funcional i havíem de posar-nos al dia. La tecnologia evoluciona molt ràpidament i l'app és una eina fonamental d'informació per aquella gent que ens visiten o volen visitar-nos, encara que també és molt útil per a la gent que vivim aquí".

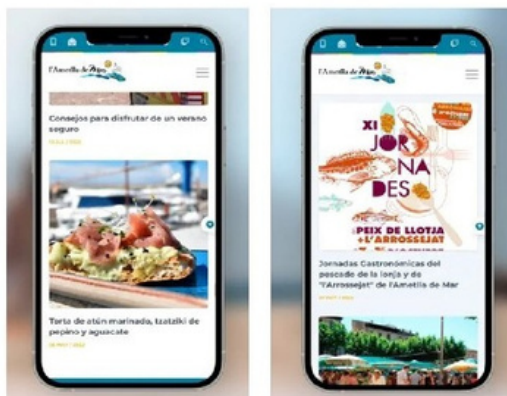
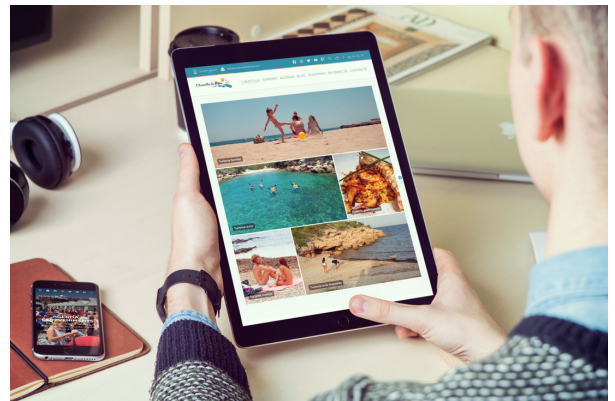
Aquesta app segueix la mateixa línia de disseny i modernitat que el lloc web, amb qui facilita una gestió conjunta.

A l'app es pot consultar entre altres informacions, l'agenda, els llocs i contactes d'interès geolocalitzats amb qui es pot contactar a directament.

TOTAL DESCÀRREGUES DE L'APP:

ANDROID 1.200

IOS (iPHONE iPAD) 850



25-PROMOCIONS OFFLINE: FAMTRIPS, PRESSTRIPS, RODATGES.

Els viatges de familiarització (en anglès fam trips o fam tours) són viatges de cortesia que s'ofereixen a operadors turístics o agències de viatges perquè puguin viure l'experiència d'una destinació turística en primera persona. L'objectiu d'aquests viatges és aconseguir un millor coneixement del producte i una relació més propera, millorant la comercialització en un futur.

Hi ha dues classificacions de viatges de familiarització:

Fam trips: Oferts a operadors turístics o agències de viatges, perquè aconseguixin familiaritzar-se amb el destí que després vendran i el coneguin íntegrament.

Press trips: Oferts a la premsa, amb la finalitat que reproduïxin les experiències en el seu viatge de forma directa i detallada.

Els fam trips i press trips són una eina molt útil per a la promoció turística i que s'han vist també afectats per les diferents restriccions de mobilitat.

Durant el 2022 es va portar a terme una sessió fotogràfica a la nostra costa per crear la imatge de gastronomia i de platja d'una de les campanyes del Patronat de Turisme de les Terres de l'Ebre.

Es va incentivar a través de les xarxes les votacions al concurs del mitjà digital Nació Digital resultant en primer lloc l'Ametlla de Mar com a poble més bonic de Catalunya entre d'altres 30 candidatures.

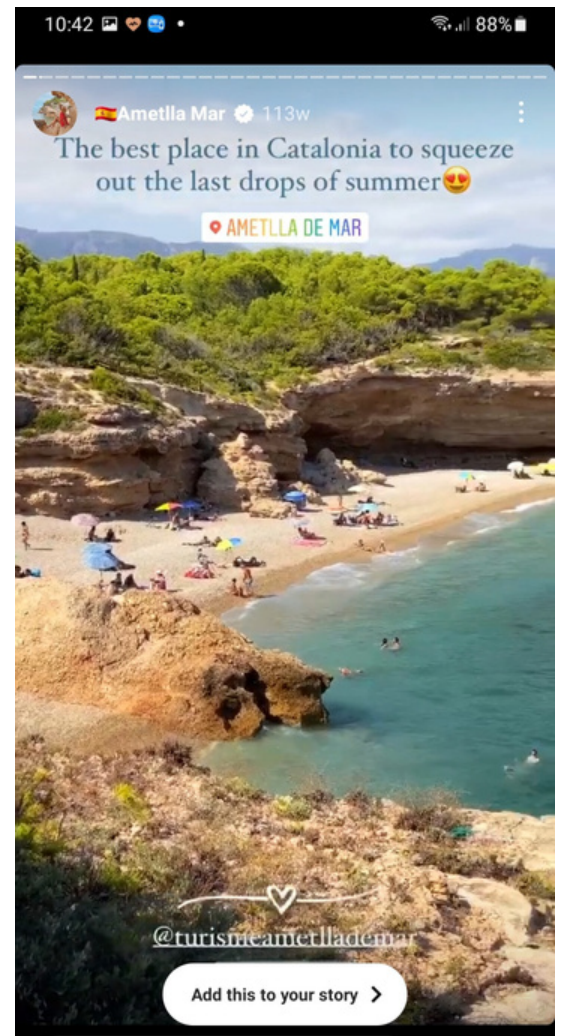
L'Ametlla de Mar va ser escenari de gravacions per a la promoció del Challenge Cycling Terres de l'Ebre.

ALTRES FILMACIONS 2022:

Intro últim programa FAQs.
Spot Nintendo Switch.
Curtmetratge Clara Simó.
Clara Simó campanya "advisors"
de l'Agència Catalana de Turisme.
Programa "La recepta perduda".
Vide clip Manu Guix.
Famtrip alumnes Turisme URV.
Campanyes amb influencers:
Cesc Escolà, Marina Comes, etc..
Programa de TV3 Joc de cartes.
Vídeo promocional Jornades de la galera.



26-PROMOCIONS OFFLINE: FAM TRIPS, PRESS TRIPS, RODATGES.



27-CONVENI AMB NÀUTIC PARC COSTA DAURADA/TERRES DE L'EBRE.

El 2022 l'Estació Nàutica (ara Nàutic Parc) es va consolidar com una gran plataforma per a la promoció i comercialització d'activitats nàutiques del 7 municipis que la formen part: Salou, Cambrils, Mont-Roig, l'Hospitalet de l'Infant, l'Ampolla, Deltebre i l'Ametlla de Mar, aconseguint un augment d'un 40% de venda d'activitats.

Accions portades a terme des de l'Estació Nàutica:

- Organització de press trips i fam trips.
- Reportatges i insercions de notícies a premsa.
- Edició de catàlegs i guies de producte de temporada.
- Actualització del material audiovisual.
- Assistència a fires i esdeveniments.
- Participació en workshops.
- Acords de comercialització amb portals turístics com Booking Experience, Ceetiz,...
- Participació i col·laboració en campanyes de l'Agència Catalana de Turisme.
- Participació en jornades de formació en ecoturisme.
- Manteniment i actualització de la pàgina web.
- Promocions a les xarxes socials i al bloc.
- Edició de butlletins electrònics.

Ocio en el agua



Actividades náuticas

Descubrir las calas de L'Ametlla en barco

Enjoy Calafat y TOP Fisher ofrecen la posibilidad de navegar por playas idílicas con embarcaciones sin necesidad de titulación

IMMAGI LORO

Intestato

Una vez llegas al verano y el calor, el plan por excelencia de muchas familias es realizar una escapada a alguna localidad costera donde el sonido de las olas del mar y el tacto de la arena los hagan desconectar de la rutina. Un buen plan es navegar por las playas de la costa de la Costa Daurada.

Alrededor de manifiestaciones, reuniones y chiringuitos, ofrecen y exigen tranquilidad, intimidad y paz para poder acceder a estas maravillas naturales. El agua limpia y la gran diversidad de especies que habitan en este lugar se encuentran protegidas por la Fundación Oceánica, una planta acuática que evita que las algas tengan presencia en estos lugares y convierten estas localizaciones en paraísos para submarinistas y visitantes.

Enjoy Calafat y TOP Fisher, empresas asociadas a Nàutic Parc Costa Daurada y Terres de l'Ebre, ofrecen la posibilidad de navegar por una de las playas y disfrutar de un día entero en familia. Se pueden alquilar barcos sin licencia o para personas que no tienen un velero que puede acoger a seis personas por 290 euros. Como opción del punto y para los más exigentes está Topfish, un velero de 39 pies sobre el que pueden disfrutar hasta ocho personas y que ofrece el servicio entre semana y fines de semana.

El Port de Calafat es el inicio de las rutas y algunas de las vistas obligadas son la Costa del Lloguer, la Cala Llargueta o la Cala Sant Jordi, «una de las playas más bonitas de la zona y la más tranquila del sur donde el Port Freixet de l'Ametlla de Mar, ofrece al capitán del Port Calafat y Port Marina Sant Jordi, Marina Brisa.

Estas excursiones ofrecen un punto de vista totalmente diferente a lo que se ve del mar desde tierra. El silencio, la paz, los colores del sol y el reflejo del agua hacen que cada día el escenario que se contempla el litoral entre la Costa Daurada y las Terres de l'Ebre cambie. En algunos viajes se puede disfrutar de la compañía de los delfines. En otros el barco es escolado por bancos de peces. Y en algunos la merca de las rocas en el fondo crea momentos únicos que provoca que los visitantes se enamoren del mar.

Otra opción para disfrutar de las calas es a través de TOP Fisher. La empresa ofrece embarcaciones sin titulación y con un equipo profesional que garantiza seguridad. Disponen de hasta tres turnos de alquiler al día para no dejar a nadie sin la posibilidad de conocer las playas de l'Ametlla de Mar, Cambrils y l'Espola de l'Ebre. También incluyen la posibilidad de alquilar la embarcación de 10,10 o 18,00 horas para poder visitar todas las calas con tranquilidad y además se pueden alquilar toda la semana. Desde los 180 euros hasta los 450 euros, los clientes podrán elegir entre una oferta de 14 embarcaciones, lo que garantiza que todos encontrarán la barca perfecta y la que más se adapte a sus necesidades.

La posibilidad de los clientes de conocer esta costa no acaba ahí, puesto que también pueden contratar salidas de pesca, marisca o para deportes náuticos o para disfrutar de una experiencia en la que puede disfrutar toda la familia.

Se trata de una experiencia en la que puede disfrutar toda la familia.

excursiones marítimas para conocer de primera mano la historia de cada ciudad.

Visitar estas maravillas naturales de la costa de l'Ametlla de Mar y las Terres de l'Ebre es el inicio de una gran cantidad de aventuras. Una experiencia única a las puertas de casa, que a lo largo de la temporada se va renovando y mejorando.

Los clientes se pueden registrar en la página web de Nàutic Parc (www.nauticparc.com).

Nàutic Parc tanca el seu millor any amb gairebé un 40% més de volum de negoci



Nàutic Parc Costa Daurada i Terres de l'Ebre ha tancat el 2021 amb un 38% més de volum de negoci respecte al 2020, superant així el rècord obtingut el 2019. Ara, el 2022 es planteja amb nous reptes com l'aposta per a xàrter i vela lleugera i un nou sistema de codis QR per reservar activitats nàutiques des de l'allotjament.

Amb aquesta xifra rècord, Nàutic Parc

Costa Daurada i Terres de l'Ebre reafirma l'auge de les activitats nàutiques que promou aquesta associació mixta (pública i privada), vinculada als ajuntaments de l'Ametlla de Mar, Salou, Cambrils, el Mont-roig del Camp, l'Hospitalet, l'Ampolla i Deltebre i que treballa amb empreses associades dels municipis.

