



MEMÒRIA D'ACTIVITATS DE 2024

FUNDACIÓ TURISME PALMA 365



ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ 3

2. ÒRGANS DE GOVERN I DE PARTICIPACIÓ 3

3. ESTRUCTURA ORGÀNICA 8

4. RESUM ECONOMICOFINANCER 8

5. COL·LABORACIÓ AMB ALTRES INSTITUCIONS10

6. ACTIVITATS DE PROMOCIÓ I COMUNICACIÓ10

7. ACTIVITATS D'INFORMACIÓ TURÍSTICA.....21



1. INTRODUCCIÓ

La Fundació Turisme Palma 365 és una fundació mixta, en matèria turística i de promoció exterior, sense afany de lucre, que té com a finalitat, depenent de l'Ajuntament de Palma, conforme s'estableix a l'article 6 dels seus estatuts, publicats en el Boib núm. 52, de 12 d'abril de 2012, entre d'altres:

- a) Promoure la presència activa de Palma, Platja de Palma i Cala Major com a destinacions en els mercats turístics i, si s'escau, de la resta de municipis de Mallorca.
- b) Facilitar la participació i la col·laboració de tots els sectors econòmics i serveis públics de la ciutat de Palma en la gestió del turisme i la promoció exterior.
- c) Promoure activitats encaminades a incrementar la demanda turística i comercial de la destinació.
- d) Promoure, i participar-hi, si s'escau, acords, concerts i convenis amb altres organismes per a la realització d'accions de promoció turística del municipi.
- e) Promocionar el municipi de Palma i, si s'escau, l'illa de Mallorca, en col·laboració amb altres organismes, com a destinacions turístiques.
- f) Posar en valor els recursos turístics, culturals i patrimonials, públics i privats, de la destinació
- h) Unificar i canalitzar una estratègia de comunicació integrada del destí cap als ciutadans i visitants, on estiguin representats tots els sectors, així com realitzar per si mateixa totes les activitats.

La Fundació Turisme Palma 365 sorgeix de la necessitat de gestionar d'una manera global la estratègia turístiques del municipi, i dotar-la d'una continuïtat en el temps. Creada l'any 2012, els resultats per tots coneguts avalen la aposta feta.

2. ÒRGANS DE GOVERN I DE PARTICIPACIÓ

D'acord amb l'establert a l'article 13 dels estatuts de la Fundació Turisme Palma 365, el govern, la direcció, l'administració i la representació de la Fundació són a càrrec dels següents òrgans:

- El Patronat
- La Presidència
- Les vicepresidències
- La Comissió Executiva
- La Direcció-Gerència
- La Secretaria
- La Intervenció

Com a òrgan ordinari, complementari i consultiu, hi pot haver consells assessors, sense perjudici de les sol·licituds d'assessorament que es puguin realitzar a altres persones físiques i jurídiques.

PATRONAT

El Patronat és l'òrgan suprem de la Fundació Turisme Palma 365. Li correspon el govern i la representació de la institució, així com l'execució de les funcions establertes a l'ordenament jurídic i als seus estatuts.

Composició

El Patronat està format per:

- L'Ajuntament de Palma, que designa els representants que calen fins a arribar a la meitat més un del nombre total de entitats patrocinadores. Són representants nats de l'Ajuntament de Palma el batle o batlessa o tinent o tinenta de batllia en qui expressament delegui, que el presideix, i el regidor o regidora que té la representació de l'àrea en matèria de turisme i promoció exterior. La resta de representants de l'Ajuntament de Palma, i amb el nombre que correspon, són nomenats pel Ple, a proposta de la Batllia, incloent-hi els portaveus dels grups municipals de l'oposició.
- Cada una de la resta d'entitats fundadores, si compleixen les condicions establertes per a ser considerades entitats patrocinadores, que poden nomenar un representant.
- Cada una de les entitats patrocinadores, que també poden nomenar un representant.

També formen part del Patronat, sense tenir la condició de membre i, per tant, amb veu i sense vot, la figura de la Secretaria, de la Intervenció i de la Direcció-Gerència, en aquest darrer cas si no es tracten qüestions que afecten el seu càrrec.

A data 31 de desembre de 2024 la composició del Patronat és la següent:

Sector públic	
Ajuntament de Palma	
1.	M. Hble. Sr. Jaume Martínez Llabrés, batle de Palma
2.	Sr. José Javier Bonet Díaz, 1r tinent de batle de l'Àrea de Turisme, Cultura, Esports i Coordinació Municipal.
3.	Sra. María de Lourdes Roca Calafell, 2a tinent de batle de l'Àrea de Turisme, Cultura, Esports i Coordinació Municipal.
4.	Sr. Jaume Bauzá Mayol, conseller de Turisme, Cultura i Esports del Govern de les Illes Balears.
5.	Sr. José Marcial Rodríguez Díaz, conseller Executiu de Turisme del Consell de Mallorca.
6.	Sr. Antonio Deudero Mayans, 7è tinent de batle de Mobilitat i Polígons Industrials de l'Ajuntament de Palma.
7.	Sra. Guadalupe Ferrer Melgarejo, regidora d'Economia, Comerç, Autònoms, Sanitat, Consum, Mercats i Fires.
8.	Sr. Francisco Ducrós Salvà, regidor del Grup Municipal PSOE.
9.	Sra. Margarita Durán Vadell, regidora del Grup Municipal PSOE.
10.	Sr. Miquel Àngel Contreras Ramis, regidora del Grup Municipal MÉS.
11.	Sra. Lucía Miriam Muñoz Dalda, regidora del Grup Municipal MIXT.
12.	Sra. Carmen LLiteras Arañó, coordinadora general de batllia.
13.	Sr. Fernando Gómez de la Cuesta, coordinador general de Cultura i Arts Visuals.
14.	Sr. David Salom Fuentes, director general d'Esports.
15.	Sr. José Aloy Pons, director general de Turisme del Govern de les Illes Balears.
16.	Sra. Maria Luisa Hernández Rilova, gerent del Palau de Congressos de Palma.
17.	Sr. Alessandro Marinelli, representant del CERMI (Comitè espanyol de representants de persones amb discapacitat)
18.	Sra. Francisca Bennàssar Tous, experta independent.
19.	Sr. Bartolomé Deyà Tortella, representant de la UIB.
20.	Sr. Rafael Durán Vadell, representant d'ABACTUR.
21.	Sra. Mercè Peñaranda Carrasco, representant de la Federació Hotelera de Mallorca.
22.	Sra. Patricia LLiteras Tesouro, representant de la Federació Hotelera de Mallorca.
Autoritat Portuària de Balears	
23.	Sr. Javier Sanz Fernández, president

Sector privat	
Air Europa Líneas Aéreas, S.A.U.	
1.	Sr. Imanol Pérez Iñurritegui, director d'aliances
Arabella Hospitality España, S.L.	
2.	Sr. Thomas Bechtold, director general
Balears Consignatarios Tours, S.L.	
3.	Sr. Isaac Álvarez Menéndez, director general
Balearia Eurolíneas Marítimas, S.A.	
4.	Sr. Joan Serra Mayans, delegat de Balears
HM Hotels	
5.	Sr. Antonio Horrach Moyà, director general
Malla, S.A.	
6.	Sra. Alejandra Company Rebagliati, directora general
Meliá Hotels International, S.A.	
7.	Sr. André Gerondeau, vicepresident executiu
Palma Aquarium, S.A.	
8.	Sr. Joan Rams Marimon, director general
Riusa II, S.A. (Riu Hotels)	
9.	Sra. Carmen Riu Güell, consellera delegada
Hotel Beds Group, S.L.	
10.	Sr. Carlos Manuel Muñoz Capllonch, CCO (Chief Commercial Officer)
Viajes Sidetours, S.A.	
11.	Sr. Antonio Juan Sastre Crespí, administrador
Viajes Soltour, S.A. (Grup Piñero)	
12.	Sra. María Encarnación Piñero García, vicepresidenta executiva
City Sighting España, S.L.	
13.	Sr. Marcos Ybarra Valdenebro, apoderat
Hoteles Pabisa, S.L.U.	
14.	Sr. Onofre Pascual Vera, director general
Iberostar Hoteles y Apartamentos, S.L.	
15.	Sra. María de la Concha Ramos, Global Communication Director

Calendari de reunions

Patronat	24 d'abril de 2024	Sessió ordinària
Patronat	10 de desembre de 2024	Sessió ordinària

PRESIDÈNCIA

L'article 21 dels estatuts de la Fundació Turisme Palma 365 indica que la Presidència és l'òrgan que té la màxima representació de l'ens i dirigeix el govern i l'administració, i que el batle o batlessa de l'Ajuntament és el president o la presidenta d'aquest o el tinent/ta de batllia en qui expressament delegui.

