



MEMÒRIA D'ACTIVITATS DE 2025

FUNDACIÓ TURISME PALMA 365



ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	3
2. ÒRGANS DE GOVERN I DE PARTICIPACIÓ	3
3. ESTRUCTURA ORGÀNICA a 31 de desembre 2024	8
4. RESUM ECONÒMIC FINANCER	8
5. COL-LABORACIÓ AMB ALTRES INSTITUCIONS	10
6. ACTIVITATS DE PROMOCIÓ I COMUNICACIÓ	10
7. ACTIVITATS D'INFORMACIÓ TURÍSTICA	27

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 2025 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. Miguel Ángel Rosselló Jiménez, 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.	Sr. Juan Antonio Esteban Rodríguez, regidor 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 Turisme.
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.	Sr. Joan Trias Riu, representant
Hotel Beds Group, S.L.	
10.	Sra. Elena Pérez Cabello, Directora de RRHH
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
Aubamar Hotels Property, 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	21 de març de 2025	Sessió ordinària
Patronat	17 de novembre de 2025	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 representat 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 2025, la Comissió Executiva estigué representada per les següents entitats:

PRIMER SEMESTRE 2025	
Sector públic	Autoritat Portuària de Balears
Sector transports	Air Europa Líneas Aéreas, S.A.U.
Sector hotelier	Aubamar Hotels Property S.L.U.
Sector turoperadors	Viajes Soltour, S.A.
Altres	Palma de Mallorca Aquarium, S.A

SEGON SEMESTRE 2025	
Sector públic	Autoritat Portuària de Balears
Sector transports	Balearia Eurolíneas Marítimas, S.A.
Sector hotelier	Riusa II, S.A.
Sector turoperadors	Viajes Sidetours, S.A.
Altres	City Sightseeing España, S.L.

Calendari de reunions

Comissió Executiva	10 de gener de 2025	Sessió extraordinària
Comissió Executiva	3 de març de 2025	Sessió extraordinària
Comissió Executiva	21 de març de 2025	Sessió ordinària
Comissió Executiva	21 de juliol de 2025	Sessió ordinària
Comissió Executiva	10 de novembre de 2025	Sessió extraordinària
Comissió Executiva	17 de novembre de 2025	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.