El gerent de l'entitat, Jordi Rom, explica que «enguany apostarem per captar nous clients per a xàrter i vela lleugera que ajudin a desestacionalitzar la temporada».

L'entitat també té previst durant aquest 2022 implementar un nou sistema de codis QR perquè els clients reservin des del seu allotjament. De fet, l'Ametlla de Mar ja està en període de proves d'aquest sistema.



28-CONVENI AMB NÀUTIC PARC COSTA DAURADA/TERRES DE L'EBRE.

40% MÉS DE NEGOCI EL 2021

L'entitat, vinculada a ajuntaments com el de l'Ametlla de Mar, ha superat el rècord de xifres que va assolir el 2019, amb un 38% de negoci més que el 2020.

L'aposta de xàters i vela lleugera per desestacionalitzar la temporada i l'impuls d'un nou sistema de codis QR per fer reserves d'activitats nàutiques des de l'allotjament on es troben els clients són alguns dels reptes per al 2023.

Nàutic Parc Costa Daurada i Terres de l'Ebre ha tancat el 2022 amb un 40% més de volum de negoci respecte al 2021, superant així el rècord obtingut el 2019.

Amb aquesta xifra rècord, es reafirma l'auge de les activitats nàutiques que promou aquesta associació mixta (pública i privada), vinculada als ajuntaments de l'Ametlla de Mar, Salou, Cambrils, Mont-roig del Camp, l'Hospitalet, l'Ampolla i Deltebre i que treballa amb empreses associades d'aquests municipis.

A més, aquest 2022, Nàutic Parc va commemorar els 20 anys i ho va fer amb l'obtenció de dos premis: a Espanya, atorgat per la prestigiosa publicació turística Hosteltur; i el Jordi Cartanyà, que concedeix el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, com a 'millor proposta de solucions tecnològiques per a la comercialització turística'.

El 2023 apostarà per captar nous clients per a xàter i vela lleugera que ajudin a desestacionalitzar la temporada. També té previst implementar un nou sistema de codis QR perquè els clients reservin des del seu allotjament. De fet, l'Ametlla de Mar ja està en període de proves d'aquest sistema.

Nàutic Parc és el domini nàutic i turístic més gran de Catalunya, amb 95 quilòmetres de litoral, entre el cap de Salou i el cap de Tortosa.

29-ACCIONS AMB L'AGÈNCIA CATALANA DE TURISME (VILES MARINERES).

La marca Barris i Viles Marineres té com objectiu agrupar barris i viles catalanes que es troben a la costa i que preserven i difonen el seu caràcter i essència marinera sota una marca comuna. Que faciliti la seva promoció per tal de posicionar-les com a destinacions turístiques a nivell nacional i internacional, tot promovent el turisme de costa de qualitat com a eina de desenvolupament i diversificació econòmica d'aquestes localitats.

La marca busca crear sinèrgies entre barris i viles, tot oferint una plataforma de diàleg i intercanvi d'experiències i coneixements en l'àmbit turístic. Facilitant la comunicació i la col·laboració entre les viles i l'ACT com a organisme encarregat de la promoció turística de Catalunya promovent el desenvolupament de nous productes turístics en el marc de les destinacions marineres. La marca té la vocació de potenciar la diversificació territorial a la costa de l'activitat turística i d'esdevenir, a mig termini, una referència mundial en la promoció de destinacions marineres petites sota una marca comuna.

Barris i Viles Marineres és una marca basada en la promoció conjunta del patrimoni mariner de la costa catalana. Pretén posar en valor aquest element tan propi i definidor que caracteritza les destinacions de la costa que han sabut conservar el seu patrimoni mariner i pesquer, creant un ambient acollidor i diferenciador. La diversitat dels membres, on hi ha tant barris com viles, defineix la diversitat de Catalunya i permeten portar a terme una comunicació i promoció conjunta nodrida per l'aportació de cadascuna de les parts.

L'estabilitat en el nombre de membres i la bona participació en les jornades tècniques desenvolupades fins ara, han permès constatar, i facilitar, la voluntat de treball conjunt i en equip, que caldrà posar en marxa en aquesta nova etapa que s'obre amb la definició d'aquest pla de comunicació. Tot mantenint i aprofitant cadascun dels atributs que conformen la marca, aquesta s'ha de concebre i projectar com una xarxa que proposa una experiència rica i complexa basada en uns valors i principis propis i comuns a tots els membres. En major o menor intensitat, aquests valors, enriquits amb el to diferencial que hi aporta cada membre pel que fa a l'oferta concreta, han de constituir la proposta de valor afegit que la marca ofereix tant al visitant per al seu gaudir, com a les pròpies localitats per a la seva promoció en el marc d'aquesta.

30-ACCIONS AMB L'AGÈNCIA CATALANA DE TURISME (VILES MARINERES).

El repte de la marca de cara als propers anys serà, doncs, transmetre aquesta proposta de valor als mercats públics objectius de manera eficaç, eficient i efectiva, fent que això es tradueixi en una major freqüència turística, i una major despesa turística, als barris i viles que constitueixen la marca.

Un dels objectius importants d'aquest Pla de Comunicació és aconseguir la implicació, de manera coordinada i complementària, de tots els agents territorials (Patronats i municipis) en la promoció de la marca més enllà d'aportar una guia clara per tal d'alinear el missatge i les polítiques comunicatives de tots els implicats. També és important definir quin és el rol de cadascun d'ells, marcant en certa manera la comunicació que aquest adquireix envers la marca i resta d'agents.



Viles Marineres

31-ACCIONS AMB L'AGÈNCIA CATALANA DE TURISME (VILES MARINERES).

ACCIONS MÉS IMMEDIATES

- Facilitar el logotip de la marca i la seva guia d'estil als afiliats.
- Dissenyar i facilitar els models d'elements de senyalització de la marca per la via pública als municipis.
- Pàgina web específica. Dedicar una url específica a la marca al Catalunya.com.
- Dedicar a la marca un mínim de publicacions als seus perfils a xarxes socials.
- Tots aquells blocs que es disposi en els mercats internacionals on l'ACT disposa de Centre de Promoció Turística.
- Mencionar la marca quan des de les xarxes socials d'altres es comparteixi informació sobre un municipi que en formi part, tot especificant l'etiqueta oficial de la marca.
- Incloure l'etiqueta de la marca a totes les publicacions en perfils propis que tractin la marca o algun dels seus membres.
- Definir anualment un pla d'accions de promoció internacional propi de la marca, amb un mínim de 6 accions específiques en un mínim de 2 mercats diferents.
- Vetllar per incloure els membres de la marca en altres accions de promoció que no són específiques de la marca, tot indicant sempre que pertanyen a la marca i explicant breument aquesta.
- Donar suport a les iniciatives que portin a terme els patronats i/o els ajuntaments.
- Incloure el logotip a les notes de premsa relacionades amb temes turístics i de promoció del municipi.
- Fer menció de la pertinença a la marca en els continguts promocionals i de comunicació sobre els esdeveniments i campanyes de promoció.
- Potenciar l'ús de la paraula "mariner/a a l'hora de promocionar els municipis, i altres que se'n deriven com nàutic, gastronòmic, pesca, etc...
- Mostrar els valors de la marca a través de les comunicacions que es fan des de l'àrea de turisme i els altres departaments.
- Conscienciació ciutadana.
- Participació voluntària a la Jornada anual portes obertes "Barris i Viles Marineres".
- Organització d'una acció anual per donar a conèixer la marca entre la ciutadania.



**Barris i Viles
Marineres**

32-ACCIONS AMB L'AGÈNCIA CATALANA DE TURISME (GRAND TOUR CATALUNYA).

El Grand Tour de Catalunya (GTC) és un itinerari per conèixer, descobrir, viure, tastar i gaudir de Catalunya en vehicle.

És un viatge i molts viatges a la vegada perquè cada viatger se'l pot organitzar al seu gust, el pot recórrer al seu ritme, en qualsevol moment de l'any, i triar entre una gran oferta d'experiències diverses a fer.

El Grand Tour de Catalunya és una eina de dinamització per al sector turístic fruit d'una tasca de desenvolupament cooperatiu. En el projecte hi han treballat conjuntament l'Agència Catalana de Turisme, la Direcció General de Turisme (DGT), que inclou la Xarxa d'Oficines de Turisme de Catalunya, i els diferents patronats de Turisme de les Diputacions de Barcelona, Tarragona, Lleida i Girona, així com Foment Torisme Val d'Aran i Turisme de Barcelona.

Un producte turístic en format ruta per recórrer tot Catalunya amb vehicle i en diferents dies, descobrir els seus principals atractius patrimonials, naturals i enogastronòmics, així com conèixer la seva gent, les seves costums i les seves tradicions.

El Grand Tour de Catalunya és un recorregut dissenyat seguint les bases del model turístic sostenible que impulsa l'ACT: un turisme distribuït de forma equilibrada per tot el territori, diversificat i de qualitat, que permet descobrir la destinació durant tot l'any.

En el Manual de comercialització hi trobareu tota la informació que necessiteu sobre el Grand Tour de Catalunya: la descripció, els detalls de la ruta, els materials promocionals...

A més, també inclou el Manual d'ús de la marca i detalla quins requisits han de complir les empreses que vulguin proposar alguna experiència turística per formar part del Grand Tour de Catalunya, els passos que cal seguir i la documentació requerida per formalitzar-ho.



33-ACCIONS AMB LES VILES MARINERES DE LES TERRES DE L'EBRE. JORNADES DE LA GALERA.

JORNADES DE LA GALERA

De l'11 de febrer al 13 de març de 2022

Accions realitzades:

Disseny material gràfic, adaptacions i actualització microsite:

- Disseny i impressió de cartells i desplegable (1.000 i 6.000 respectivament)
- Disseny i impressió de minutes (10.000 unitats)
- Adaptacions campanya online
- Enviament cartells, desplegable i minutes
- Actualització microsite terresdelebre.travel/jornadesgalera

Despesa: 6208,69 €

Campanya On-line:

- Nació Digital: Del 10 de febrer al 13 de març, robapàgines doble, 108.427 impressions contractades, 273 clics.
- Aguaita: Del 10 de febrer al 13 de març, bàner columna dreta a portada i intertext, 360.082 impressions, 776 clics.
- Descobrir Catalunya: Del 10 de febrer al 13 de març, inserció de robapàgines, 63.730 impressions, 69 clics.
- Cuina.cat: Del 10 de febrer al 13 de març, inserció de robapàgines, 19.469 impressions, 20 clics.
- Ets el que menges – Soy como como: Del 14 de febrer al 13 de març, inserció de bàner a la home. Inserció de bàner lateral i bàner capçalera a la secció article home. Redaccional a la mateixa secció durant les mateixes dates. Enviament newsletter. Difusió a xarxes socials pròpies. 1300 impressions.



34-ACCIONS AMB LES VILES MARINERES DE LES TERRES DE L'EBRE. JORNADES DE LA GALERA.

- Facebook i Instagram: campanya a les xarxes socials del Patronat en format page post link del 4 de febrer al 13 de març, adreçada a individus de 30 a 60 anys a Catalunya, zona nord Castelló i baix Aragó i amb interès afí a foodies. 1.054.445 impressions, 1.338 clics.

- Organització del concurs Jornades Gastronòmiques de la Galera + DO Terra Alta a les xarxes socials.

Campanya Ràdio:

- Rac1: 10 falques.
- Catalunya Ràdio: 25 falques.
- Ràdio Ulldecona: 89 falques.
- Los 40 València: 19 falques.
- Ser Castelló: 8 falques.

El període d'emissió de les falques va ser del 10 de febrer a l'11 de març.
Despesa: 8.789,08€.

Altres difusions gratuïtes:

- Ràdio Estel Catalunya, programa Trotamundos, tall de veu sobre les Jornades Gastronòmiques de la Galera, 29 de gener.
- <https://catalunyacomestible.com/calendari/jornades-gastronomiques-de-la-galera-a-les-terres-de-lebre/>



35-ACCIONS AMB LES VILES MARINERES DE LES TERRES DE L'EBRE. CAMPANYA DE COMUNICACIÓ AL PAIS BASC.