Actualment i des del 28 de setembre de 2023, el Molt Honorable Sr. Jaime Martínez Llabrés, batle de Palma, és qui ha exercit el càrrec de president i, per tant, ha representant la Fundació Turisme Palma 365 en tots els actes oficials als quals ha acudit en nom d'aquesta.

VICEPRESIDÈNCIES

Els Estatuts de la Fundació Turisme Palma 365, concretament l'article 23, assenyalen que la Presidència pot designar les vicepresidències que consideri necessàries, les quals substitueixen la Presidència i n'assumeixen les atribucions per ordre de designació en els casos de absència, vacant o malaltia, i l'assisteixen en l'exercici del seu càrrec.

Aquest article també indica que la Vicepresidència Primera és exercida per un tinent/ta de batllia de l'Ajuntament de Palma amb caràcter permanent.

En aquest sentit, el Sr. José Javier Bonet Díaz, 1er tinent de Batle de l'Ajuntament de Palma, es va nomenar com a vicepresident 1er de la Fundació Turisme Palma 365 i la Sra. María de Lourdes Roca Calafell, 2a tinent de Batle de l'Ajuntament de Palma, com a vicepresidenta 2a.

COMISSIÓ EXECUTIVA

La Comissió Executiva, constituïda per a facilitar la realització dels objectius i finalitats fundacionals i agilitzar el funcionament de la Fundació Turisme Palma 365, és un òrgan permanent que assumeix el govern i l'administració d'aquest ens.

Composició

La Comissió Executiva es forma a proposta de la Presidència i amb l'aprovació del Patronat per majoria simple.

Formen part d'aquest òrgan un total d'onze membres: sis en representació de l'Ajuntament de Palma, entre els quals el president o presidenta d'aquesta Comissió, que és la persona que exerceix la vicepresidència primera o regidor o regidora en qui delegui, i un representant dels grups municipals de l'oposició, i cinc en representació de la resta de membres del Patronat, de manera que hi estan representats cada un dels diversos subsectors turístics a través d'un delegat de caràcter rotatori, per ordre de la sol·licitud d'entrada a la Fundació, el mandat del qual té una duració màxima de sis mesos.

També formen part de la Comissió Executiva la persona que exerceix o en qui es delega la figura de la Secretaria, la Intervenció i la Direcció-Gerència, amb veu i sense vot, encara que en aquest darrer cas si no es tracten qüestions que afecten el seu càrrec.

Així mateix, qualsevol entitat que forma part del Patronat pot assistir a les reunions d'aquesta Comissió.

Durant l'exercici 2024, la Comissió Executiva estigué representada per les següents entitats:

PRIMER SEMESTRE 2024	
Sector públic	Autoritat Portuària de Balears
Sector transports	Balearia Eurolíneas Marítimas, SA
Sector hotelier	Arabella Hospitality España, SLU
Sector turoperadors	Hotelbeds Spain SLU
Altres	City Sighting España, SL

SEGON SEMESTRE 2024	
Sector públic	Autoritat Portuària de Balears
Sector transports	Air Europa Líneas Aéreas, S.A.U.
Sector hotelier	Iberostar, Hoteles y Apartamentos, SL
Sector turoperadors	Viajes Sidetours, SA
Altres	Balears Consignatarios Tours, SL

Calendari de reunions

Comissió Executiva	9 de gener de 2024	Sessió extraordinària
Comissió Executiva	4 d'abril de 2024	Sessió ordinària
Comissió Executiva	26 de novembre de 2024	Sessió extraordinària
Comissió Executiva	10 de desembre de 2024	Sessió ordinària

DIRECCIÓ-GERÈNCIA

Per al funcionament correcte de la Fundació Turisme Palma 365, l'article 29 dels Estatuts de la Fundació Turisme Palma 365, estableixen que la Comissió Executiva designa un director-gerent que exerceixi les funcions de caràcter tècnic, econòmic i administratiu, i d'altres que el Patronat o la Comissió Executiva puguin encomanar-li.

Des del 27 de juliol de 2012, el Patronat, a proposta de la Comissió Executiva, nomenà al Sr. Pedro Homar Oliver, com a director-gerent de la Fundació Turisme Palma 365, el qual s'incorporà al seu lloc de feina el 22 d'agost de 2012.

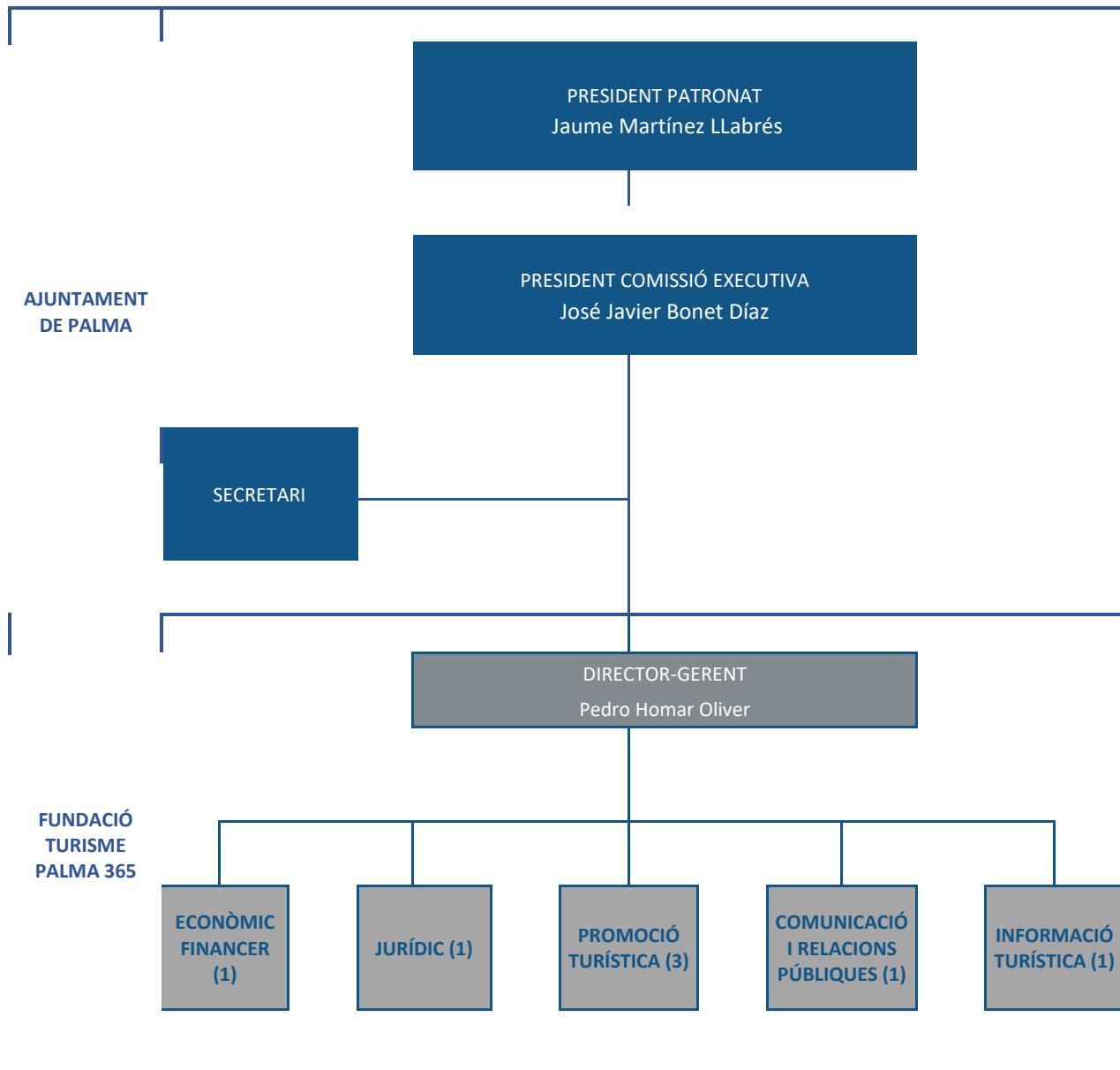
Així doncs, des del seu nomenament, el Sr. Pedro Homar Oliver ha ostentat la direcció-gerència, òrgan d'administració que assumeix la direcció i la coordinació de la gestió de la Fundació Turisme Palma 365.