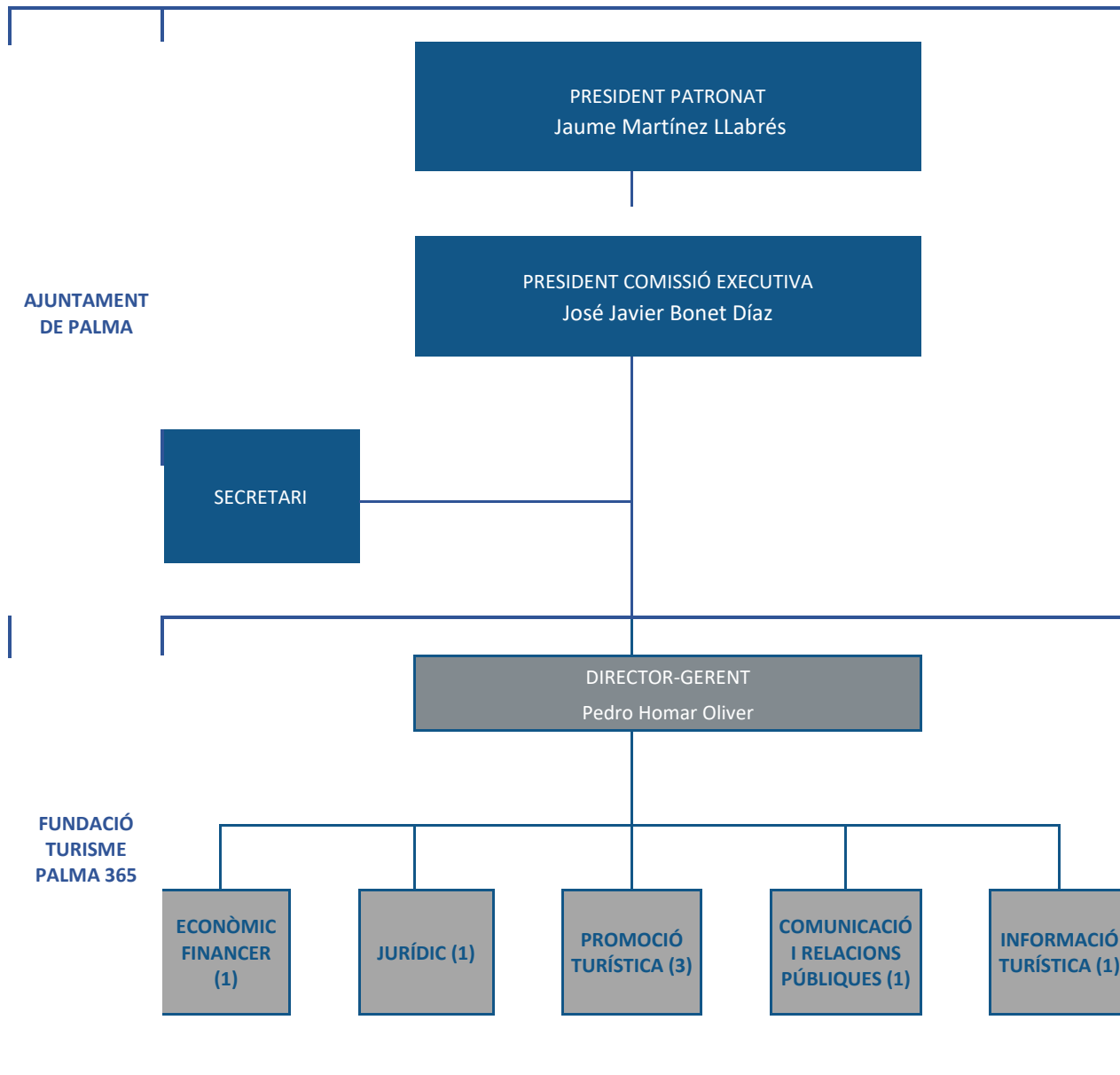
Així doncs, des del seu nomenament, el Sr. Pedro Homar Oliver ha ostentat la direcció-gerència, òrgan d'administració que assumeix la direcció i la coordinació de la gestió de la Fundació Turisme Palma 365.

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.

2. ESTRUCTURA ORGÀNICA a 31 de desembre 2025



3. 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 2025 ha estat el següent:

COMPTA DE RESULTATS		EXERCICI 2025
FUNDACIÓ TURISME PALMA 365		
A) EXCEDENT DE L'EXERCICI		
1. Ingressos de l'activitat pròpia		1.740.037,55 €
a) Quotes d'associats i afiliats		48.000,00 €
b) Ingressos de promocions, patrocinis i col·laboracions		54.071,56 €
c) Subvencions, donacions i llegats imputats a l'excedent de l'exercici		1.637.965,99 €
2. Vendes i altres ingressos ordinaris de l'activitat mercantil		45.042,74 €
3. Despeses per ajudes i altres		-6.719,72 €
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		-1.126.044,95 €
7. Altres ingressos de l'activitat		0,00 €
8. Despeses de personal		-518.972,95 €
9. Altres despeses de l'activitat		-112.946,05 €
10. Amortització de l'immobilitzat		-39.646,04 €
11. Subvencions, donacions i llegats de capital traspassats a l'excedent de l'exercici		32.972,83 €
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)		13.723,41 €

ACTIU		EXERCICI 2025
FUNDACIÓ TURISME PALMA 365		
A) ACTIU NO CORRENT		34.010,41 €
I. Immobilitzat intangible		21.949,73 €
III. Immobilitzat material		12.060,68 €
B) ACTIU CORRENT		584.799,03 €
I. Existències		0,00 €
II. Usuaris i altres deutors de l'activitat pròpia		212.737,98 €
III. Deutors comercials i altres comptes a cobrar		13.543,45 €
V. Inversions financeres a curt termini		8.141,00 €
VII. Efectiu i altres actius líquids equivalents		350.376,60 €
TOTAL ACTIU (A + B)		618.809,44 €