CAMPANYA PAIS BASC

Campanya de comunicació adreçada al mercat turístic emissor del País Basc, Navarra i La Rioja. La campanya va estar activa del 15 de març al 3 d'abril.

Accions realitzades:

Actualització microsite <https://terresdelebre.travel/villasmarineras/>

Despesa: 130,68€

Campanya:

- Ràdio (del 15 al 26 de març).

Cadena 100 Bilbao, 20 falques.

Euskadi Gaztea, 20 falques.

Euskadi Irratia, 20 falques.

Radio Euskadi, 20 falques.

R. Bilbao FM y R. Bilbao OM (Cadena Ser), 19 falques.

Los 40 Bilbao, 16 falques.

Cadena 100 Calahorra, 29 falques.

Los 40 Rioja, 20 falques.

Cadena 100 Pamplona y Alsasua, 29 falques.

R. Pamplona y R. Alsasua (Cadena Ser), 29 falques.

- Online (del 21 de març al 3 d'abril)

Diariodenavarra.es, notícia patrocinada, 2007 pàgines vistes, 878 usuaris.

Diariodenavarra.es, doblero 300*600, 217.052 impressions, 616 clics.

Elcorreo.com, notícia patrocinada.

Elcorreo.com, doblero 300*600, 200.112 impressions, 564 clics, 0,28% CTR .

Diariovasco.com, doblero 300*600, 300.021 impressions, 1.250 clics, 0,42% CTR .

Viles Marineres 2022.

Larioja.com, doblero 300*600, 300.000 impressions, 1.585 clics, 0,53% CTR .

36-ACCIONS AMB LES VILES MARINERES DE LES TERRES DE L'EBRE. CAMPANYA DE COMUNICACIÓ A FRANÇA.

CAMPANYA A FRANÇA

Campanya de comunicació dirigida al mercat turístic emissor francès, més concretament a les regions de Rhône Alps i Occitània.

La campanya va estar activa del 9 de maig al 10 de juny de 2022.

Accions realitzades:

Adaptacions i actualització de creativitats microsite:
www.terresdelebre.travel/villagesdepecheurs

Campanya On-line: - Estratègia de mitjans Momentum: redaccionals i insercions de Viles Marineres de Terres de l'Ebre a sites de contingut redaccional de premsa.

Lifestyle, sports i moto. Sites líders al mercat francès i amb elevada cobertura: 697.338 impressions, 8.424 clics.

Campanya a través de page post photo i imatge stories a Facebook i Instagram: 972.233 impressions, 669 clics.

Campanya a través de Youtube: 239.085 impressions, 422 clics i 121.953 visualitzacions.

Campanya amb Le Parisien, al seu portal www.leparisien.fr amb inclusió de bàners preroll i skin amb enllaç directe a www.terresdelebre.travel/villagesdepecheurs (208.310 i 208.359 impressions respectivament i 201 i 697 clics respectivament) Total de la campanya: més de 2,3 milions d'impressions, 10.413 clics i 121.953 visualitzacions.



37-ACCIONS AMB EL CÒRNER DE COMUNICACIÓ AMB EL PATRONAT DE TURISME DE LES TERRES DE L'EBRE.

ACCIONS DEL CÒRNER DE COMUNICACIÓ I MÀRQUETING 2022.

La proposta de córner comunicació i màrqueting per l'any 2022 ha volgut considerar tres elements que pensem que són claus a l'hora de planificar les accions de comunicació d'una destinació.

- 1.- Preferentment, activar i reforçar accions de comunicació en els mercats de proximitat.
- 2.- Dissenyar campanyes que puguin ser adaptables a situacions canviants o imprevistes.
- 3.- Comunicar la destinació el major temps possible per estar presents com a font d'inspiració.

Atenent a aquests arguments, fem dues propostes. Per una banda al mercat nacional oferim la possibilitat de fer campanya durant tot l'any a una ràdio d'àmbit nacional per tal de promoure esdeveniments municipals o incidir en la promoció d'una determinada destinació local, mantenint així la presència de les Terres de l'Ebre en un mitjà de gran abast durant tot l'exercici.

Per altra banda proposem una campanya al mercat espanyol incorpora un seguit d'atributs que la fan realment interessant. D'una banda, incidirà en els mercats que pels municipis i el conjunt de les Terres de l'Ebre son estratègics. D'altra, si la situació generada per la COVID-19 interfereix en la demanda dels mercats, la podrem adaptar en forma i temps. Per últim, la campanya estarà present en les parts de l'any en què el client s'inspira i cerca informació per les seves vacances i previs a la tardor i la primavera, per tal de donar resposta a la necessitat estratègia de la destinació d'allargar l'exercici turístic.

La campanya en format Momentun utilitza de forma programàtica una gran quantitat de plataformes online de les principals capçaleres informatives tant generalistes com especialitzades en viatges. Permet també, incloure continguts personalitzats de la destinació, fotografies, agenda i mapes interactius.

38-ACCIONS AMB EL CÒRNER DE COMUNICACIÓ AMB EL PATRONAT DE TURISME DE LES TERRES DE L'EBRE.

Acció a Catalunya

Període: Tot l'any.

Target: famílies interessades en vacances, propostes, experiències, natura, gastronomia.

Canals:

Ràdio generalista d'àmbit nacional.

Pressupost:

PTDT TTE.....20.000€ IVA (Inclòs)

PMT's.....500€ IVA (Inclòs)

Acció a Espanya

Període: Primavera (Abril) i tardor (Octubre)

Cobertura: País Basc, Navarra, Aragó, Madrid, València

Target:

famílies amb nens interessades en vacances litoral, rural, natura, gastronomia, i experiències

Canals

Acció online: proposta campanya Momentum a les capçaleres més importants generalistes i de viatge amb generació de continguts, campanya display segmentada, publicitat nativa, articles i vídeos, mapes etc. Suport a xxss segmentades per perfils (famílies amb nens interessades en natura, litoral, cicloturisme, experiències).

Pressupost:

PTDT TTE.....40.000€ IVA (Inclòs)

PMT's.....900€ IVA (Inclòs)



39-PROMOCIONS

"AMETLLADEMAREXPERIENCE".

"AmetlladeMarExperience" és el conjunt d'empreses d'activitats que ofereixen un ampli ventall de propostes d'oci per gaudir de la Mar Mediterrània i de la natura que envolta la costa de l'Ametlla de Mar. Amb aquesta unió s'elabora cada temporada un catàleg únic de propostes de lleure i esport perquè els visitants puguin gaudir d'un ampli ventall d'activitats.

L'objectiu d'aquest segell és reunir a les empreses que es dediquen al turisme actiu i de natura i aconseguir millorar la promoció de les activitats turístiques que realitzen als seus mercats objectius com són Barcelona i l'àrea metropolitana i fires internacionals, com per exemple a França. Amb aquesta unió -pionera al territori- les 21 empreses participants elaboren un ampli i únic catàleg de propostes de lleure i esport perquè els visitants puguin gaudir d'un ampli ventall d'activitats com ara snorkel, caiac, bicicleta, busseig i submarinisme, entre moltes altres; sempre respectuoses amb l'entorn natural i que, al mateix temps, valoren el litoral privilegiat del municipi.

Les empreses volen aconseguir que el turista que arriba a la població acabi realitzant alguna de les activitats ofertes en el catàleg.

Aquest catàleg es reparteix als allotjaments turístics de les Terres de l'Ebre i de la Costa Daurada mitjançant la contractació d'una empresa especialitzada.

ACTIVITATS:

BICICLETA, ARQUEOLOGIA SUBMARINA, SNORKEL, BUSSEIG, CAIAC, CREUERS, TURÍSTICS, LLOGUER D'EMBARCACIONS, TUNA-TOUR, LLOGUER DE BICICLETES, LLOGUER DE MOTOS, VELA, PESCA ESPORTIVA, PESCA SUBMARINA, PESCA TURISME, SENDERISME, RUTES, MARXA NÒRDICA, MOTOR AL CIRCUIT DE CALAFAT, BANANA, PADDLE, SURF, CAÇA, FLYBOARD, TIR, WINDSURF, ETC...



40- PROMOCIONS "AMETLLADEMAREXPERIENCE."

BÀNERS D'ALGUNES COL·LABORACIONS A LES XARXES SOCIALS
AMB EMPRESES TURÍSTIQUES.

SORTEIG
sorteo - giveaway



2 batejos de submarinisme per conèixer el fons marí reserva de la biosfera de l'Ametlla de Mar.

2 immersions per conèixer el cementiri de vaixells enfonsats davant la costa de l'Ametlla de Mar.



SORTEIG

Sortida per 4 persones amb embarcació sense titulació d'Enjoy Calafat i còctel de benvinguda a Les Veles Beach

#enjoycalafat



SORTEIG-SORTEO

Sortida en vaixell per conèixer les cales de l'Ametlla de Mar des de la mar.



Gentileza: Top Fisher - Lloguer d'embarcacions

SORTEIG

2 sortides en moto d'aigua des de Libertywings situats al Port de Calafat



41-"AMETLLADEMARGASTRONOMY". PROMOCIÓ DE LA GASTRONÒMICA.

5 Motius per a la...

PROMOCIÓ DE LA GASTRONOMIA

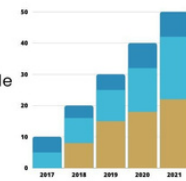
per Turisme de l'Ametlla de Mar



1

POSAR EN VALOR EL PEIX I MARISC DE LA NOSTRA LLOTJA:

Enfortir la promoció i comercialització del producte desembarcat a la nostra llotja de pescadors, promoure el reconeixement de la demanda posant èmfasi en la qualitat, la frescor i singularitat de les espècies locals.



Recaptació en MC a la Llotja de l'Ametlla de Mar

2

DESESTACIONALITZAR LA TEMPORADA EN EL SECTOR DE LA RESTAURACIÓ:

L'organització de les jornades gastronòmiques fora de temporada alta ens permet atraure públic en unes dates on l'ocupació és baixa, un exemple són les jornades de la galera amb un fort augment de clients els mesos d'hivern.

Augment en % de l'ocupació turística fora de temporada alta

3

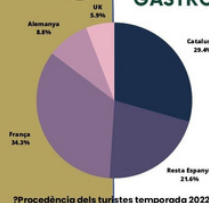
RECUPERACIÓ DEL PATRIMONI CULINARI:

Promoure iniciatives en matèria de recuperació del patrimoni culinari i de les receptes tradicionals dels pescadors, per aconseguir un bon nivell gastronòmic al sector de la restauració i l'hoteleria, combinant tradició i innovació.



4

ENS POSICIONA COM A DESTINACIÓ GASTRONÒMICA:



Procedència dels turistes temporada 2022

Que l'Ametlla de Mar té potencial i possibilitats per convertir-se en una destinació gastronòmica de referència, pels seus valors ambientals, paisatgístics, culturals i històrics i per tenir una gran varietat i qualitat de productes agroalimentaris i pesquers.

5

DIVERSIFICA L'OFERTA TURÍSTICA:

La gastronomia cohesiona el territori, integra diversos sectors d'activitat que redunden en una major cohesió social, a més de ser un recurs turístic que pot atraure visitants i/o enriuint i diversificant la seva experiència de vacances.



42- PROMOCIÓ GASTRONÒMICA 2022.

Després de dos anys sense haver pogut organitzar les Diades Gastronòmiques, finalment des de Turisme de l'Ametlla de Mar s'ha pogut tornar a la normalitat i desplegar tota l'agenda d'activitats gastronòmiques, i ho hem fet amb un nou disseny i una nova imatge per transmetre aquest esperit de renovació i optimisme de cara al futur del sector turístic i gastronòmic.