SECRETARIA

D'acord amb l'article 33 dels Estatuts de la Fundació Turisme Palma 365 la Secretaria del Patronat i de la Comissió Executiva correspon, amb veu i sense vot, al secretari o secretària de l'Ajuntament de Palma o la persona en qui delegui. El Sr. Nicolau Conti Fuster, és el secretari general del Ple de l'Ajuntament de Palma, i exerceix com a secretari de la Fundació Turisme Palma 365 per tant, encarregat de:

- Assessorar en la seva elaboració i efectuar les convocatòries de les reunions del Patronat i la Comissió Executiva, per ordre de la Presidència, i fer les citacions corresponents als seus membres.
- Assistir amb veu però sense vot a les reunions del Patronat i de la Comissió Executiva, i estendre'n les actes corresponents.
- Assessorar la Presidència i els diferents òrgans de govern i d'administració quan hi és requerida.
- Lliurar els acords i expedir els seus certificats dels òrgans de govern de la Fundació amb el vistiplau de la Presidència.
- Assumir les altres funcions que li confereixi el Patronat.
- Dur a terme altres funcions que siguin inherents al seu càrrec o estiguin previstes expressament als Estatuts.

3. ESTRUCTURA ORGÀNICA a 31 de desembre 2024



4. RESUM ECONÒMIC FINANCER

La Fundació Turisme Palma 365 estructura la seva activitat econòmica a partir dels pressuposts i del pla d'actuació elaborats pel gerent i presentats per la Comissió Executiva al Patronat, que els aprova.

El compte de resultats i el balanç a 31 de desembre de 2023 ha estat el següent:

COMPTE DE RESULTATS FUNDACIÓ TURISME PALMA 365		EXERCICI 2024
A) EXCEDENT DE L'EXERCICI		
1. Ingressos de l'activitat pròpia		1.774.234,84 €
a) Quotes d'associats i afiliats		52.000,00 €
b) Ingressos de promocions, patrocinis i col·laboracions		107.751,84 €
c) Subvencions, donacions i llegats imputats a l'excedent de l'exercici		1.614.483,00 €
2. Vendes i altres ingressos ordinaris de l'activitat mercantil		41.886,75 €
3. Despeses per ajudes i altres		-3.221,27 €
4. Variació d'existències de productes acabats i en curs de fabricació		0,00 €
5. Treballs realitzats per l'entitat per al seu actiu		0,00 €
6. Aprovisionaments		-1.025.047,81 €
7. Altres ingressos de l'activitat		0,00 €
8. Despeses de personal		-507.848,24 €
9. Altres despeses de l'activitat		-179.342,19 €
10. Amortització de l'immobilitzat		-29.950,08 €
11. Subvencions, donacions i llegats de capital traspasats a l'excedent de l'exercici		24.130,56 €
12. Excessos de provisions		0,00 €
13. Deteriorament i resultat per alienacions de l'immobilitzat		0,00 €
14. Altres resultats		0,00 €
A.1) EXCEDENT DE L'ACTIVITAT (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13+14)		94.842,56 €

ACTIU FUNDACIÓ TURISME PALMA 365		EXERCICI 2024
A) ACTIU NO CORRENT		25.693,92 €
I. Immobilitzat intangible		23.343,81 €
III. Immobilitzat material		2.350,11 €
B) ACTIU CORRENT		584.026,38 €
I. Existències		1.612,00 €
II. Usuaris i altres deutors de l'activitat pròpia		341.203,91 €
III. Deutors comercials i altres comptes a cobrar		8.428,16 €
V. Inversions financeres a curt termini		8.141,00 €
VII. Efectiu i altres actius líquids equivalents		197.641,31 €
TOTAL ACTIU (A + B)		582.270,30 €

PATRIMONI NET I PASIU FUNDACIÓ TURISME PALMA 365		EXERCICI 2024
A) PATRIMONI NET		329.601,71 €
A-1) Fons propis		294.560,52 €
I. Dotació fundacional / Fons propis		157.000,00 €
1 Dotació fundacional / Fons social		157.000,00 €
II. Reserves		153.507,37 €
III. Excedents d'exercicis anteriors		-110.789,41 €
IV. Excedent de l'exercici		94.842,56 €
A-2) Subvencions, donacions i llegats rebuts		35.041,19 €
C) PASSIU CORRENT		253.118,59 €
II. Deutes a curt termini		253.118,59 €
3. Altres deutes a curt termini		253.118,59 €
V. Creditors comercials i altres comptes a pagar		202.432,09 €
1. Proveïdors		86.574,81 €
2. Altres creditors		115.857,28 €
TOTAL PATRIMONI NET i PASSIU (A + B + C)		582.720,30 €

5. COL·LABORACIÓ AMB ALTRES INSTITUCIONS

En 2024 la Fundació Turisme Palma 365 va signar els següents convenis de col·laboració:

1. Conveni de cooperació educativa amb la UNIVERSITAT NACIONAL DE EDUCACIÓ A DISTÀNCIA per a pràctiques acadèmiques curriculars a ensenyances oficials de grau i màster universitari.
2. Conveni marc de cooperació educativa amb la UNIVERSITAT A DISTÀNCIA DE MADRID (UDIMA) per a la realització de pràctiques externes curriculars i extra curriculars d'estudiants de la UDIMA.
3. Adhesió al conveni signat entre la Diputació Provincial d'Albacete i l'Ajuntament de Palma per tal de que la Fundació pugui disposar de la totalitat d'aplicatius i eines que integren la Plataforma Sedipualba.
4. Conveni específic per a la realització de pràctiques acadèmiques externes curriculars d'estudiants de Grau en Turisme de la UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS.

6. ACTIVITATS DE PROMOCIÓ I COMUNICACIÓ

6.1. Antecedents

Pla d'Actuació

La Fundació Turisme Palma 365 va presentar al seu patronat -i s'hi va aprovar el 22 de novembre de 2023- el Pla d'actuació per 2024.

Missió del pla

La missió del pla ha estat, per una banda, reforçar la projecció i imatge exterior de Palma com a destinació turística urbana diferenciada, a partir d'una oferta d'activitats diversificada, competitiva i de qualitat. A més a més, un dels eixos ha tingut per objectiu **promocionar Platja de Palma també con a destinació de tot l'any**, vinculada a l'esport, les famílies i el descans. També ha estat inclosa a les campanyes promocionals que s'han dut a terme als mercats emissors.

Cal també destacar que el pla d'acció, i totes aquelles iniciatives que s'han dut a terme, han posat la **sostenibilitat** com a eix vertebrador, integrada en la forma de gestionar el destí i de fer un seguiment constant de les incidències del turisme a la triple dimensió mediambiental, socioeconòmica i territorial.

Pressupost

El Pla compta amb les aportacions dels patrons de la Fundació més subvencions del Consell de Mallorca, conformant un total d'aportacions dineràries de 1.374.446 € i 819.395,00 € en aportacions no dineràries previstes.

6.2 Què hem fet

ACCIONS PROMOCIONALS I DE COMUNICACIÓ

L'activitat per a 2024 ha desenvolupat projectes al voltant de 6 eixos.

1. Generació de demanda i promoció: Incrementar l'atractiu de la destinació per fidelitzar els visitants actuals, i atraure nous grups, especialment al llarg radi.
2. Gastronomia: Potenciar i promocionar l'oferta turística gastronòmica experiencial, singular i de gran valor.
3. Sostenibilitat: Palma com a destí sostenible 365, de la ma del Consell de Mallorca i del sector privat.
4. Tecnologia i Innovació: Projectes vinculats a la Intel·ligència turística
5. Integració de l'activitat turística a la ciutat i l'entorn de Palma, en especial a Platja de Palma.

6. Seguretat i accessibilitat a la destinació: Programa Palma per a tots.

ACCIONS EXECUTADES 2024. DEPARTAMENT PROMOCIÓ

GENER

Cavalcada Reis Mags 2024

Mercat nacional. Imatge/producte turisme familiar.