PATRIMONI NET I PASSIU		EXERCICI 2025
FUNDACIÓ TURISME PALMA 365		
A) PATRIMONI NET		345.721,35 €
A-1) Fons propis		308.283,93 €
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		-15.946,85 €
IV. Excedent de l'exercici		13.723,41 €
A-2) Subvencions, donacions i llegats rebuts		37.437,42 €
C) PASSIU CORRENT		273.088,09 €
II. Deutes a curt termini		48.967,37 €
3. Altres deutes a curt termini		48.967,37 €
V. Creditors comercials i altres comptes a pagar		224.120,72 €
1. Proveïdors		83.685,93 €
2. Altres creditors		140.434,79 €
TOTAL PATRIMONI NET i PASSIU (A + C)		618.809,44 €

4. COL·LABORACIÓ AMB ALTRES INSTITUCIONS

En 2025 la Fundació Turisme Palma 365 va signar els següents convenis de col·laboració:

1. Conveni interadministratiu per a la contractació específica o esporàdica dels serveis i subministraments relatius al manteniment del lloc de treball (workplace), al Centre d'Atenció a l'Usuari (CAU) i al manteniment de productes ofimàtics per al personal amb l'Ajuntament de Palma, la Societat Municipal d'Aparcaments i Projectes, l'Empresa Municipal de Transports de Palma, l'Empresa Funerària Municipal, S.A. i la Fundació Pilar i Joan Miró
2. Conveni de col·laboració amb l'Associació Espanyola de Branding (AEBRAND) per fomentar el desenvolupament de relacions de col·laboració i cooperació entre ambdues parts, establint un intercanvi i recolzament a les diferents activitats encaminades a establir sinergies impulsades per alguna de les entitats, així com el desenvolupament d'accions conjuntes.

5. ACTIVITATS DE PROMOCIÓ

5.1. Antecedents

Pla d'Actuació

La Fundació Turisme Palma 365 va presentar al seu patronat -i s'hi va aprovar el 10 de desembre de 2024 el Pla d'actuació per 2025.

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 més a més, un dels eixos ha tingut per objectiu promocionar Platja de Palma també com a destinació de tot l'any, vinculada a l'esport, les famílies i el descans.

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.

També al llarg de 2025, s'ha prioritzat tot el relacionat amb el sector MICE.

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.

5.2 Què hem fet

ACCIONS PROMOCIONALS

Per a 2025 es va proposar un pla d'actuació organitzat amb 6 eixos:

1. Sostenibilitat

- Palma com a destí sostenible als mercats emissors, amb especial interès als esdeveniments vinculats a sostenibilitat que organitza Turespaña.
- Preparació i difusió d'informació relativa a tot el que fa la destinació en favor de la sostenibilitat per al segment MICE.

2. Llarg radi.

- Consolidar la línia amb Nova York.
- Valorar noves línies amb nord Àfrica.
- Consolidar l'increment de connectivitat amb el països del nord d'Europa.
- Prioritzar el segment MICE.

3. Gastronomia

- Potenciar l'oferta gastronòmica als mercats emissors, especialment Alemanya i Anglaterra.
- Col·laborar amb l'àrea de restauració de l'ajuntament, donant visibilitat als esdeveniments locals.

4. Tecnologia i Innovació per a una millor gestió turística de la destinació

- En col·laboració amb la Smartoffice de Palma, desenvolupar el projecte Palma destinació intel·ligent i sostenible. Inclou:
 - Plataforma de gestió de dades turístiques.
 - Mòduls i solucions per a la gestió de fluxos turístics.
- Nou portal web visitpalma.com, amb capacitat transaccional.
- Digitalització de les oficines d'informació turística.