ESDEVENIMENTS GASTRONÒMICS ORGANITZATS EL 2022:

JORNADES DE LA GALERA (conjuntament amb les Viles Marineres de les Terres de l'Ebre).

RUTA DE LA TAPA TOT S'HI VAL.

JORNADES DE LA TONYINA ROJA.

RUTA DE LA TAPA ROJA (TONYINA ROJA).

DIADA DE LA TONYINA ROJA. (conjuntament amb el Grup Balfegó en motiu de la celebració del 10è aniversari del TUNA-TOUR)

JORNADES DELS FIDEUS ROSSEJATS.

DIADA DELS FIDEUS ROSSEJATS.

RUTA DE LA TAPA MARINERA.

JORNADES DE L'ARROSSEJAT I DEL PEIX DE LA LLOTJA.

DIADA DE L'ARROSSEJAT.



43-PROMOCIÓ GASTRONÒMICA. JORNADES DE LA GALERA.

L'Ametlla de Mar presenta l'agenda gastronòmica pel 2022

L'agenda gastronòmica de 2022 preveu totes les cites gastronòmiques consolidades, sempre que la pandèmia i les restriccions ho permetin. El 2021 es van poder dur a terme totes les jornades, valorades positivament tant pels restauradors com per l'Àrea Municipal de Turisme, excepte les diades que no es van poder celebrar i que s'espera reprendre-les enguany.

La regidoria de Turisme ja té tancada l'agenda gastronòmica d'enguany. La primera parada serà d'aquí a pocs dies, concretament de l'11 de febrer al 13 de març, amb les Jornades de la Galera que es realitzen simultàniament a les quatre Viles Marineres de les Terres de l'Ebre. Una cita que s'enganxarà amb la ruta de tapes on 'Tot s'hi val', de l'11 al 20 de març, als bars de la població.

La regidora de Turisme, Maite Boquera, comenta que *«esperem poder reprendre les diades que donaven tret de sortida a les dife-*

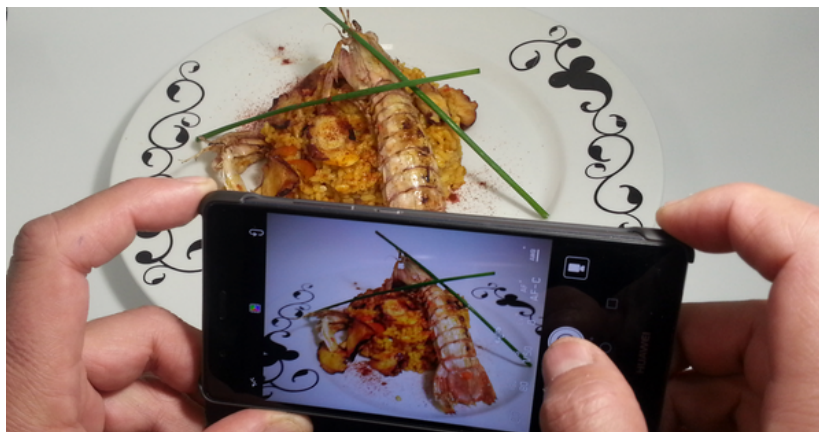


rents jornades».

La tonyina roja continuarà sent protagonista, entre el 29 d'abril i el 15 de maig, amb les jornades als restaurants i la ruta de la Tapa Roja als bars. L'inici d'aquestes jornades serà amb la Diada de la Tonyina Roja, els dies 30 d'abril i 1 de maig.

La següent proposta serà del 3 al 12 de juny, on tindran lloc les Jornades dels Fideus Rossejats i la ruta de la Tapa Marinera. L'arrencada serà el dia 5 amb la Diada dels Fideus Rossejats. Al mes de juny, del 4 al 6 de juny s'espera també celebrar la Fira de la Mar, aprofitant el dilluns festiu de la 2a Pasqua.

I per últim, a l'octubre, del 7 al 16, hi haurà les Jornades del Peix de Llotja i l'Arrossejat, amb la celebració de la Diada de l'Arrossejat el dia 8.



44-PROMOCIÓ GASTRONÒMICA. JORNADES DE LA GALERA.

Butlletí Setmanal n. 375/ 11 de febrer de 2022.
L'Ametlla de Mar

@lcalartv
#lcalartv #ametllademar

Quatre
Cantons

LA NOTÍCIA DE LA SETMANA

10 restaurants caleros participen a les Jornades de la Galera



El punt gastronòmic àlgid de la galera és a ara a l'hivern, quan està ovada.

La cita gastronòmica s'inicia aquest divendres 11 de febrer i s'allargarà fins al diumenge 13 de març.

La galera és la protagonista de la primera jornada gastronòmica de l'any. Des d'aquest divendres 11 de febrer al diumenge 13 de març, les quatre Viles Marineres de les Terres de l'Ebre - l'Ametlla de Mar, l'Ampolla, la Ràpita i Alcanar - encenen els fogons conjuntament per fer valdre aquest crustaci. Enguany, hi ha 10 restaurants de la població que participen en aquesta edició.

És el novè any que les Viles Marineres de les Terres de l'Ebre s'uneixen per potenciar aquest crustaci tan comú al litoral ebrenc. En aquesta 9a edició, una qua-

rantena de restaurants, deu dels quals de l'Ametlla de Mar, hi participen elaborant menús on la galera hi és present en múltiples variacions culinàries.

Des de canaló cruixent de galera amb beixamel de llagostí i germinats o crema de galera amb caputxí de nata fins a galeres rostides, saltejades o fins i tot a la romana. Tot això, maridat amb vins del territori de la DO Terra Alta. Els menús als restaurants caleros tindran un cost d'entre els 28 i 35 euros per persona.

La regidora de Turisme, Maite Boquera, ha destacat que «les jornades tenen l'objec-

tiu de manifestar el compromís amb la cuina de proximitat, el producte local i també els valors de la vida marinera».

Per arrodonir l'experiència gastronòmica, les persones que provin els menús, podran participar en un concurs a Instagram, fent i publicant una fotografia, gràcies al qual els guanyadors podran gaudir d'un lot de vins DO Terra Alta o d'una experiència enoturística per a dues persones a un celler de la Ruta del Vi DO Terra Alta.

Es pot consultar tota la informació de les Jornades Gastronòmiques a www.visitametllademar.com



**IX JORNADES
GASTRONÒMIQUES
DE LA GALERA
DE LES TERRES DE L'EBRE**
ALCANAR - L'AMPOLLA - L'AMETLLA DE MAR - LA RÀPITA
DE L'11 DE FEBRER AL 13 DE MARÇ DE 2022



45-PROMOCIÓ GASTRONÒMICA. JORNADES GASTRONÒMIQUES.

DESTAQUEM

Èxit de les primeres cites gastronòmiques de l'any a l'Ametlla de Mar



Durant aquests primers mesos de l'any, l'Ametlla de Mar ja ha celebrat dos esdeveniments gastronòmics que tenen l'objectiu de desestacionalitzar la temporada turística i posar en valor la gastronomia, la cultura i la vida marinera del municipi. Es tracta de les Jornades de la Galera i de la Ruta de Tapes 'Tot s'hi val', que han finalitzat amb un alt èxit de participació.

Les Jornades de la Galera van finalitzar amb més de dos mil menús servits a l'Ametlla de Mar. Concretament, els deu restaurants del municipi que van participar, van elaborar 2.050 menús durant la cita gastronòmica, que s'ha celebrat a les quatre Viles Marineres de les Terres de l'Ebre, entre l'11 de febrer i el 13 de març.

Pel que fa a la Ruta de Tapes 'Tot s'hi val' ha finalitzat amb una alta participació en la

seua quarta edició. La ruta, que es va iniciar l'11 de març, ha finalitzat aquest passat diumenge amb més d'un miler de tapes servides, en concret 1.563. Els bars i restaurants del municipi han elaborat 13 tapes amb una àmplia varietat de productes de qualitat i proximitat.

La regidora de Turisme, Maite Boquera, celebra aquestes xifres.

Ara, la regidoria de Turisme ja està treballant en les properes jornades gastronòmiques que seran les de la Tonyina Roja, entre el 29 d'abril i el 15 de maig, en les quals hi haurà tant menús com tapes als restaurants i bars del municipi, amb aquesta espècie per excel·lència com a protagonista. A més, el 30 d'abril i l'1 de maig es donarà tret de sortida a les jornades amb la diada popular.



L'Ametlla de Mar participa en les Jornades de les Oficines de Turisme de Catalunya

Aquest dijous i divendres, 24 i 25 de març, s'ha celebrat a Puigcerdà, la XXVI edició de les Jornades de les Oficines de Turisme de Catalunya, el punt de trobada anual dels professionals que es dediquen a la gestió turística de les destinacions catalanes.

S'havien de celebrar en les mateixes dates de finals de març de 2020, però l'esclat de la pandèmia va portar a la suspensió i que tampoc es duessin a terme l'any passat.

Les Jornades de les Oficines de Turisme de Catalunya són un fòrum formatiu, d'intercanvi d'experiències i de descoberta del territori.

El gerent de Turisme de l'Ametlla de Mar, Damià Llaó, qui s'ha traslladat a Puigcerdà per participar-hi explica que «*són unes jornades on es posen en comú diferents temes. En el nostre cas, aquest divendres, parlarem dels projectes que han sorgit arran de la pandèmia, com l'estudi estratègic que es va impulsar i les diferents accions que hem dut a terme al municipi, com el tour virtual per la costa calera*».

DESTAQUEM

L'Ametlla de Mar viu un cap de setmana farcit de cultura marinera

El passat cap de setmana, centenars de persones es van aplegar al port pesquer calero per viure la 8a edició de la Fira de la Mar. Una vintena de comerços, establiments de restauració i empreses nàutiques es van instal·lar en diferents casetes de fusta per oferir i promocionar els seus productes i activitats turístiques. La mostra va anar acompanyada de diverses activitats culturals i gastronòmiques per tots els públics.

Turisme nàutic, comerç, música i gastronomia es van fusionar en aquesta fira, que va tornar amb força després de dos anys sense poder-se celebrar a causa de la pandèmia. I és que la intensa calor del cap de setmana no va privar a les caleres i els caleros a sortir i posar en valor la tradició marinera del municipi.

Entre les activitats programades va destacar la Diada dels Fideus Rossejats i el tradicional concurs popular. Des de les 10 h del matí del diumenge, els fogons, el carbó i els 'calderos' van acaparar el protagonisme d'una jornada



multitudinària que es va allargar fins a primera hora de la tarda, amb degustacions de gastronomia marinera i tastets de vi de la DO Terra Alta.

Els prop de 40 cuiners participants en el concurs, amb les seves colles i famílies, es van repartir en dos torns de 20 fogons cadascun, i van anar confeccionant els fideus rossejats, mentre eren avaluats per un jurat repartit en tres taules, que va atorgar fins a 6 primers premis dotats amb 150 €. Els guanyadors van ser Roger Llaó, Maru Paris, Elena Font, David Peramato, Carme Domenec i Santi Duque.

A més, al llarg del matí, es van poder de-

gustar fideus rossejats servits per l'Ajuntament de l'Ametlla de Mar, i polp amb allioli i seitons fregits, a càrrec de la Confraria de Pescadors. Degustacions que anaven acompanyades per una bona representació de cellers i cooperatives de vins de la DO Terra Alta. En total, es van servir 1.250 degustacions de fideus, polp i seitó i 700 tiquets de tast de vins.

La regidora de Turisme, Comerç i Civisme, Maite Boquera, valora satisfactòriament el cap de setmana i agraeix a totes les persones que ho han fet possible.

La Diada de diumenge va posar punt final a les Jornades Gastronòmiques dels Fideus Rossejats i la Ruta de la Tapa Marinera, que es van iniciar el passat 3 de juny. En total, s'han servit 1.190 menús en els catorze restaurants participants a les Jornades Gastronòmiques. D'altra banda, els tretze bars participants a la Ruta de la Tapa Marinera han servit 1.890 amb peix i marisc del municipi.