Col·laboració amb l'àrea de Participació Ciutadana de l'Ajuntament amb el trenet turístic de Platja de Palma, per participar en la cavalcada dels Reis Mags de la ciutat.

Challenge Ciclista Mallorca 2024

Mercat internacional. Esports.

Col·laboració amb un publireportatge i insercions publicitàries al catàleg de la Garden Hotels Luxcom Challenge Ciclista Mallorca Femenina & XXXIII Garden Hotels-Luxcom Challenge Ciclista Mallorca del 2024. A més, es varen realitzar mencions a la destinació en les accions promocionals de la Challenge fetes a televisió.

Fira Fitur, Madrid

Mercat nacional, internacional. Fira.

Participació a la fira internacional del turisme FITUR a Madrid (24-28 de gener de 2024). Atenció del mostrador de Palma dins l'espai de Mallorca a l'estand d'Illles Balears. Organització de presentacions als medis, i celebració de reunions als dies professionals de la fira.

FEBRER

Substitució dels vinils ubicats als locals del carrer Santo Domingo

Mercat internacional. Multi producte.

Substitució dels vinils que es varen instal·lar l'any 2019, i que estaven deteriorats per vandalisme, per nous vinils amb la imatge de la campanya This is Palma.

Fira gastronòmica HORECA 2024

Mercat nacional. Gastronomia.

Col·laboració en l'organització de la Fira Gastronòmica i de Turisme HORECA amb vols i allotjament per dos dels xefs convidats, que varen dur a terme una experimentació amb el producte gastronòmic balear i varen realitzar els dies de la fira diferents activitats de showcooking amb l'objectiu de divulgar la gastronomia local com a producte turístic i la ciutat de Palma i l'illa de Mallorca com a destinacions de turisme gastronòmic de primer nivell.

Jornades inverses mercat italià SCB

Mercat internacional. MICE, segment corporatiu.

Participació en el workshop i jornades amb mercat corporatiu italià, organitzades pel Spain Convention Bureau (del 22 a 25 de febrer). Reunions amb buyers del sector MICE.

Formació de guies turístics amb la ONCE

Mercat internacional. Cultura / turisme accessible

Es va dur a terme una formació amb els guies turístics oficials amb la intenció de posar en marxa visites guiades adaptades per a persones amb dificultat de visió a la ciutat de Palma. Els guies col·legiats interessats (un total de 25) varen realitzar una formació amb la ONCE per després aplicar tot allò après per dissenyar visites guiades ad hoc o bé adaptar els continguts de les visites que ja duen a terme.

MARÇ

Adaptació del vídeo "Distancias"



Mercat internacional. Multi producte.

Disseny, adaptació i correcció de redacció del vídeo “Distàncies”, que es va produir amb motiu de la pandèmia i de les restriccions de mobilitat, amb l’objectiu de poder-lo utilitzar en accions promocionals en l’actualitat.

Festival Palma Flamenca – Paco de Lucía

Mercat internacional. Cultura.

Col·laboració amb l’organització del festival amb vols i allotjaments pels participants en la roda de premsa per presentar l’activitat. També es varen aportar els vols i les habitacions corresponents als grups musicals participants: Miguel Poveda, Jesús Carmona i Chambao.

Palma OnSeason Fest

Mercat Nacional. Cultura.

Festival de música que celebrà la seva segona edició i que durant tres dies, del 22 al 24 de març, va omplir el Parc de la Mar de Palma de música en viu i experiències gastronòmiques. Es va col·laborar amb un informe d’interès turístic i l’autorització d’ocupació de via pública.

Fira ITB, Berlín

Mercat internacional. Fira.

Participació a la fira internacional del turisme ITB a Berlín, Alemanya (del 5 al 7 de març). Atenció del mostrador de Palma dins l’espai de Mallorca a l’stand d’Illes Balears. Organització de presentacions als medis, i celebració de reunions als dies professionals de la fira.

ABRIL

Campanya de turisme responsable a la Platja de Palma

Mercat internacional. Multi producte.

Posada en marxa d’una campanya (OPIs i tanques publicitàries) per incentivar el turisme responsable a la Platja de Palma, concretament als balnearis 5, 6 i 7 a partir del mes d’abril de 2024, coincidint amb les dates d’obertura dels establiments d’oci nocturn de la zona.

Inserció revista Centenari Cadena Ser

Mercat nacional. Multi producte.

Adaptació d’una creativitat amb la imatge de la campanya This is Palma per inserir un anunci promocional de la destinació a la revista editada per la Cadena Ser amb motiu de la celebració del seu centenari.

Patrocini del programa EsRadio

Mercat nacional. Multi producte.

EsRadio, en col·laboració amb l’Autoritat Portuària de les Illes Balears, porta a Palma el directe de “Es la mañana de Federico”, programa estrella a nivell nacional de la cadena. Aprofitant l’emissió en directe des de Palma del programa, es dissenya una acció publicitària per donar visibilitat i exposició pública a Palma com a destinació turística. Aquesta acció especial, inclou:

- Promoció prèvia al programa: mencions, falques promocionals i contingut web (grup Llibertat Digital) les dues setmanes prèvies.
- La mateixa setmana del programa: contingut en premsa en un diari de tiratge nacional.
- Durant el programa: mencions de localització, col·laboradors i patrocinadors, incloent una entrevista a un representant de la destinació.

Palma Boat Show 2024

Mercat internacional. Esports / turisme nàutic.

Col·laboració amb l’organització del Saló Nàutic de Palma que enguany ha celebrat el seu 40 aniversari. La col·laboració es concreta amb el següent: incorporació d’un banner informatiu al web turístic, promoció en les xarxes socials de la Fundació, banderoles promocionals al Passeig Sagrera, OPis i banderoles en diferents punts de la ciutat, trasera de bus de l’EMT i del bus turístic, col·laboració d’Emaya amb la neteja, col·laboració d’infraestructures amb plantes decoratives.



BePalma 2024

Mercat internacional. Gastronomia.

Patrocini de l'esdeveniment. Bepalma, és un espai obert a turistes i residents dedicat a la promoció de la cultura i la gastronomia de qualitat. Coincidint amb el Saló Nàutic, esdeveniment internacional de referència al Parc de la Mar, s'organitza una mostra tant culinària com artesanal, per posar en valor la gastronomia i l'artesania de Palma.

Superyacht forum

Mercat internacional. Esports / turisme nàutic.

Patrocini publicitari. Amb l'objectiu de reforçar la posició competitiva de Palma i el seu teixit empresarial en el mercat nàutic internacional de grans eslores, el Balearic Marine Clúster organitza el Superyacht Forum; un congrés de 2 dies on s'exposaran les possibilitats de la nostra regió per potenciar i seguir creixent en aquest segment de mercat.

Sports & Events Europe amb Calvià

Mercat Nacional. Esports.

Col·laboració amb el programa a Palma de visites guiades per 50 buyers especialitzats en producte turístic d'esports. Celebrat el 10 d'abril.

Famtrip Associacions Mèdiques - Palau de Congressos de Palma

Mercat internacional. MICE.

Col·laboració amb el Palau de Congressos de Palma amb el programa (restaurants, visita guiada), realitzat el 12 d'abril.

Fine drinking forum

Mercat nacional. Gastronomia.

Primera edició del fòrum, celebrat del 8 al 14 d'abril, liderat per l'associació de Chefsin. Aquest fòrum i jornades tenen l'objectiu de posar en valor l'alta cocteleria a Palma. Patrocini de l'esdeveniment amb els vols i pernoctacions dels bartenders i convidats per l'organització.

MAIG

Fira IMEX, Frankfurt

Mercat internacional. Fira.

Fira internacional del producte MICE celebrada a Frankfurt (14-15 de maig). Agenda de reunions amb professionals del sector MICE.

Patrocini Xtant 2024

Mercat internacional. Cultura.

Patrocini de l'esdeveniment. Es tracta d'una trobada anual, una celebració de l'art i del tèxtil patrimonial, organitzat per Associació TRAMA TÈXTILS i Woven Memory SL. Amb aquesta iniciativa, es vol convertir Palma en una destinació per a tots els entusiastes del món tèxtil: col·leccionistes, dissenyadors, arquitectes, interioristes i artistes de la fibra. En la seva cinquena edició, XTANT Roots 2024 va comptar amb representants de 30 països i prop de 3.500 visitants locals i internacionals.

Viatge de presa Xtant 2024

Mercat internacional. Cultura.