5. Integració de l'activitat turística a la ciutat i l'entorn de Palma

- Platja de Palma: campanya en contra del turisme de excessos (a nivell local i en origen).
- Palma: En col·laboració amb l'àrea de cultura, promoció de la programació tant per a residents com a turistes.
- Nou programa de visites guiades per a residents i turistes.

6. Accessibilitat a la destinació.

- Consolidar el projecte Palma per a tots.

ACCIONS EXECUTADES PER MES DE REALITZACIÓ

GENER

Fira Fitur, Madrid (22 al 26 de gener)

Mercat nacional, internacional – Multi producte.

Participació a la fira internacional del turisme FITUR a Madrid 2025. Atenció del mostrador de Palma dins l'espai de Mallorca a l'estand d'Illes Balears, organització de presentacions als medis, i celebració de reunions als dies professionals de la fira.



Challenge ciclista Mallorca (25 de gener al 2 de febrer)

Mercat internacional – Producte esports

Patrocini de l'Etapa "TROFEO PALMA" DE LA PROVA ESPORTIVA GARDEN HOTELS – LUXCOM CHALLENGE CICLISTA (MASCULINA I FEMENINA) 2025, per a la promoció de Palma i de Platja de Palma com a destinació idònia per acollir la realització d'esdeveniments esportius en temporada mitjana i baixa.

FEBRER

AMW Forum i workshop associatiu MICE (5 al 6 de febrer)

Mercat nacional – Producte MICE.

Participació conjunta amb el Palau de Congressos de Palma, al workshop de mercat associatiu nacional, organitzat per Mice & Forum . Reunions amb buyers representants d'associacions.

Visita inspecció IPIC (10 de febrer)

Mercat internacional – Producte MICE.

Visita d'inspecció a Palma (10 de febrer), per la candidatura del congrés IPIC'27. Liderat pel Palau de Congressos de Palma, es col·labora amb el servei de restaurant i programa de la visita.

MARÇ

Brand Pulse. VI Estudi sobre la salut del Branding a Espanya.

Projecte ideat i desenvolupat per AEBRAND (Asociación Española de Branding), al costat del Fòrum de Marques Renombrades Espanyoles, i impulsat a nivell local per Mandarin Brand Society. Brand Pulse es concep com un punt de trobada per a la reflexió, intercanvi d'idees i discussió sobre diferents aspectes relacionats amb el branding i les marques, i la seva aportació a la innovació d'un sector crucial a l'economia espanyola com és el turístic. Aquest esdeveniment, reunirà líders empresarials, agents estratègics i experts en marca, amb un enfocament especial en el talent femení com a motor de canvi.

L'FTP365 col·labora amb un patrocini que suposa una oportunitat per reforçar el nostre posicionament en pro de la innovació, de la discussió i investigació de les possibilitats que el desenvolupament del valor diferencial ofereix a la nostra ciutat i a tots els actors implicats. De la mateixa manera ens permet fer tangibles el nostre compromís amb el desenvolupament socioeconòmic sostenible de Palma.

Fira ITB, Berlín (4 al 6 de març)

Mercat internacional – multiproducte.

Participació a la fira internacional del turisme ITB a Berlin, 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.

IV Festival Paco de Lucía (8 al 14 de març)

Mercat internacional – Producte cultura

El Festival Paco de Lucía Mallorca neix amb el propòsit de celebrar i homenatjar la figura d'aquest llegendari guitarrista i mestre universal, que el 2014 va ser declarat fill adoptiu de l'illa pel Consell de Mallorca. A l'illa va passar els seus últims anys, on va compondre i enregistrar el seu darrer treball "Canción Andaluza", reconegut amb un premi Grammy al millor àlbum de l'any. Es tracta d'un festival de caràcter benèfic a favor de la Fundació que honora la figura de Paco de Lucía. Amb els fons que s'obtenen es preserva el llegat de l'artista i mitjançant programes que apliquen la innovació pedagògica a l'ensenyament musical es facilita formació a talents amb dificultats per accedir-hi.

Col·laboració amb vols i allotjament pels grups participants al Festival.