46-PROMOCIÓ GASTRONÒMICA. JORNADES DE LA TONYINA ROJA.

Les Jornades de la Tonyina finalitzen amb xifres molt positives



Diumenge passat es tancaven dues setmanes on l'Ametlla de Mar ha estat la capital de la Tonyina Roja del Mediterrani. Durant aquests dies, s'han servit prop de 6.000 tapes i 1.500 menús als restaurants i bars del municipi.

El nombre de tapes supera les xifres d'abans de la pandèmia, mentre que el nombre de menús ha estat similar l'any 2019. Des de l'Àrea Municipal de Turisme valoren satisfactòriament les jornades i treballen amb la mirada posada a les pròximes Jornades Gastronòmiques dedicades als Fideus Rossejats i la Tapa Marinerà, que estan previstes del 3 fins al 12 de juny.

La tonyina roja agafa el protagonisme gastronòmic de La Cala



Un dels plats dels menús gastronòmics de les Jornades.

Des d'aquest divendres i fins al 15 de maig, quinze restaurants i tretze bars ofereixen menús gastronòmics i tapes elaborades amb aquesta espècie per excel·lència.

El tret de sortida serà la Diada de la Tonyina Roja, que coincidint amb els 10 anys del Tuna Tour, oferirà, durant aquest cap de setmana, degustacions, actuacions musicals, tallers infantils, esport i molt més.

L'Ametlla de Mar es consolida, un any més, com la capital de la tonyina roja. Des d'aquest divendres i fins al 15 de maig, acollirà les XI Jornades de la Tonyina Roja del Mediterrani, amb la participació de quinze restaurants i tretze bars de la població, que faran de la tonyina, el principal element d'inspiració per a les seves creacions gastronòmiques. El tret de sortida serà la Diada de la Tonyina Roja, que tindrà lloc aquest cap de setmana, amb degustacions, música, esport i molt més.

L'Ajuntament de l'Ametlla de Mar, juntament amb el Grup Balfegó i el Tuna Tour, han organitzat la Diada de la Tonyina Roja, aquest cap de setmana, amb degustacions, actuacions de música, espectacles de gastronomia i tallers sobre conservació marina. Un esdeveniment que es recupera després de dos anys de pandèmia i que enguany compta amb la celebració especial del desè aniversari del Tuna Tour.

Durant el dissabte i el diumenge, al Port de l'Ametlla de Mar, es podrà degustar la tonyina roja al preu de 3 euros i es duran

a terme diverses activitats lúdiques, com l'actuació de Miqui Puig, la Xaranga Suquet de Calero, el concert de Sophie and The Swallow, Cat o la Dj argentina Sonido Tupinambá. També es realitzaran tallers infantils per divulgar tots els valors que l'empresa promou al voltant d'aquesta espècie. A més, durant el dia i cada hora, es podrà gaudir de passejades amb el Tuna Tour, sense cap cost. Tot això, de forma gratuïta, al davant mateix de l'embarcació del Tuna Tour.

«Volem apropar el caràcter divulgatiu del Tuna Tour i celebrar aquests 10 anys, durant els quals han passat més de 120.000 passejers amb un impacte de 2,5 milions d'euros», explica el responsable de comunicació i màrqueting de Balfegó, Joan Grau.

Dues setmanes de menús i tapes als restaurants i bars del municipi

La Diada de la Tonyina Roja només serà el preàmbul de les Jornades Gastronòmiques: dues setmanes durant les quals els amants de la tonyina roja podran degustar

Continua a la pàgina següent

47-PROMOCIÓ GASTRONÒMICA. DIADA DE L'ARROSSEJAT.

Butlletí Setmanal n. 391/ 10 de juny de 2022
L'Ametlla de Mar

@lcalartv
#lcalartv #ametllademar

Quatre
Cantons

LA NOTÍCIA DE LA SETMANA

L'Ametlla de Mar promociona el turisme nàutic, el comerç i la gastronomia en la 8a Fira de la Mar



El tradicional concurs de fideus rossejats.

El diumenge 12 de juny, la Fira acollirà la celebració de la Diada dels Fideus i el seu popular concurs gastronòmic.

El port de l'Ametlla de Mar és l'escenari de la 8a edició de la Fira de la Mar, aquest cap de setmana, 10, 11 i 12 de juny. Tres dies plens d'activitats destinades a promoure el turisme nàutic, el comerç i la gastronomia local per posar en valor la tradició marinera del municipi.

La Fira està formada per una vintena de casetes de fusta on s'han instal·lat comerços locals per exposar els seus productes i també empreses de turisme nàutic que ofereixen ofertes i descomptes de les seves activitats.

Una mostra que va acompanyada de l'animació de la Xaranga Suquet Calero i de diverses actuacions musicals, com el vermut electrònic amb Ikany Dj dissabte al migdia, el concert del grup local de The Baldats dissabte al vespre, les havaneres amb La Vella Lola diumenge al vespre, i diversos tallers mediambientals, parc lúdic pels

infants, atraccions infantils ecològiques i titelles durant tot el cap de setmana.

El diumenge 12 de juny, la Fira posarà en valor la gastronomia local amb la celebració de la 29a Diada dels Fideus Rossejats, durant la qual es podrà degustar aquest plat típic mariner, acompanyat d'un tast de vins d'una desena de cellers de la DO Terra Alta. A més, la Confraria de Pescadors també instal·larà un estand de degustacions de peix de la Llotja. I durant el matí tindrà lloc el tradicional concurs popular dels fideus rossejats. La regidora de Turisme, Maite Boquera, remarca que «*estem molt contents de poder recuperar la Fira i també la Diada dels Fideus, que fa dos anys que no celebrem a causa de la pandèmia. És la nostra caracterització de mar, cultura i gastronomia*».

Paral·lelament, des del passat divendres i fins al diumenge 12, els restaurants i bars

de la població ofereixen menús gastronòmics i tapes de les Jornades Gastronòmiques dels Fideus Rossejats i la Ruta de la Tapa Marinera.

Tota la informació es pot consultar a www.visitametllademar.com.



48-PROMOCIÓ GASTRONÒMICA. JORNADES DELS FIDEUS ROSSEJATS.

Els fideus rossejats protagonitzen les Jornades Gastronòmiques de l'Ametlla de Mar



Els fideus rossejats és el plat principal dels menús d'aquestes Jornades.

Del 3 al 12 de juny, menús i tapes als bars i restaurants del municipi.

A partir d'aquest divendres i fins al 12 de juny, catorze restaurants del municipi ofereixen menús amb els fideus rossejats com a plat principal. A més, paral·lelament també hi ha la Ruta de la Tapa Marinera a tretze bars del municipi, tapes elaborades amb el peix de la Cala. La Diada d'aquestes Jornades serà el 12 de juny coincidint amb la Fira de la Mar.

Durant aquests dies, els cuiners dels restaurants participants elaboraran aquest plat típic mariner, fet de receptes tradicionals o d'altres de més innovadores i acompanyat de diferents espècies de proximitat, com pop, sardina, sípia o gamba. Els preus per persona ronden entre els 20 i 45 euros, amb menús complets i maridats amb vins de la DO Terra Alta.

Un peix que també serà present en forma de tapa a la Ruta de la Tapa Marinera. Gyoza amb calamar negre i eco-pastanaga, crujicoctel de rap i llagostí, torrada amb alvocat verduretes i peix fumats són algunes d'aquestes tapes. El preu per tapa amb quinto Heineken és de 3,5 euros.

La regidora de Turisme, Maite Boquera, remarca que «la voluntat és promocionar

els productes de proximitat i posar en valor aquest plat típic mariner».

Les persones que facin la Ruta de Tapes, omplint una butlleta amb els segells de cinc establiments diferents entraran en el sorteig de menús dobles a les properes jornades i de 10 viatges amb el Tuna Tour.

A més, també es pot participar en el Concurs a Instagram per guanyar dos menús dobles per gaudir a les properes jornades del mes d'octubre. Els participants hauran de publicar les seves fotografies relacionades amb les jornades, amb els hashtags: #FideusRossejats22 i #Ametlla-deMar, ser seguidors de @turismeametllademar a Instagram i tenir el perfil públic.

Les jornades culminaran el 12 de juny amb la celebració de la XXVI Diada dels Fideus Rossejats, coincidint amb la Fira de la Mar que se celebrarà del 10 al 12 de juny, al port pesquer. Una diada que comptarà amb el tradicional Concurs de Fideus de 10 a 14 h del matí i altres activitats previstes durant el dia, emmarcades dins la Fira de la Mar.

Es poden consultar els menús i tapes de les Jornades, a www.visitametllademar.com.

49-"AMETLLADEMARSHOPPING" ACCIONS 2022. MERCAT DE NADAL.

Per segon any cop consecutiu s'ha dut a terme el Mercat de Nadal a l'Avinguda Batlle Pijoan on es va augmentar el número de casetes amb un total de 23 i on van participar un total de 17 comerços, 1 bar, 3 restaurants i 5 entitats de la població i que es va poder visitar del 6 a l'11 de desembre i on també es van dur a terme: actuacions musicals, tastos de vins i menjar, tallers infantils, tallers de petanca, degustacions, etc.

També per segon cop es va muntar una carpa on es va acollir la 2a MOSTRA D'ANIMALS DE GRANJA, amb molt bona acollida i un gran número de visitants, sobretot per part dels més petits de la casa.



MERCAT de Nadal
MOSTRA D'ANIMALS DE GRANJA

Inauguració 6 de desembre a les 11h amb Cantada de Nades de l'EMMA

DEL 6 A L'11 DE DESEMBRE

De dimarts a dissabte de 11h a 14h i de 17:30h a 20:30h
Diumenge de 11h a 14h

ACTIVITATS | TALLERS | ANIMACIÓ INFANTIL |
ACTUACIONS MUSICALS | XOCOLATADA | VERMUT
| TASTS I MARIDATGES | PINTXOS |
DEGUSTACIONS DE FIGUES I BORRAINES

Avinguda Batlle Josep Pijoan



MERCAT de Nadal
MOSTRA D'ANIMALS DE GRANJA
DEL 6 A L'11 DE DESEMBRE

Activitats tots els dies
Durant tot el dia
Animació infantil
Gofres Croissanteria Neus
"Pintxo" + vermut Com a Casa
Al migdia
Degustació vermut Rapienc Celler de la Plaça.
Per la tarda
Passejades amb ponis

06 DIMARTS
Recollida de Joguines Creu Roja
MATÍ
11:00h Figues i Borraïnes amb Forn Bomba
11:30h Cantada de Nades amb l'EMMA
12:00h Degustacions vermuts la Bodega
TARDA
18:00h Taller de Xocolata gentilesa Cal Pastelero
19:00h Tast de vins proximitat la Bodega

07 DIMECRES
Recollida de Joguines Creu Roja
MATÍ
11:30h Taller infantil Dones Endavant
TARDA
Xocolatada Croissanteria Neus

08 DIJOUS
Recollida de Joguines Creu Roja
MATÍ
11:30h Figues i Borraïnes amb Forn Bomba
11:30h Taller infantil Dones Endavant
12:00h Música amb Maël Wulschleger
TARDA
18:00h Tast de vins el Celler de la Plaça

09 DIVENDRES
MATÍ
11:30h Taller infantil Dones Endavant
Exhibició Petanca
12:00h Degustació vermut la Bodega
TARDA
Catorres Ca la Delia
18:00h Xaranga Suquet Calero
19:15h Tast de vins proximitat la Bodega

10 DISSABTE
MATÍ
10:30h Figues i Borraïnes amb Forn Bomba
10:30h Assaig Obert
11:30h Batucada Kalacatà
12:00h Exhibició Petanca
12:00h Tast de cerveses el Celler de la Plaça
TARDA
Catorres Ca la Delia
18:00h Tast de cava el Celler de la Plaça

11 DIUMENGE
MATÍ
12:00h Cantantes:
Preparem el Nadal
Maridatge Moli dels Avis
13:00h Sorteig Concurs Instagram
#AmetlladeMarShopping
13:30h Graellers de la Colla Gegantera
Sorteig Comerços Mercat de Nadal

**50-SUPORT AL COMERÇ LOCAL.
MOSTRA D'APARADORS DIA INTERNACIONAL DE
LA DONA I LA NENA EN LA CIÈNCIA.**

APARADORS PEL DIA INTERNACIONAL DEL DIA DE LA DONA I LA CIÈNCIA. Per segon any consecutiu l'Àrea de Comerç de l'Ajuntament de l'Ametlla de Mar conjuntament amb l'empresa Plàncton es van sumar a la celebració del Dia Internacional de la Dona i la Nena en la Ciència que es va dur a terme de l'11 al 27 de febrer i on hi van participar 7 establiments guarnint els seus aparadors amb la representació de diferents dones astrònomes. També, des de l'Institut Candelera es van dur a terme tallers i rutes científiques per a l'alumnat pels diferents aparadors. Es va fer un sorteig d'un menú doble per a les properes Jornades Gastronòmiques de la Tonyina Roja entre tots els participants que van segellar unes butlletes repartides entre els establiments participants. D'aquesta manera s'incentiva la visita per parts de la població als diferents comerços.