Aprofitant la organització de l'esdeveniment Xtant a Palma, es va organitzar un press trip internacional, en el qual varen participar més de 15 periodistes del món del disseny, la sostenibilitat, l'interiorisme, el lifestyle, la moda i els viatges. La Fundació va col·laborar amb l'allotjament pels participants al .

48 Volta a Mallorca en Moto - Copa d'Espanya de Moto turisme

Mercat nacional. Esports.

Col·laborem amb un informe d'interès turístic.

Dia de l'accessibilitat

Mercat nacional. Imatge / turisme accessible.



Des de l'FTP365 col·laborem amb l'organització de visites guiades a Palma adaptades per a persones amb discapacitat, com a part de les activitats incloses dins la jornada. Així mateix, es va donar difusió al material promocional específic per a persones amb discapacitat editat per la Fundació (tríptic Palma per a Tothom, Planells Hàptics i app Map's Voice).

MTS Get Together Palma 2024

Mercat internacional. Multi producte.

Patrocini de l'esdeveniment i col·laboració amb una actuació de ball de bot per donar la benvinguda als participants. Esdeveniment organitzat per MTS GLOBE, l'empresa privada més gran d'Europa. La seva xarxa inclou 65 destinacions a 19 països. Des del 2008, el Grup MTS Globe reuneix els seus clients i socis durant tres dies, com a part d'un esdeveniment anomenat "Get Together".

Aquest esdeveniment és una ocasió única perquè la destinació amfitriona presenti i mostri les seves virtuts, a una audiència especialitzada en promocionar i oferir destinacions turístiques als seus clients finals. A l'esdeveniment de Palma hi han assistit 300 persones, procedents de 19 països, el perfil dels quals és el d'alts executius de les agències de viatges que treballen amb MTS Globe.

Candidatura Palma: Congrés Internacional INC Nuts

Mercat internacional. MICE.

Recolzament de la candidatura de Palma com a seu del congrés. El congrés i la col·laboració es faran efectius l'any 2025 amb les dates de la seva celebració. Col·laboració amb punt d'informació i amb el programa.

Cicle conferències patrimoni cultural – Balaguer

Mercat nacional. Cultura.

Cicle de conferències organitzades pel Ajuntament de Palma (Regidoria de Cultura). Col·laboració institucional amb l'Ajuntament, i suport al producte Cultura i projecció de Palma com a imatge de destinació cultural. Patrocini amb les pernoctacions dels ponents.

JULIOL

Creació d'un vídeo de Palma com a destinació sostenible

Mercat nacional. Multi producte.

Creació d'un vídeo promocional de la ciutat per cobrir de manera visual i atractiva la manca d'eines efectives per comunicar el compromís de la ciutat amb la sostenibilitat i el turisme responsable, tant a la població resident com als diferents mercats emissors de turistes. L'objectiu principal que es pretén aconseguir és millorar la imatge i competitivitat de la ciutat de Palma com a destinació turística, així com reforçar el compromís de la ciutat amb la sostenibilitat i el turisme responsable així com amb el benestar de la població resident.

Planell de Palma

Mercat internacional. Multi producte.

Actualització de continguts, reedició i reimpressió del Planell de Palma.

Vídeo de Bernardí Roig

Mercat internacional. Cultura

Bernardí Roig és un artista molt reconegut a nivell local, nacional i internacional. Una bona prova de la seva importància, és l'exposició retrospectiva organitzada per l'Ajuntament al Casal Sollerí. Amb motiu d'aquesta exposició, des de l'àrea de cultura de l'Ajuntament, es proposa realitzar un vídeo de la mateixa amb entrevistes a l'artista i amb explicacions de la seva trajectòria. Tant l'àrea de cultura, com l'àrea de turisme, són de l'opinió que comptar amb una peça audiovisual d'aquestes característiques, és una molt bona eina promocional de la destinació, vinculant-lo a la cultura, i de la mà d'un ambaixador com Bernardí Roig. Aquest vídeo està produït per l'àrea de cultura amb mitjans propis, però la FTP365 serà la que en farà ús amb finalitats promocionals.

Palma Concert Series

Mercat internacional. Cultura

Sèrie de concerts de primer nivell (Simple Minds, James Blunt, Tom Jones, Anastacia) que pretén atreure al públic estranger i resident amant de la música i de Mallorca. Col·laborem amb OPIs i amb una trasera del bus turístic per promocionar l'esdeveniment i amb allotjament pels artistes participants.



Global MICE Forum

Mercat nacional. MICE, segment associatiu.

Participació al fòrum i workshop GMF juntament amb el Palau de Congressos de Palma. Aquest fòrum i workshop itinerant, es va celebrar a Girona del 8 al 10 de juliol.

SETEMBRE

Col·laboració acte homenatge família Weyler

Mercat nacional. Multi producte.

Col·laboració amb Batlia amb allotjament pels participants en un acte d'homenatge i agraïment per part de l'Ajuntament de Palma celebrat el mes de setembre de 2024. L'acte es va dedicar a la família Weyler per la seva donació a la Fundació Esment.

Jornades inverses mercat mexicà SCB

Mercat internacional. MICE

Participació en el workshop i jornades amb mercat corporatiu mexicà, organitzades pel Spain Convention Bureau a Valladolid (16- 18 de setembre). Reunions amb buyers del sector MICE.

Guia urbana de Palma

Mercat internacional. Multi producte.

Producció de la guia urbana de Palma. Llibre de qualitat de 99 pàgines, produït en diferents idiomes (català, castellà, anglès, alemany), dirigit principalment per a convidats de press i fam trips.

Qüestionari Solytur Exceltur

Mercat nacional. Multi producte.

Recol·lecció de les dades disponibles de les diferents àrees de l'Ajuntament i complementació del qüestionari.

Candidatura Palma: Congrés AECafé 2026

Mercat internacional. MICE.

Presentació de la destinació de Palma i suport a l'organització amb l'elecció de seus i programa. El congrés es realitzarà a Palma el 2026.

Patrocini Cognitive Fest

Mercat nacional. Imatge.

La Fundació va col·laborar amb La primera edició de Cognitive Fest, que va tenir lloc el 28 de setembre al museu Es Baluard. Un esdeveniment participatiu centrat en el menester mental. Cal destacar que es va elegir Palma, perquè és una ciutat única que convida al descans, a la desconneció i a la cura personal però, sobretot destaca la seva localització.

La col·laboració amb el Cognitive Fest va alineada amb els interessos turístics de la ciutat i dels seus residents per diversos motius:

- Visibilitat per a la destinació i la marca, per al branding associat a un esdeveniment que convida al descans i al benestar mental i corporal, a més de comptar amb el suport de Rísel Magazine
- Gran impacte en xarxes socials i premsa.
- Idoneïtat de la temàtica turística. L'activitat a la qual es vincularia l'esforç promocional de Palma gira al voltant l'oferta de Palma, l'estil de vida, i el turisme Premium, la qual cosa encaixa amb els objectius estratègics que Palma persegueix. Per tant, parlaríem de coherència en els esforços promocionals de la Fundació: reforç i atracció d'un turisme de qualitat.
- Generació a més d'un focus d'atracció de visitants d'un segment Premium i cosmopolita.

OCTUBRE

Campanya "Ponts" Atresmedia

Mercat nacional. Multi producte.

Promocionant Palma com a destinació pels caps de setmana i ponts de 2024. Mitjançant una campanya d'insercions publicitàries a Onda Cero Radio, emeses als principals programes de l'emissora a nivell nacional, incloent "Gente



Viajera", durant les setmanes prèvies al pont de desembre. Es varen dissenyar cinc models diferents de falques de ràdio, cada una destinada a un públic objectiu i gravades per Carolina Cerezuela, com a ambaixadora de la ciutat.

Podcast amb Cope. Palma: patrimoni cultural i religiós

Mercat nacional. Cultura.

Posar en valor el patrimoni artístic-cultural-religiós de Palma, i promocionant-lo, com una de les motivacions per a visitar Palma. Es va dur a terme una col·laboració amb la Cadena Cope que, de la mà de l'historiador de l'art i divulgador de patrimoni religiós, Juanjo Soler, va produir i realitzar 8 podcasts que es varen publicar a cope.es, a Cope Madrid i Cope Mallorca, incloent l'emissió dels podcasts en antena en el programa "Herrera en Cope".