Fam trip nacional MICE (21 març)

Mercat nacional - Producte MICE

Col·laboració amb el programa i visita guiada del fam trip MICE de mercat corporatiu nacional, liderat pel MCB.

Art Palma Brunch (22 de març)

Mercat internacional – Producte cultura



any, Palma va ser la ciutat escollida, un fet que representa una gran oportunitat per reforçar els vincles culturals, socials i institucionals entre les dues comunitats.

Col·laboració amb l'aportació d'un autobús turístic per al dia 21 de setembre, amb una durada aproximada de quatre hores, amb l'objectiu de traslladar el grup de participants i mostrar alguns dels llocs més emblemàtics de la ciutat.

OCTUBRE

Emotions Maestro Balearic Islands Travel Show (1 octubre 2025)

Mercat internacional – Producte luxe

És l'esdeveniment més important de l'any per a hotels, DMC, creadors d'experiències i destinacions. Centrada exclusivament a les Illes, és l'única fira de viatges que presenta les Balears de manera destacada a una gran varietat de compradors internacionals de viatges especialitzats al segment luxe.

Col·laborem amb allotjament de la mà d'HM Hotels per a convidats i organització de l'esdeveniment.

NOVEMBRE

Fira WTM, Londres (4 al 6 de novembre)

Mercat internacional – Multi producte

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

TaPalma 2025 (5 al 9 novembre)

Mercat nacional – Producte Gastronomia

Col·laboració amb informe d'interès turístic.

Raïm Wine Fest (15 novembre 2025)

Mercat internacional – Producte Gastronomia

Col·laboració amb allotjament de la mà d'HM Hotels.

Festival dedicat a la promoció de la cultura vitivinícola de Mallorca. Es celebra al Parc de la Mar de Palma i reuneix amb la marca Vi de la Terra Mallorca a 50 bodegues locals, oferint una experiència completa que combina cates de vi, gastronomia mallorquina, concerts en viu i tallers relacionats amb el món del vi.

Fira IBTM World, Barcelona (18 al 20 de novembre)

Mercat internacional – Producte MICE

Fira internacional del producte MICE celebrada a Barcelona. Agenda de reunions amb professionals del sector MICE.

Escenari Dial – Antonio José (19 de novembre)

Mercat nacional – Producte Cultura

Col·laboració Air Europa amb vols pels artistes.

Col·laboració Meliá amb allotjament pels artistes.

Col·laboració com a destinació pilot en un cas d'ús de Turisme de Compres

Projecte en el marc de les DTI (Destinacions Turístiques Intel·ligents), desenvolupat per SEGITTUR per millorar la competitivitat i sostenibilitat turístiques. Participació de la ciutat de Palma durant el mes de novembre com a destinació pilot a nivell nacional en un cas d'ús de Turisme de compres.

DESEMBRE

Activitat amb el bus turístic per a la gent gran de Palma

Mercat nacional – Producte oci

En el marc de les Festes de Nadal es va dur a terme una col·laboració amb City Sightseeing dedicada a la gent gran. La



Mercat nacional – producte cultura.

Contingut editorial promocional de Palma com a destinació cultural, al suplement especial de cap d'any de la revista El Viajero (del periòdic El País). Aquest suplement és el de major tirada de l'any, i és una peça que se sol guardar i consultar periòdicament.

Branded content – Ser Foodie (“A Vivir que son dos días Balears”)

Mercat nacional – producte Gastronomia.

Creació d'un branded content gastronòmic produït per Ser Foodie i integrat al programa “A Vivir que son dos días Balears”, així com en format podcast al web de Radio Mallorca.

Realitzat des de Pere Garau, inclou entrevistes a figures de la restauració, hostaleria i productors locals per mostrar el potencial de Palma com a futura capital gastronòmica de la Mediterrània. Realitzat i emès per la Cadena Ser, única emissora generalista amb un programa dedicat exclusivament a la gastronomia, és l'única capaç de garantir-ne la difusió local i estatal.

Guia anual Mallorca Caprice

Multi mercat – multi producte / luxe.