L'Ametlla de Mar participa en el Dia Internacional de la Dona i la Nena en la Ciència

Per segon any consecutiu, l'Ametlla de Mar juntament amb l'empresa Plàncton, Divulgació i Serveis Marins se suma a la celebració del Dia Internacional de la Dona i la Nena en la Ciència i, de l'11 al 27 de febrer, 7 establiments del municipi adornaran els seus aparadors amb la representació de diferents dones astrònomes.

A cada comerç guarnit hi haurà unes butlletes amb el llistat dels establiments participants i els ciutadans que segellin tot el llistat entraran en el sorteig d'un menú doble en les pròximes Jornades Gastronòmiques de la Tonyina Roja.



La regidora de Comerç, Maite Boquera, comenta que *«és una manera de donar a conèixer i reivindicar la dona en aquest vessant, per tal de promoure la participació plena i en condicions d'igualtat»*.

Per la seva banda, la copropietària de Plàncton, Eli Bonfill, apunta que *«engany ho hem enfocat a les dones astrònomes, ja que al desembre es va llençar a l'espai el telescopi James Webb»*.

Des de l'Institut Candelera també es duran a terme tallers i rutes científiques per a l'alumnat pels diferents aparadors. I també es durà a terme una exposició de llibres sobre les dones a la Biblioteca Dr. Frias.

51-SUPORT AL COMERÇ LOCAL. FORMACIÓ.

FORMACIÓ. Durant el mes d'octubre la Regidoria de Turisme, Comerç i Civisme va organitzar una formació d'aparadorisme nadalenc, íntegrament subvencionada i adreçada tant a treballadors en actiu com a persones en situació d'atur. Un curs teoricopràctic amb la finalitat apropar eines als comerciants locals per dissenyar i implementar una part tant important del seu negoci com és l'aparador. Aquest curs es va impartir a través de la metodologia "learning by doing", aprenent fent. El curs va ser tot un èxit amb una quinzena de comerciants de l'Ametlla de Mar com a participants. Es van donar eines per poder dissenyar i planificar el seu aparador de Nadal. Sempre tenint en compte materials i tècniques fàcils, realistes i econòmiques, amb les que poder obtenir resultats per captar l'atenció dels clients. Les eines que es van facilitar també es poden implementar en altres campanyes d'aparadorisme al llarg de l'any i les diferents temporades.

El comerç de La Cala es prepara per a la temporada nadalenca amb un curs d'aparadorisme

A partir de la metodologia 'learning by doing', l'Àrea de Turisme i Comerç de l'Ametlla de Mar ha organitzat per a principis d'octubre una formació d'aparadorisme nadalenc, íntegrament subvencionat i dirigit tant a treballadors en actiu com a persones en situació d'atur. Es tracta d'un curs teoricopràctic que té la finalitat d'apropar eines als comerciants locals per dissenyar i implementar una part tan important del seu negoci com és l'aparador.

L'encarregada de preparar als alumnes serà la mediadora artística, docent i creativa Jackeline Jorba, qui ja compta amb experiència en la formació dirigida a negocis i tàctiques per potenciar-los. Jorba farà un curs que mescla la teoria i la pràctica per treballar les idees, la seva posada en pràctica, i el seu cost, tant material com econòmic.

D'aquesta manera, es mostrarà als alum-



nes com potenciar la seva imatge per captar l'atenció dels clients amb materials senzills, fàcils i econòmics, coneixements que podran fer servir més enllà d'aquesta època estacional.

La regidora de Comerç, Maite Boquera, explica que «és el 100% subvencionat» i «és una eina de formació pels comerciants».

Per participar en el curs, els interessats han de dirigir-se al Telecentre. Cal portar un document que acrediti la seva situació laboral i els formularis d'inscripció.

52-SUPORT AL COMERÇ LOCAL. MOSTRA D'APARADORS "BENVINGUT ESTIU".

MOSTRA D'APARADORS I DECORACIÓ INTERIOR "BENVINGUT ESTIU". La 2a. mostra d'aparadors i decoració interior "Benvingut Estiu!" amb l'objectiu de promoure i incentivar el comerç local. La temàtica de la mostra per aquest estiu 2022 va ser "L'Ametlla de Mar, vila marinera", degut a que la nostra població està certificada com una de les viles marineres de les Terres de l'Ebre i també per l'Agència Catalana de Turisme, i el retorn de l'organització enguany de la Fira de la Mar,



2a MOSTRA D'APARADORS I DECORACIÓ INTERIOR "BENVINGUT ESTIU!"

TEMÀTICA 2022: L'AMETLLA DE MAR, VILA MARINERA.
L'Ajuntament de L'Ametlla de Mar, mitjançant la Regidoria de Turisme, Comerç i Civisme, convoca la segona edició de la mostra d'aparadors i decoració interior "Benvingut estiu! L'Ametlla de Mar, vila marinera"

1.Descripció:

La 2a MOSTRA D'APARADORS I DECORACIÓ INTERIOR "BENVINGUT ESTIU! L'AMETLLA DE MAR, VILA MARINERA" té com a objectiu promoure i incentivar el comerç local.

Es portarà a terme durant les següents dates: del 10 de juny al 15 de juliol, com a mínim, podent-ho allargar cada establiment fins quan cregui oportú.

Degut a que la nostra població està certificada com una de les viles marineres de les Terres de l'Ebre i també per l'Agència Catalana de Turisme, i el retorn de l'organització enguany de la Fira de la Mar, la temàtica de la mostra per aquest estiu serà "L'Ametlla de Mar, vila marinera": articles relacionats amb el món de la mar, tipisme mariner, les xarxes, etc.

2.Participants:

Pot participar qualsevol comerç, establiment de restauració o allotjament turístic ubicat dins al terme municipal de L'Ametlla de Mar.

3.Inscripció:

La inscripció a la mostra s'ha de formalitzar trucant a l'Oficina de Turisme de L'Ametlla de Mar (977 45 64 77) o responnent a aquest mateix correu electrònic abans del divendres 3 de juny.

4.Comunicació:

L'Àrea de turisme, comerç i civisme editarà un plànol amb la ubicació de tots els establiments participants i en farà promoció a la seva pàgina web i a les xarxes socials, així com als diferents mitjans de comunicació locals.

L'Ajuntament de L'Ametlla de Mar es reserva el dret de resoldre qualsevol cas no previst en aquestes bases. També es reserva el dret de les imatges dels participants per a poder utilitzar-les en posteriors campanyes de promoció comercial.

53- SUPORT AL COMERÇ LOCAL. CAMPANYA DE CONSCIENCIACIÓ SOBRE ELS RESIDUS AL MAR.

Junt amb la Confraria de Pescadors de l'Ametlla de Mar es va dur a terme una campanya de conscienciació sobre els residus al mar. Organitzada per l'Associació catalana de Dones de la Mar (ACDM) com a objectiu de divulgar i sensibilitzar sobre l'origen dels residus que arriben a la mar i que provoquen tota mena d'efectes nocius en la flora i la fauna marina. Hi van participar una vintena de comerços que durant l'estiu van exposar un cartell informatiu amb un missatge "La mar comença aquí. Recull els residus perquè no arribin al mar" i aquest anava acompanyat amb una xarxa de pescar cosida en forma de bossa on a l'interior els establiments hi van dipositar ampelles de plàstic i altres residus.



Butlletí Setmanal n. 389 / 27 de maig de 2022
L'Ametlla de Mar

@lcalartv
#lcalartv #ametllademar

Quatre
Cantons

LA NOTÍCIA DE LA SETMANA

Comerços locals participen en una campanya de conscienciació sobre els residus a la mar



La campanya és organitzada des de l'Associació Catalana de Dones de la Mar.

'La mar comença aquí. Recull els residus perquè no arribin a la mar' és el nom d'aquesta campanya, exposada a diferents comerços del municipi, que mostra un retall de xarxa de pescar amb residus dipositats a dins.

Una vintena de comerços de l'Ametlla de Mar s'han sumat a aquesta campanya de conscienciació, organitzada des de l'Associació Catalana de Dones de la Mar (ACDM), que té l'objectiu de divulgar i sensibilitzar sobre l'origen dels residus que arriben a la mar i que provoquen tota mena d'efectes nocius en la flora i la fauna marina.

Des de la setmana passada, 25 comerços del municipi mostren un cartell informatiu amb un missatge clar: 'La mar comença aquí. Recull els residus perquè no

arribin a la mar'. El cartell va acompanyat d'un retall de xarxa de pescar i al seu interior, ampelles de plàstic i/o altres residus.

«Una campanya de conscienciació que pretén donar visibilitat a la problemàtica transmetent que l'alta concentració de residus en els ecosistemes marins, no es generen només a les platges o a la mar, sinó que tenen el seu origen en les activitats de terra» així ho explica la vicepresidenta de l'Associació Catalana de Dones de la Mar, Flori Balagué Gil.

Els comerços participants són No

stress, Esmeralda regals, Begudes Martí, Pica Pica, Hotel del Port, Bar Glop, Immobiliària Costa Dorada, Miraquecolchon, Regals Consarnau, Com a Casa, Brigit, El Molí dels Avis, Terra Botiga, Dèlia, Lorena, Murciana, Lluna Xics, Maria Ma Elegance, Llibreria Sant Jordi, Madeira Decoració, Apareket, Felip, Ma Jolie, Can Císcuillo, Vila Callau.

El projecte, que compta amb la col·laboració de PESCA NETA, té la intenció d'estendre's a altres municipis costaners de Catalunya.

54-SUPORT AL COMERÇ LOCAL. PROMOCIÓ A XARXES SOCIALS.

PROMOCIÓ A XARXES SOCIALS. Concurs Instagram l'@AmetlladeMarShopping. Per tal d'incentivar i premiar les compres al comerç local durant els mesos de maig i de novembre que son uns dels mesos on hi ha menys facturació, es va tirar endavant un concurs a la xarxa social d'Instagram des del perfil de l'@Ametllademarshopping. D'aquesta manera i amb la compartició de les compres a Instagram per part dels clients, es busca conèixer, promocionar, fer pinya i augmentar les compres als comerços de la població. Els premis van ser dos xecs regals, un de 440€ i l'altre de 320€, que s'havien de gastar íntegres a les botigues participants en la promoció. Igual que amb totes les accions dutes, se'n va fer promoció a la pàgina web, a les xarxes socials, als mitjans de comunicació locals, etc.

Durant aquest any 2022 hem passat de 1292 seguidors a l'Instagram de l'@Ametllademarshopping a 2096 al desembre, amb un augment de quasi cent seguidors. Cada dia de l'any compartim una foto o dues dels comerços que ens etiqueten o que posen l'etiqueta #ametllademarshopping a les seves publicacions, augmentant aquestes publicacions en èpoques de promocions i compres.