Podcast amb Cadena Ser. Palma: capital gastronòmica de la mediterrània

Mercat nacional. Gastronomia.

Posant en valor el patrimoni gastronòmic de Palma, i promocionant-lo, com una de les motivacions per visitar Palma. Desenvolupat de la mà de la cadena Ser. Creació de 16 podcasts de la mà de l'equip de *HXX Ser Foodie*, inclosos com a secció del programa regional de cap de setmana "A Vivir que son dos días Baleares", com a secció de HXX Ser Foodie i com a podcast al web www.radiomallorca.es.

Reedició i reimpressió de la guia de Turisme Familiar

Mercat internacional. Imatge / turisme familiar.

S'ha dut a terme una actualització de continguts, nova maquetació i nou disseny de portada de la guia de turisme familiar, amb la corresponent reimpressió d'exemplars en 4 idiomes que es distribuïran a les oficines de turisme i en diferents accions promocionals.

Reedició i reimpressió de la guia Palma per a Tothom

Mercat internacional. Imatge / turisme accessible.

S'ha dut a terme una actualització de continguts, nova maquetació i nou disseny de portada del tríptic desplegable Palma per a Tothom, amb la corresponent reimpressió d'exemplars en 4 idiomes que es distribuïran a les oficines de turisme i en diferents accions promocionals.

UEFA FUTSAL CHAMPIONS LEAGUE (Main Round)

Mercat nacional. Esports.

Patrocini de la "main round" d'aquest esdeveniment esportiu, amb les contraprestacions següents:

- Inclusió de la marca Palma en tots els elements de comunicació, leds, tanques, photocalls.
- Inclusió com a empresa patrocinadora en totes les accions de comunicació de l'esdeveniment.

Famtrip MICE mercat nacional amb el MCB

Mercat nacional. MICE.

Col·laboració amb el programa i visites guiades per Palma. Acció liderada pel Mallorca Convention Bureau, realitzat l'octubre de 2025.

TUI Palma Marathon Mallorca

Mercat internacional. Esports.

Col·laboració amb un programa de visites guiades per donar a conèixer la ciutat als participants a la Marató.

NOVEMBRE

Famtrip grupal amb la OET de Londres

Mercat britànic. Multiproducte.

Acció desenvolupada del 14 al 17 de novembre de 2024. Va comptar amb la participació de 9 agents de viatge especialitzats en el segment del luxe. Es va organitzar un programa complet amb activitats vinculades a la cultura, gastronomia i que incorporava també nombroses visites d'inspecció a hotels de la ciutat.

TaPalma

Mercat nacional. Gastronomia.

Patrocini de l'esdeveniment, amb les següents contraprestacions: promoció i visibilitat de la marca Palma en publicitat digital i física, inclusió en materials promocionals (banners, OPIs i banderoles, premsa, falques de ràdio,...) presència



destacada a newsletters, xarxes socials, notes i convocatòries de premsa, publicitat online (web i app). Promoció audiovisual.

Programa agents de viatge TaPalma

Mercat nacional. Gastronomia.

Es va col·laborar amb l'organització de TaPalma amb un programa d'activitats per un grup de 18 agents de viatge que es desplacen des de Barcelona i València per conèixer Palma com a destinació gastronòmica, en el marc de la celebració del Festival TaPalma 2024. La col·laboració de l'FTP365 es concreta amb una visita guiada a la ciutat, visita guiada a La Seu i un dinar al restaurant Andana de la xef Maca de Castro el 25 de novembre. Es considera una acció d'interès promocional per a la ciutat com a destinació de turisme gastronòmic, posant en valor no només els productes locals de qualitat, sinó també la presència a la ciutat de xefs reconeguts en la cuina d'avantguarda.

Convenció ABTA

Mercat britànic. Multi producte.

Col·laboració amb una visita guiada a Palma el 26 de novembre per donar a conèixer la ciutat als agents de viatge britànics interessats, aprofitant la celebració de la Convenció Anual de la ABTA a Calvià.

13 Evolution Mallorca International Film Festival

Mercat Internacional. Cultura.

Col·laborem amb OPIs i una trasera del bus turístic durant el mes d'octubre per promocionar l'esdeveniment.

Meditació per la pau, Dr. Deepak Chopra

Mercat internacional. Multi producte.

Patrocini de l'esdeveniment, enfocat a cobrir el cost de l'emissió que es va fer a nivell internacional a través de les xarxes socials de Sages & Scientists Mallorca Experience, Sadhana Works, Fundació Chopra i Fundació Turisme Palma 365. A més, l'empresa organitzadora va donar promoció a la Fundació i a la ciutat de Palma a la roda de premsa, photocall de l'esdeveniment, vídeo de Palma al final de l'emissió de l'esdeveniment.

UEFA FUTSAL CHAMPIONS LEAGUE 2024 (Elite Round)

Mercat nacional. Esports.

Patrocini de la "Elite round" d'aquest esdeveniment esportiu, amb les contraprestacions següents:

- Inclusió de la marca Palma en tots els elements de comunicació, leds, photocalls, tanques.
- Presència del logotip al centre de la pista, mencions a xarxes socials, anuncis als vídeo marcadors.

Fira WTM, Londres

Mercat internacional. Fira.

Participació a la fira internacional del turisme WTM a Londres, UK (5-7 novembre). Atenció del mostrador de Palma dins l'espai de Mallorca a l'estand d'Illles Balears. Organització de presentacions als medis, i celebració de reunions als dies professionals de la fira.

Fira IBTM, Barcelona

Mercat internacional. Fira.

Fira internacional del producte MICE celebrada a Barcelona. Agenda de reunions amb professionals del sector MICE (19-21 novembre).

Congrés MICE South Europe Palma

Mercat internacional. MICE.

Patrocini i suport amb l'organització del programa del congrés. Congrés molt rellevant de la indústria MICE a nivell internacional, amb seu itinerant, celebrat a Palma del 10 al 12 de novembre. Seu al Palau de Congressos de Palma, liderat pel Mallorca Convention Bureau.

DESEMBRE

Famtrip postour IBTM amb el MCB

Mercat internacional. MICE



Col·laboració amb el Mallorca Convention Bureau en l'organització d'un viatge de familiarització per compradors especialitzats en el producte MICE. S'Aproposa la celebració de la fira IBTM de Barcelona per convidar a un grup de 7 agents de viatge que es desplacen a Palma per conèixer la destinació i les possibilitats que aquesta ofereix per l'organització d'esdeveniments. Es considera una acció de gran interès promocional per a la ciutat, motiu pel qual la FTP365 col·labora amb l'organització aportant els vols dels agents.

FIM Awards 2024 motociclisme

Mercat nacional. Esports.

Recolzament institucional de l'FTP365 i de l'Ajuntament de Palma amb l'organització

ANUAL

Servei d'oficines d'informació turística

Mercat internacional. Multi producte.

Supervisió del contracte de gestió del servei d'informació turística municipal que es desenvolupa en les oficines ubicades al Parc de ses Estacions, Parc de la Mar, Platja de Palma i Estació Marítima.

Millora de les infraestructures de les oficines d'informació turística de Palma

Mercat internacional. Multi producte.

Durant el 2024 s'han dut a terme obres d'adequació i millora de l'OIT de la Platja de Palma i s'ha donat inici a les obres de transformació integral de l'OIT de la Plaça d'Espanya, que s'espera que estiguin finalitzades dins el primer semestre de 2025.

Accions posposades o cancel·lades

Rellançament This is Palma. Posposat a l'any 2025.

Rebranding. Posposat.

ACCIONS EXECUTADES 2024. DEPARTAMENT COMUNICACIÓ

Mercat UK

Fira WTM.

Una delegació de l'Ajuntament de Palma, va assistir a la fira turística World Travel Market de Londres, amb el propòsit de presentar Palma com a una destinació cultural de referència a Europa. L'objectiu que persegueix l'Ajuntament és convertir Palma com un dels grans escenaris de l'art i de la cultura, de la creació contemporània, però també de la història, la tradició, la gastronomia, l'arquitectura, la música, el teatre i la dansa, i no només a nivell nacional, sinó també a nivell internacional. Durant els dies de la fira, la delegació es va reunir amb aerolínies, operadors turístics, empreses del sector i mitjans de comunicació per explicar-los l'estratègia que du a terme la Fundació Turisme Palma 365.

Cal destacar el bon posicionament de la marca Palma, el seu atractiu com a ciutat cultural i urbana i el gran interès que va generar al mercat de UK.