Inserció de publicitat de Palma als espais premium de la guia anual Mallorca Caprice, una publicació d'alt nivell distribuïda en punts exclusius i orientada a un públic amb alt poder adquisitiu. S'inclouen publicacions en xarxes socials i newsletters. L'objectiu és atraure turisme de qualitat, posicionant Palma com a destinació exclusiva mitjançant un mitjà molt segmentat i present tot l'any.

Publicació a la revista Mallorca Global

Mercat nacional / internacional – multi producte.

Inserció d'un publireportatge i anuncis de Palma a la revista Mallorca Global, una publicació premium amb distribució en punts molt exclusius i orientats a un públic d'alt poder adquisitiu (distribuïda a Balears, dirigida cap a mercat nacional i internacional). L'objectiu és atraure turisme de qualitat, aprofitant un mitjà altament segmentat que manté la destinació present durant tot l'any.

Reimpressió de la guia de Turisme Familiar

Mercat internacional. Imatge / turisme familiar.

reimpressió d'exemplars en 4 idiomes que es distribuïran a les oficines de turisme i en diferents accions promocionals.

Reimpressió de la guia Palma per a Tothom

Mercat internacional. Imatge / turisme accessible.

S'ha dut a terme una reimpressió d'exemplars en 4 idiomes que es distribuïran a les oficines de turisme i en diferents accions promocionals.

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 i equipament de les oficines d'informació turística de Palma

Mercat internacional. Multi producte.

Aquestes inversions formen part d'una actuació integral que ha inclòs recentment la millora i reforma de les instal·lacions de l'oficina d'informació turística de la Pl. d'Espanya, amb l'objectiu de convertir aquesta oficina en l'espai de referència principal dins la xarxa d'oficines turístiques del municipi.

En el 2025 s'ha **dotat l'oficina de nou mobiliari i senyalització exterior i s'ha tingut especial esment en l'accessibilitat**, amb la incorporació de mobiliari adaptat (zona específica d'atenció en mostrador per a persones amb mobilitat reduïda). El mobiliari de l'oficina s'ha finançat amb una subvenció concedida per la Fundació Mallorca Turisme ([subvencions informació turística 2025](#)).

Durant el darrer trimestre de 2025 s'ha treballat en la digitalització d'aquesta oficina, completant el projecte d'equipament de l'Oficina d'Informació Turística de la Plaça d'Espanya de Palma, mitjançant la **incorporació de pantalles de gran format** destinades a la projecció de continguts audiovisuals i informatius. Aquesta actuació permetrà millorar la comunicació amb els visitants i potenciar la difusió dels recursos turístics locals de manera atractiva, dinàmica i adaptada a les noves tecnologies. Per dur a terme aquest projecte s'ha sol·licitat també finançament a la Fundació Mallorca Turisme ([subvencions informació turística 2026](#)). L'execució d'aquest projecte de digitalització es durà a terme en el primer trimestre del 2026.

Estadístiques del servei d'informació turística durant el 2025

Afluència d'usuaris per oficina

	ESTACIONS	PLATJA PALMA	PARC DE LA MAR	ESTACIÓ MARÍTIMA	total mes
gener	795	304	915	213	2227
febrer	2540	1275	3131	197	7143
març	3604	1619	3891	533	9647
abril	4689	1075	3738	1296	10798
maig	5483	807	3570	857	10717
juny	3807	615	3462	1552	9436
juliol	1828	671	4336	1379	8214
agost	5443	545	5133	1033	12154
setembre	6642	620	5213	1385	13860
octubre	6390	512	7870	835	15607
novembre	5517	326	2733	177	8753
desembre	2672	168	1470	0	4310
TOTAL OFICINA	49410	8537	45462	9457	112866