També compartim diàriament totes les stories dels establiments que ens etiqueten, de dilluns a diumenge i tots els dies de l'any.

A la vegada atenem totes les consultes referents als comerços ja sigui telefònicament, a través de correu electrònic o de les xarxes socials.



55-SUPORT AL COMERÇ LOCAL. MERCAT DE NADAL.

El Mercat de Nadal tornarà amb l'aparença nòrdica de les casetes de fusta



Les casetes es van instal·lar, per primer cop, l'any passat.

Durant el Pont de la Puríssima, la zona del parc del Bon Repòs oferirà una àmplia oferta de productes de proximitat i es duran a terme diverses activitats per tots els públics.

Entre els dies 6 i 11 de desembre, una vintena de casetes de fusta s'instal·laran a la zona del parc del Bon Repòs per tornar a acollir el Mercat de Nadal de l'Ametlla de Mar. L'espai nadalenc oferirà tota mena de productes de proximitat del teixit comercial i associatiu del municipi i alhora es duran a terme diferents activitats per grans i menuts per amenitzar la iniciativa.

Comerços i entitats participaran en aquesta tercera edició del Mercat que mantindrà les casetes de fusta, incorporades, per primer cop, l'any passat. Durant el Pont de la Puríssima, el municipi s'impregnará de màgia i ambient nadalenc amb aquesta fira inspirada als mercats típics dels països europeus.

En aquesta edició, s'instal·laran les casetes de fusta al llarg de l'avinguda Batlle Josep Pijoan, però ocuparan l'estacionament dels vehicles mirant cap al parc, d'aquesta manera es comptarà amb tota la cera i hi haurà més espai per passejar.

Com a novetat també es farà un sorteig entre els clients del Mercat, les persones

que comprin a qualsevol dels estands entraran a un sorteig d'una cistella elaborada per productes dels diferents comerços participants.

Per complementar les diferents parades, durant el Mercat s'oferiran activitats per a tots els públics, com tallers infantils, xaranga, cantada de nades, tast de vins, contantes, vermut electrònic o degustacions de figues i borranys. També al parc del Bon Repòs, s'instal·larà la carpa per tornar a donar cabuda a la mostra d'animals de granja.

A més, enguany es comptarà amb el Carter Reial, l'últim dia del Mercat, l'11 de desembre a les 12 h; un espectacle infantil que permetrà als més menuts disposar les seves cartes als Reis Mags.

La regidora de Turisme, Comerç i Civisme, Maite Boquera, apunta que «serà un espai de regals, decoració, productes gastronòmics i associacions locals per promocionar el municipi dins un ambient festiu i nadalenc».

Pròximament es posarà a disposició dels ciutadans l'horari amb tota la programació de les activitats del Mercat.

L'Ametlla de Mar tanca la 3a edició del Mercat de Nadal amb un gran èxit

El Mercat de Nadal de l'Ametlla de Mar va tancar, aquest diumenge, les casetes de fusta aquest diumenge després d'oferir, durant sis dies, un gran ventall de productes de proximitat, la Mostra d'Animals de Granja i diferents activitats organitzades per a tots els públics. La valoració per part de la regidoria i dels participants és molt positiva.

Enguany, la fira nadalenca ha mantingut l'aparença dels mercats típics del nord d'Europa amb les casetes de fusta. Vint-i-un comerços i restaurants i sis entitats locals s'han instal·lat al llarg del carrer Batlle Josep Pijoan per oferir els seus productes de proximitat.

Paral·lelament a la proposta comercial, s'han organitzat més d'una vintena d'activitats, per part de la regidoria i dels mateixos comerciants, com degustacions de figues i borranys, tallers infantils, tast de vins, dj's o la música de la batucada o la xaranga.

«Tot i que el mal temps va fer la guita el dijous i diumenge al matí, afortunadament s'han pogut desenvolupar gran part de les activitats i en fem una valoració positiva» explica la regidora de Turisme, Comerç i Civisme, Maite Boquera.

Comerciants i restauradors participants també en fan bona valoració i afirmen que «és una bona iniciativa per impulsar el comerç i producte de proximitat».

Durant el Mercat, es va instal·lar la bústia del Carter Reial que va recollir les cartes als Reis Mags. A més també es va dur a terme el sorteig de comerç de l'Instagram entre els 218 participants i el sorteig que es va fer durant el Mercat dels diferents compradors. Es poden consultar al perfil d'Instagram d'@ametllademarshopping.



Aquesta primavera, comprar al comerç local té premi

La regidoria de Turisme, Comerç i Civisme ha posat en marxa un Sorteig de Primavera de Comerç a través d'Instagram, amb l'objectiu de promocionar el comerç local.

Des de divendres passat, comprar a les botigues de l'Ametlla de Mar pot tenir premi. Per participar en aquest sorteig, es pot fer de dues maneres diferents: publicar una foto teva fent la teva compra a qualsevol dels establiments col·laboradors al teu perfil d'Instagram o a una story, etiquetant a la botiga, si és que té perfil a Instagram, i també a @ametllademarshopping i amb els 2 hashtags



#AmetlladeMar i #AmetlladeMarShopping.

Excepcionalment, les persones que no tinguin perfil a Instagram, serà l'establiment, l'encarregat de penjar la foto a l'story.

Els participants han de tenir el perfil públic i seguir a @ametllademarshopping. Les fotografies es podran publicar fins a les 20 h de la tarda del 29 de maig.

Maite Boquera, la regidora de Comerç, explica que «és una manera d'incentivar, reactivar i donar suport al comerç local».

El sorteig es farà en directe pel perfil @

ametllademarshopping el divendres dia 3 de juny a les 12 h. El guanyador s'emportarà un txeu-compra per valor de 440 € que podrà gastar de manera íntegra o parcial a qualsevol dels 22 comerços col·laboradors. La validesa del txeu-compra serà fins al 31 d'agost de 2022.

Els establiments participants són: Aparek't Lluís Àngel, Arrans De Tap, Can Ciquillo Sabateriaesports, Carmen Blanch Designs, Esmeralda regals, Esports Alex, KLM store, Lluna Xics, Madeira Decoració, Majolie Boutique, Melania Domenech Llencera, Merceria Vila Callau, Miraquecolchon, Optimus Ferreteria, Òptica punt visual, Papereria Cipri, Pastisseria Neus, Peixateria La Llotja de la Cala, Regals Consarnau, Serafi Expert, Store.klm, Sushimar.

56- SUPORT AL COMERÇ LOCAL. COMUNICACIÓ AMB EL SECTOR.

Per part de la Regidoria de Turisme, Comerç i Civisme s'han enviat durant tot l'any correus electrònics amb diferents formacions, informacions de subvencions, informacions varies que creiem que poden ser d'interès per als comerços, missatges encoratjadors per animar als comerciants a participar en les accions proposades per part de la Regidoria i de l'Ajuntament.

És van proposar diferents accions als comerciants com fer un mercat d'estiu que, finalment, per falta de participació, no es va poder dur a terme.

S'ha fet dues reunions amb el sector, una el 9 de març per tal d'abordar el tema de la Fira del Mar i l'altra el 4 d'octubre on es van abordar els següents temes:

Es presenta l'Agenda per la resta de mesos del 2022 i del 2023:

- Dates i organització del Mercat de Nadal 2022.
- Fora estoc. Gener del 2023.
- Fora estoc d'estiu. Agost 2023.
- Concurs d'Instagram. Novembre 2022.
- Concurs d'Instagram. Maig 2023.
- També es va acordar una reunió passat per tal de parlar d'una possible setmana marinera que s'englobaria dins de les Jornades dels Fideus Rossejats i la Tapa Marinera i dins de la Fira del Mar de l'any 2023 amb la intenció que hi participin: establiments, comerços, entitats, bars i restaurants, etc. A la vegada també es donaria el tret de sortida als aparadors del Benvingut Estiu.
- Per part de l'organització també es va demanar la implicació per part del comerç i la restauració en les activitats proposades.
- Continuar amb la iniciativa dels aparadors de "Benvingut Estiu" (Juny)



57- SUPORT AL COMERÇ LOCAL. CONCURS D'APARADORS DE NADAL.

Bases del 40è concurs d'aparadors de Nadal de l'Ametlla de Mar

1.- **Objectiu i temàtica:** L'Ajuntament de L'Ametlla de Mar convoca aquest concurs per promocionar el comerç del municipi i implicar i sensibilitzar a la població per al consum local amb la temàtica de decoració nadalenca.

2.- **Participants:** Poden participar tots els comerços situats dins del terme municipal de l'Ametlla de Mar.

3.- **Terminis:** Els comerços que vulguin participar al concurs hauran de fer la seva inscripció a l'Oficina de Turisme (977456477, turisme@ametllamar.cat o presencialment) abans de les 12:00 h del dimecres 14 de desembre de 2022.

4.- **Votacions:** Els premis es decidiran per votació d'un jurat format per persones vinculades a l'art, el disseny i la cultura, que visitaran els aparadors concursants el dies previs a Nadal (s'avisarà del dia als establiments participants).

5.- Premis:

- 1r. Premi: 175€. CASA CREIXENTI.
- 2n. Premi: 150€. REGALS CONSARNAU.
- 3r. Premi: 125€. ESMERALDA REGALS.
- 4t. Premi: 100€. ÒPTICA PUNT VISUAL I CASA RAMONET.

6.- **Acceptació de bases:** El fet de prendre part en aquest concurs implica l'acceptació de la totalitat d'aquestes bases.

L'Ajuntament de l'Ametlla de Mar es reserva el dret de modificar aquestes bases si alguna causa justificada ho exigís.



58-CONCURS DE FOTOGRAFIA DE LES TERRES DE L'EBRE.

ARRIBA LA 23a EDICIÓ DEL CONCURS DE FOTOGRAFIA DES LES TERRES DE L'EBRE.

El concurs, impulsat per les àrees de Turisme de l'Ametlla de Mar i de Deltebre, pretén posar en valor els atractius turístics del territori.

El Concurs de Fotografia de les Terres de l'Ebre ja està en marxa. Les àrees de Turisme de l'Ametlla de Mar i Deltebre han donat el tret de sortida aquesta setmana a aquesta nova edició del concurs, amb un nombre de premis total de 15, repartits en 7 categories.

Entre aquestes categories comptem amb les categories locals, amb tres premis a les millors fotografies realitzades als respectius termes municipals i un premi local tant a Deltebre com a l'Ametlla de Mar. La categoria Blanc i Negre, Creativitat, Gastronomia, Terres de l'Ebre i Activitat Humana (aquesta última categoria compta amb el patrocini el Patronat de Turisme de les Terres de l'Ebre), que poden ser fotografies realitzades a qualsevol indret de les quatre comarques.

Com en els darrers anys, el jurat estarà format per personalitats vinculades al món de la fotografia i de les arts. Recordem també que la inscripció en aquest concurs és gratuïta i hi pot participar qualsevol persona, aficionada o professional. L'entrega de premis tindrà lloc el 2 d'abril a Deltebre, i totes les fotografies premiades i finalistes seran exposades als dos municipis.

Les bases amb tota la informació detallada dels aspectes tècnics ja es poden consultar a les respectives webs de les àrees de Turisme dels municipis organitzadors L'Ametlla de Mar i de Deltebre.

S'entreguen els premis del 22è Concurs de Fotografia Paisatgística de les Terres de l'Ebre

El passat dissabte, es van conèixer els guanyadors del 22è Concurs de Fotografia de les Terres de l'Ebre, que organitzen conjuntament i anualment les àrees de Turisme de l'Ametlla de Mar i Deltebre. Enguany, s'han presentat 50 participants que han presentat un total de 164 fotografies i entre els guanyadors, hi ha quatre noms caleros, dotats amb un premi cadascun.