Travel Media Awards.

Els Travel Media Awards, creats el 2015, són àmpliament reconeguts com l'esdeveniment més important als mitjans de viatges i els únics premis nacionals al Regne Unit que destaquen exclusivament l'excel·lència editorial i els èxits en totes les formes de mitjans. Per aquest motiu, la Fundació, aconsellada per la seva agència de comunicació Lotus, va decidir col·laborar com a patrocinador de la categoria Publicació Comercial de l'Any – Online. Aquest premi s'adreça a publicacions comercials del sector de viatges que s'actualitzen o publiquen regularment en plataformes digitals.

Palma patrocina aquesta categoria a causa del seu fort enllaç amb la indústria comercial.

Els Travel Media Awards es van celebrar el 28 d'octubre al Four Seasons Hotel London.

Maria Boyle.

La Fundació, recomanada per Lotus va col·laborar amb una de la periodista freelance Maria Boyle. Ella escriu per Daily Mail Ireland: un dels diaris nacionals d'Irlanda i popular amb una tirada diària de 29.441 exemplars. 'Ella escriurà un article tant en print com online; Travel Begins at 40, dirigit a persones d'alt poder adquisitiu que tenen set de viatjar,



amb un abast mensual de 18.000 i al Yorkshire, revista regional de luxe impresa en color tots els dissabtes, amb una tirada diària de 10.031 exemplars.

The Times.

La periodista Jane Mulkerrins del mitjà The Times va viatjar a Palma. Lotus, juntament amb la Fundació, va organitzar diverses activitats per la periodista per tal de conèixer l'oferta de la nostra destinació.

Viatge de premsa grupal.

Lotus i la Fundació varen organitzar un grupal, concretament del 17 al 20 de maig per a destacats mitjans del mercat de UK amb l'objectiu de donar a conèixer la nostra destinació. Els mitjans assistents van ser: Women's Health; The Irish Independent i Lodestar's Anthology.

Mercat Alemany

Fira ITB.

El batle de Palma, va presentar a la fira turística ITB de Berlín, l'estratègia de l'equip de govern municipal per projectar Platja de Palma com una de les destinacions de referència cada mes de l'any, una destinació lligada a la qualitat de l'oferta. A més, en el marc de la fira, la Fundació va organitzar una àmplia agenda de reunions amb mitjans i empreses del sector on es va traslladar el missatge que Platja de Palma és una destinació hospitalària, oberta a tothom; i deixant un missatge clar, que és el respecte per als residents, la destinació i l'entorn. Així mateix, durant la fira el batle va anunciar més seguretat i una nova ordenança cívica amb sancions més dures per aturar els comportaments incívics. La nova ordenança posa el focus en els problemes que afecten i preocupen el sector turístic de Platja de Palma: consum d'alcohol, concentracions que alterin la convivència, conductes vandàliques, contaminació acústica i venda ambulants, entre d'altres situacions.

Renate Scheiper

La nostra agència de comunicació a Alemanya, Global Communications, juntament amb la Fundació va organitzar diverses activitats per la periodista Renate Scheiper amb motiu del seu a Palma del 10 al 13 d'octubre. Ella escriu per la revista el ZMK- Zahnheilkunde, que fa 37 anys que és al mercat. Es tracta d'una publicació mensual que compta amb una secció de cultura on parla de destinacions interessants per visitar. Té un tiratge de 38.000 exemplars i el valor mediàtic de l'article que Renate Scheiper escriurà és de 17.400 euros.

Viatge de premsa grupal

La Fundació, juntament amb la seva agència de comunicació del mercat alemany, Global Communication ha organitzat un grupal del 14 al 17 d'octubre, van assistir els següents mitjans: Front Row Society, RNDi Reisen Exclusive.

- **Front Row Society:** Cada mes genera 12 milions de visualitzacions d'imatges, i només a través de Google s'accedeix a més de 7 milions d'informes al mes. Té un valor mediàtic de 25.000€.
- **RND,** amb seu a Hannover, és la redacció de continguts nacionals de Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co. KG. RND subministra més de 60 diaris amb una tirada diària total de més de 2,3 milions d'exemplars i un abast d'uns 6,8 milions de lectors al dia. A més té revistes online com a Reoseporter amb 4 milions de vistes per mes. Té un valor aproximat de 100.000€.
- **Reisen Exclusive:** Amb un valor mediàtic de 35.700€ porta 18 anys informant quatre vegades a l'any sobre destinacions de viatge especials, hotels de luxe i productes d'estil de vida. Compta amb una tirada de 95.000 exemplars. Sota títols editorials com ara notícies d'hotels, consells de viatge, creuers i fotos de ciutats, s'informa els lectors sobre allotjaments de luxe, destinacions interessants i magnífics productes d'estil de vida.

Mercat Nacional

Fira Fitur.

Dins el marc de la fira, la Fundació va realitzar diverses presentacions on el producte gastronomia va ser el gran protagonista. El producte gastronomia té una gran capacitat d'atracció i l'enorme potencial per configurar la capital balear com una destinació urbana de qualitat i prestigi durant tot l'any. A més, durant la fira es va oferir a tots els assistents la tapa i el còctel guanyador del TaPalma 2023.



Viatge premsa.

Del 21 al 23 de novembre la Fundació, juntament amb la seva agència de comunicació, Promotourist va organitzar un grup amb l'objectiu de donar a conèixer la destinació en temporada baixa. Els mitjans que van poder gaudir de l'ampli programa d'activitats que la Fundació va organitzar van ser: El Mundo (Viajes); Programa de radio Piérdete y Disfruta (Radio Libertad-Grupo Intereconomía); Revista TopViajes i Revista Traveling.

Viatge de premsa Cap Rocat

L'hotel Cap Rocat organitza cada any un concert de música clàssica on assisteix un gran nombre de personalitats rellevants del món de la cultura a més de destacats periodistes, tant internacionals com nacionals. Cal destacar que paral·lelament a l'esdeveniment, s'organitza un programa perquè els periodistes coneguin la ciutat de Palma, així com la seva oferta cultural i gastronòmica que ofereix la capital balear. Per aquests motius, i donada la rellevància dels mitjans: La Vanguardia, ABC, Die Welt TELVA i El País, la Fundació va trobar adient col·laborar.

Contractació d'una agència de Comunicació i Relacions públiques mercat americà

Spain Travel News

La Fundació va realitzar amb Hosteltur una campanya de comunicació dirigida al sector Trade dels principals mercats emissors, tals i com Regne Unit i Alemanya.

La Fundació Turisme compta amb agències de comunicació als mercats de Regne Unit i Alemanya dirigides als mitjans de comunicació tradicionals, però les necessitats de la Fundació van més enllà del canals fins ara emprats, és molt important per la nostra destinació arribar al sector Trade (agents de viatges, operadors turístics..) de les dues destinacions, per donar a conèixer totes les novetats de Palma i Platja de Palma a aquest sector d'una manera professional.

En aquest sentit, al destacar que, Hosteltur, que és la publicació líder en informació turística per professionals de la intermediació i és la plataforma que més informació rep, genera, treballa i publica de destinacions i empreses turístiques d'Espanya, ha llançat un nou producte informatiu que consisteix en una nova web i una newsletter específiques per als mercats de Regne Unit i Alemanya en els seus respectius idiomes, y que s'envia setmanal i directament a milers d'agents i agències de viatge dels dos mercats. Es publiquen unes 10 notícies setmanals de caràcter informatiu en torn a qüestions dels seu interès professional. I compta amb una difusió a UK: 5.000 agències i a Alemanya: 22.937 agents.

Aquesta nova plataforma, Spain Travel News compta amb la col·laboració de Turespaña la qual cosa és un segell de qualitat i reconeixement en els dos mercats. A més, al ser un mitjà de informació, una capçalera reconeguda tant a UK com a Alemanya, i no una agència de comunicació, el valor de continguts es notablement superior. S'ha de tenir en compte també, que las bases de dades a les que setmanalment s'envien els newsletters, són locals del propi país i garantides.

Reportatge El Económico

Amb motiu de la fira turística ITB de Berlín, i seguint instruccions del departament de comunicació de l'Ajuntament de Palma, la Fundació va redactar un editorial pel suplement de l'Económico, així mateix es va dissenyar un original per il·lustrar el reportatge.

Reportatge Preferente i Challenge

La Fundació va redactar diversos reportatges amb la finalitat de posar en valor l'oferta de qualitat com una destinació Urbana i cosmopolita durant tots els mesos de l'any.

Creació d'un vídeo promocional

Donada l'assistència a la fira WTM de Londres, es va dur a terme una presentació de Palma com a destinació cultural, aquesta anava seguida d'un vídeo promocional on es mostraven totes les activitats i tot el que ofereix la destinació de caire cultural. Per aquest motiu, es va encarregar la producció d'un vídeo promocional per donar-ho a conèixer al públic del mercat de UK.

ROI 2024

FECHA	NACIONAL	UK EUROS	ALEMANIA	TOTAL
GENER	393.855,00 €	327.433,26 €	295.544,00 €	1.016.832,26 €
FEBRER	230.610,00 €	425.181,90 €	438.373,00 €	1.094.164,90 €
MARÇ	876.081,00 €	257.445,65 €	199.038,00 €	1.332.564,65 €
ABRIL	281.985,00 €	567.262,52 €	183.974,00 €	1.033.221,52 €
MAIG	671.253,00 €	135.677,30 €	279.279,00 €	1.086.209,30 €
JUNE	356.402,00 €	149.435,00 €	230.674,00 €	736.511,00 €
JULIOL	751.395,00 €	63.343,50 €	100.188,00 €	914.926,50 €
AGOST	355.866,00 €	546.423,90 €	141.943,00 €	1.044.232,90 €
SEPTEMBRE	1.067.598,00 €	644.669,85 €	275.173,00 €	1.987.440,85 €
OCTUBRE	444.501,00 €	138.030,75 €	72.678,00 €	655.209,75 €
NOVEMBRE	357.753,00 €	315.301,80 €	732.853,00 €	1.405.907,80 €
DECEMBRE	854.613,00 €	156.634,50 €	272.248,00 €	1.283.495,50 €
TOTAL	6.641.912,00 €	3.726.839,93 €	3.221.965,00 €	13.590.716,93 €

ROI 2023: 12.114.848€

2024: +12,38%

7. ACTIVITATS D'INFORMACIÓ TURÍSTICA

Resum executiu oficines d'informació turística:

- Pressupost 2024 per a les OIT: 362.850,00 €
- Despesa real 2024: 295.359,98 €
- Percentatge executat del pressupost = 81,40 %

RESUM EXECUTIU OFICINA VIRTUAL D'INFORMACIÓ TURÍSTICA

1. Servei virtual d'informació turística de palma, a través d'e-mail, telèfon i correu postal

Recollida diària d'Indicadors del servei i posterior registre mensual d'estadístiques -relatives als correus electrònics i postals- d'informació turística.

Total consultes respostes:

	2024	2023	DIFERÈNCIA
Gener	18	2	16
Febrer	22	8	14
Març	26	14	12
Abril	37	23	14
Maig	34	23	11
Juny	30	27	3
Juliol	18	18	0
Agost	20	12	8
Setembre	18	42	-24
Octubre	20	25	-5
Novembre	17	29	-12
Desembre	14	45	-31
TOTAL	274	268	6

Per Nacionalitats:

	2024	2023	DIFERÈNCIA
Residents	14	10	4
Espanya	104	116	-12
Alemanya	55	32	23
Regne Unit	43	40	3
França	26	16	10
Itàlia	18	4	14
Altres	14	50	-36
Rusos	-	-	-
TOTAL	274	268	6

2. Elaboració i actualització de documents d'informació turística que conformen una base de dades, útils a l'hora de donar resposta a les demandes que turistes i residents ens realitzen

Total documents: 203, els quals es divideixen en els següents apartats:

Allotjaments: 52

Transports: 26

Cultura: 51

Gastronomia: 21

Esports: 10

Nàutica: 7

Genèrics: 36

Total documents actualitzats: 79

Total documents pendents: 124

Pla d'actualització 2025:

Mantenir el 38,91% d'actualització de documents. Un% superior requeriria una ampliació de recursos humans del departament.

3. Xarxes Socials

Activitat 2023 per mesos (total publicacions FB + TW + IG: 672)

Gener: 57

Febrer: 51

Març: 60

Abril: 53

Maig: 59

Juny: 57

Juliol: 55

Agost: 52

Setembre: 56

Octubre: 56

Novembre: 59

Desembre: 57

-0,1% 2023 vs. 2022

Activitat 2024 per mesos (total publicacions FB + TW + IG + TH: 654)

Gener: 60

Febrer: 33

Març: 49

Abril: 54

Maig: 59

Juny: 43

Juliol: 85

Agost: 76

Setembre: 76

Octubre: 70

Novembre: 21

Desembre: 28

-2.68% 2024 vs. 2023



Facebook

Seguidors:

1 gener 2024: 12.673 – 31 desembre 2024: 13.250

1 gener 2023: 12.722 - 31 desembre 2023: 12.675

+ 4,54 % 2024 vs. 2023

Twitter

Seguidors:

1 gener 2024: 19.140 – 31 desembre 2024: 18.790

1 gener 2023: 18.979 - 31 desembre 2023: 19.144

- 1.85% 2.024 vs. 2.023

(El canvi de Twitter a X ha comportat certs canvis a la plataforma que estan provocant la pèrdua progressiva de seguidors).

Instagram

Seguidors:

1 gener 2024: 2.523 – 31 desembre 2024: 2.885

1 gener 2023: 2.210 – 31 desembre 2023: 2.520

+14.48% 2024 vs.2023

Threads

Seguidors:

1 juliol 2024 (data creació perfil): 391 – 31 desembre 2024: 485

+24,04% juliol vs desembre 2024

Facebook

Likes

1 gener 2024 – 31 desembre 2024: 5.171

1 gener 2023 – 31 desembre 2023: 2.360

+ 119,11% 2024 vs. 2023

Abast (nombre total de persones úniques que veuen una publicació)



1 gener 2023 – 31 desembre: 141.069

Twitter

Likes

1 gener 2023 – 31 desembre 2023: 4.298

(El canvi de Twitter a X ha comportat certs canvis a la plataforma que estan provocant la pèrdua progressiva d'usuaris).

Instagram

Juliol-agost 2024: 7.550

Juliol-agost 2023: 3.410

Threads

Juliol 2024 (data creació perfil) - desembre 2024

Likes: 118

Visualitzacions: 2004

Seguidors: 485

4. Recollida d'informació relativa als esdeveniments i activitats turístiques que han tingut lloc a Palma en 2024, per a la seva publicació en www.visitpalma.com:

Gener:	76
Febrer:	86
Març:	103
Abril:	94
Maig:	111
Juny:	89
Juliol:	82
Agost:	93

Setembre: 105
Octubre: 112
Novembre: 197
Desembre: 99

6. DMS

El departament d'informació turística és l'encarregat de donar resposta de manera correcta a les demandes municipals de serveis que arriben a l'Ajuntament de Palma a través del **gestor de DMS**.
Tramita i gestiona les demandes ciutadanes, queixes, suggeriments i felicitacions, relacionades amb la nostra àrea.
Durant el 2024 vam rebre 2 DMS, de les quals s'han donat resposta al 100% de les mateixes.
Aquestes demandes municipals de servei son una queixa i una observació que fan referència als següents assumptes:

Queixa

- Manca d'indicació d'obres per uns dies, a l'oït d'Estacions.

Observació

- Opinió sobre el Balneari 6 a Platja de Palma.

7. Tutorització alumnes

Tutorització de 4 **alumnes** que han realitzat les seves pràctiques a la FTPM365 i que provenen dels següents estudis:

- Un alumne: Máster en Traducció audiovisual de l'anglès a l'Espanyol (ISTRAD - Institut Superior d'Estudis Lingüístics i Traducció).
- Un alumne: Màster en Traducció i noves tecnologies. Localització de Productes Multimèdia (ISTRAD – Institut Superior d'Estudis Lingüístics i Traducció).
- Un alumne: Màster en Traducció audiovisual. Localització, subtitulació i doblatge (ISTRAD - Institut Superior d'Estudis Lingüístics i Traducció).
- Un alumne: Màster en Traducció i Màrqueting ((ISTRAD - Institut Superior d'Estudis Lingüístics i Traducció).

FUNDACIÓ TURISME
PALMA 365

C. Socors, 22A
07002 Palma

Tel: +34 971 22 59 86
Fax: +34 971 22 59 83