El guanyador de la categoria de fotos fetes a l'Ametlla de Mar ha estat Vicent Pellicer, amb "Albada", que s'emporta els 400 € de premis. En la segona posició, ha quedat la fotografia "Fugida al far" de David Hervella, de l'Ametlla de Mar, amb 250 € de premi. I la tercera posició ha estat per a Carina Balfegó,

de l'Ametlla de Mar, amb "La Cala, un somni", premiada amb 175 €. El Premi Local ha estat per a "El silenci i les onades" de Cristina Quereda, de l'Ametlla de Mar, amb 250 €.

Pel que fa als guanyadors de la categoria de fotos fetes a Deltebre, el 1r premi ha estat per "Paisatge d'hivern" de Jaume Charles, amb 400 € de dotació. El segon premi, l'ha guanyat Carmen Cortes, amb "Capvespre al Delta", amb 250 € de premi. La tercera posició ha estat per a la fotografia "Submergits a la boira" de Javier Revilla, de l'Ametlla de Mar. El Premi Local de Deltebre a la millor fotografia, dotat amb 250€, ha estat per a "Fangar duna" d'Arseni Arques.

Quant a la resta de premis, es poden



consultar a www.lacalartv.cat

La regidora de Turisme, Maite Boquera, agraeix els participants d'enguany i explica que **«és un concurs que porta centenars d'imatges espectaculars d'alguns dels racons, colors i moments més atractius del nostre territori»**.

Les fotografies guanyadores s'exposaran, com és habitual, al Centre d'Interpretació de la Pesca (CIP) durant els mesos de juliol i agost.

59-ACCIONS DIVERSES. CATIFES DE CORPUS.

La Cala es vestirà de flors per Corpus



Durant la tarda i la nit d'aquest dissabte, veïns, veïnes i entitats tornaran a decorar els carrers de La Cala en motiu de la processó de Corpus Christi. L'Ametlla de Mar recupera aquest acte que ja fa 30 anys que se celebra, després de no haver-se pogut celebrar els últims dos anys a causa de la pandèmia.

Les catifes, que es podran veure aquest diumenge estaran inspirades en diferents temes, com la natura o la Candelera. A banda de veïns i entitats, en la creació de les catifes també s'hi ha implicat l'Ajuntament i alumnes de l'Institut.

Maite Boquera, regidora de Turisme, fa una crida perquè més gent s'animi a col·laborar en l'elaboració d'aquestes d'art efímeres.

La processó pels carrers engalanats serà sobre les 19 h i repetirà el recorregut habitual. Hi participaran 9 infants que han fet la primera comunió aquest maig, acompanyats de la Banda de la Cala.



Des de l'Àrea de Turisme es porten a terme les tasques de coordinació entre les diferents agrupacions de veïns/nes per a l'elaboració i compra de material, així com tasques realitzades per la Brigada Municipal i la Policia Local a efectes de mobilitat.

Subvenció dels materials a les agrupacions.

Conveni amb l'IES per a l'elaboració per part dels alumnes de dissenys i la posterior creació de grups.

Subvenció per al viatge de fi de curs als alumnes de l'IES per la seva col·laboració.

Promoció de l'esdeveniment a premsa, xarxes, etc...

60-ACCIONS DIVERSES. MERCAT D'ESCAPADES.



Assistència per cinquè any al Mercat d'escapades de Catalunya a Barcelona.

Mercat d'Escapades (maig 2022): Està organitzat per l'Agència Catalana de Turisme i va orientat a oferir escapades per gaudir de l'interior, la costa i de la natura de Catalunya amb un fort component enogastronòmic i de turisme actiu.

Ubicat al passeig Lluís Companys de Barcelona, aquest mercat permet al sector turístic oferir al públic, entre d'altres, experiències en destinacions properes i comercialitzar-les directament in situ. També hi ha activitats de dinamització, com ara tallers, experiències i tastos de productes.



L'Ametlla de Mar ocupa un mòdul sencer conjuntament amb empreses del sector turístic, tant d'allotjament com d'activitats turístiques, del municipi per oferir al visitant una visió conjunta de marca.



MERCAT D'ESCAPADES A CATALUNYA

Passeig Lluís Companys · Barcelona

L'ESCENARI DEL MERCAT

27 DE MAIG
19:30h · Vespre d'havaneres · **Sé**

28 DE MAIG
11:00h i 12:30h · Una carretada de contes · **La Guilla Teatre**
13:30h · Vermut musical · **Emma Yuzz**
16:30h · Ball de bastons
17:30h · El cançoner R-evolucionat · **Anna Amigó**
19:30h · Vespre pop-electrònic · **Cine Núria**

29 DE MAIG
11:00h · Actuació castellera · **Castellers de les Roquetes**
12:00h · Vermut musical · **Matt & the Peabody ducks**
17:00h · Tarda de Swing · **Swingmaniacs**

Generalitat de Catalunya · Departament de Turisme · Ajuntament de Barcelona · Ajuntament de Girona · Ajuntament de Lluçanès · Ajuntament de Sabadell · Ajuntament de Terrassa

61-ACCIONS DIVERSES. BANDERES BLAVES I BANDERES VERDES A LES PLATGES.

Set platges caleres guardonades per conservar-les verges



L'Ametlla de Mar segueix sent líder amb 'Platges Verges' amb set distintius. El Torrent del Pi, Port Olivet, Santes Creus, cala Llenya, l'Estany Podrit, l'illot i la caleta del cap de l'Àlia han revalidat el guardó d'Ecologistes en Acció. La Cala és el municipi tarragoní que compta amb més platges verges al seu litoral.

Ecologistes en Acció de Tarragona i l'Ebre ha lliurat, aquest dilluns al Col·legi de Periodistes de Les Terres de L'Ebre, els distintius

de la XI Edició de Platges Verges 2022.

El regidor de Medi Ambient, Vicenç Llaó, destaca la voluntat de preservar aquests indrets del litoral verges. «Des de la brigada es fa un manteniment en aquestes platges, ja que aquest distintiu és un atractiu també de cara al turisme».

En total, s'ha atorgat el distintiu 'Platges Verges' a 16 platges de 6 municipis de la demarcació. L'objectiu és convertir aquest guardó que té com a finalitat la preservació del patrimoni litoral de la nostra costa.

El coordinador d'Ecologistes en Acció, Eloi Nolla, apunta que «el col·lectiu ecologista ha aprofitat l'ocasió per demanar a la Generalitat l'execució real d'una llei de protecció de costes i que garanteixi la preservació d'aquests espais».



L'Ametlla de Mar obté cinc Banderes Blaves



L'Ametlla de Mar onejarà, aquest estiu, cinc Banderes Blaves. Un any més, han estat guardonades amb aquest distintiu les platges de l'Alguer, Sant Jordi d'Alfama, Cala Forn i Cala Calafató i també el Club Nàutic. En canvi, no s'ha revalidat la de Pixavaques. Tot i això, manté la primera posició a la província de Tarragona i la segona, a tot Catalunya, compartint les posicions amb altres municipis catalans. I és el municipi de les Terres de l'Ebre amb més banderes blaves.

Enguany, la platja Pixavaques ha perdut aquest distintiu, perquè la mostra de l'aigua ha estat qualificada de bona i no d'excel·lent, que és un dels requisits de Bandera Blava. Una qualificació que ve motivada per fenòmens mediambientals, com les pluges, els temporals i la morfologia de la mateixa platja que afavoreix la presència d'alguns bacteris.

En aquest sentit, el regidor de Medi Ambient, Vicenç Llaó, valora positivament aquests guardons i apunta que la qualitat de l'aigua a la platja de Pixavaques segueix sent bona i que es mantindran tots els serveis per poder-la recuperar l'any que ve.

Pel que fa a senders blaus, el GR-92 ha tornat a renovar aquest distintiu. I el Centre d'Interpretació de la Pesca també forma part dels centres blaus.

Aquest guardó, reconegut a escala internacional, és el resultat de les mesures de gestió a les zones de bany.

62-FORMACIÓ I CONVENIS.

Durant tot l'any el personal de l'Oficina de Turisme realitza cursos de formació per estar al dia de totes les novetats que es porten a terme en tots els àmbits que afecten a les nostres tasques: cursos de gestió, de promoció turística, d'idiomes, màrqueting digital, etc...

Un d'aquests cursos es va celebrar el mes de desembre al Centre d'Interpretació de la Pesca i va tractar sobre la importància de col·laborar amb influencers de les xarxes socials i dels beneficis que comporta per a la promoció turística.



REEDICIÓ CONVENI AMB L'IES VERGE CANDELERA ALUMNES PRÀCTIQUES BATXIBAC EN FRANCÈS.

Alumnes de Batxibac recullen els diplomes de les pràctiques a l'Àrea Municipal de Turisme



Cinc alumnes de l'Institut Candelera del Batxibac han realitzat una estada en pràctiques a l'Àrea Municipal de Turisme, durant l'estiu. La setmana passada, els alumnes van recollir els diplomes que acrediten i reconeixen aquestes pràctiques.

Es tracta d'una col·laboració anual entre

l'Àrea Municipal de Turisme i l'Institut Candelera que permet als alumnes de 1r i 2n de Batxibac posar en pràctica els seus coneixements, especialment en llengua francesa, a l'Oficina de Turisme del municipi.

Són 35 hores de pràctiques repartides entre juliol i agost. Enguany, Julia Guilleret, Erik Muñoz, Roberto Fabricio, Ariadna Sánchez i Abril Valiente han estat els alumnes que han gaudit d'aquesta estada.

El coordinador de Projectes Internacionals, Javi Sánchez, explica que «és un conveni entre l'Institut i l'Ajuntament i és molt beneficiós pels alumnes i per l'oficina turística».

63-TASQUES I ACCIONS VÀRIES.

Disseny i impressió de material gràfic: plànols cales, plànols casc urbà, agenda actes estiu, restaurants, activitat turístiques etc...

Conveni Escola de Capacitació Nàuticopesquera lloguer de pisos.

Assessorament Habitatges d'Ús Turístic.

Col·laboració Trobada de la Vela llatina.

Reunions amb el Consell de Turisme per coordinar accions de promoció.

Gestió d'incidències càmera del temps de TV3.

Constant comunicació amb els diferents sectors empresarials locals per informar de normatives, ajuts, etc...

Campanya civisme cendriers per a les platges.

Assistència Jornades Tècniques d'Oficines de Turisme, fòrums, etc...

Gestió i actualització diària de la web www.visitametllademar.com i www.ametllademarshopping.com (introducció nou punts, actualització, agenda, platges)

Gestió i actualització diària de l'app de l'Ametlla de Mar.

Distribució de material gràfic als allotjaments turístics.



MARQUES, SEGELLS, PREMIS I MENCIIONS TURÍSTIQUES DE L'AMETLLA DE MAR

Vila Marinera (Marca turística de l'Agència Catalana de Turisme).
Destinació de Turisme Esportiu (Segell de l'Àgencia Catalana de Turisme).

Vila Marinera de les Terres de l'Ebre (Marca turística del Patronat de Turisme de les Terres de l'Ebre).

Oficina de Turisme de 1a categoria de la Xarxa d'Oficines de Turisme de la Generalitat de Catalunya.

Membre de l'Estació Nàutica de la Costa Daurada/Terres de l'Ebre.

Membre del Grand Tour Catalunya.

XVII Premi Jordi Cartanyà atorgat pel Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona.

XXIX Premi Jordi Cartanyà atorgat pel Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona a Nàutic Parc.

Menció especial a la millor web turística de la xarxa d'oficines de turisme de Catalunya.

Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre.

Top 100 sustainable destinations Terres de l'Ebre.

Bandera blava d'Europa (5 + Club Nàutic de l'Ametlla de Mar).

Bandera verda platges verges (7).



**Barris i Viles
Marineres**



**GRAND
TOUR**
Un viatge ple de viatges



**XVII PREMI JORDI CARTANYÀ DEL
PATRONAT DE TURISME
DE LA DIPUTACIÓ DE TARRAGONA**