Afluència d'usuaris per oficina i principals nacionalitats

mes	oficina	total visites	Espanya	Alemanya	Regne Unit	EEUU	Itàlia	França	RESIDENTS
gener	Estacions	795	268	161	45	16	28	38	60
gener	Playa Palma	304	97	142	12	0	0	0	14
gener	Parc de la Mar	915	225	198	55	12	108	38	76
gener	Estació Marítima	213	16	13	2	0	92	47	0
febrer	Estacions	2540	1092	707	263	53	19	78	100
febrer	Playa Palma	1275	436	748	33	1	7	21	8
febrer	Parc de la Mar	3131	1269	1085	146	67	117	189	50
febrer	Estació Marítima	197	19	0	18	6	82	62	0
març	Estacions	3604	1581	948	388	23	54	123	132
març	Playa Palma	1619	466	1003	46	5	0	44	9

març	Parc de la Mar	3891	1364	1319	311	175	104	185	58
març	Estació Marítima	533	150	52	19	42	179	48	0
abril	Estacions	4689	1394	1303	689	20	82	541	153
abril	Playa Palma	1075	253	540	68	4	4	141	17
abril	Parc de la Mar	3738	920	964	485	192	191	537	21
abril	Estació Marítima	1296	122	51	52	487	128	51	0
maig	Estacions	5483	1147	1184	699	157	174	830	214
maig	Playa Palma	807	149	483	33	2	1	60	19
maig	Parc de la Mar	3570	728	925	463	202	270	502	64
maig	Estació Marítima	857	87	87	135	52	159	73	2
juny	Estacions	3807	629	763	651	54	186	604	193
juny	Playa Palma	615	15	427	57	0	16	72	5
juny	Parc de la Mar	3462	732	802	504	222	200	498	39
juny	Estació Marítima	1552	210	115	148	356	311	147	20
juliol	Estacions	1828	368	373	341	36	54	206	227
juliol	Playa Palma	671	42	400	81	1	6	62	13
juliol	Parc de la Mar	4336	833	802	781	177	375	639	51
juliol	Estació Marítima	1379	168	97	246	256	141	68	13
agost	Estacions	5443	889	1144	831	56	353	853	457
agost	Playa Palma	545	25	348	26	0	21	64	11
agost	Parc de la Mar	5133	942	961	604	354	424	870	112
agost	Estació Marítima	1033	217	84	126	66	296	149	0
setembre	Estacions	6642	762	1471	1253	125	349	866	321
setembre	Playa Palma	620	41	327	112	0	14	80	2
setembre	Parc de la Mar	5213	752	1013	793	323	320	950	50
setembre	Estació Marítima	1385	79	129	169	195	212	103	8
octubre	Estacions	6390	811	1497	1265	125	304	816	358
octubre	Playa Palma	512	54	284	46	5	1	95	10
octubre	Parc de la Mar	7870	1116	1667	1126	676	651	953	141
octubre	Estació Marítima	835	59	60	162	170	49	101	2
novembre	Estacions	5517	1713	1272	742	87	198	278	510
novembre	Playa Palma	326	104	159	27	0	0	12	20

novembre	Parc de la Mar	2733	714	585	288	310	111	149	105
novembre	Estació Marítima	177	16	0	128	0	0	0	25
desembre	Estacions	2672	731	581	344	14	90	141	443
desembre	Playa Palma	168	38	116	0	0	0	5	3
desembre	Parc de la Mar	1470	459	452	178	6	39	101	96
desembre	Estació Marítima	0	0	0	0	0	0	0	0
		112866	24302	27842	14991	5130	6520	12490	4232

Afluència d'usuaris per perfil

mes	oficina	total visites	ADULTS	NINS	SENIORS
gener	Estacions	795	550	19	226
gener	Playa Palma	304	131	4	169
gener	Parc de la Mar	915	573	34	308
gener	Estació Marítima	213	167	19	27
febrer	Estacions	2540	884	50	1606
febrer	Playa Palma	1275	328	8	939
febrer	Parc de la Mar	3131	1401	69	1661
febrer	Estacio Marítima	197	95	20	82
març	Estacions	3604	1497	42	2065
març	Playa Palma	1619	348	13	1258
març	Parc de la Mar	3891	1687	108	2096
març	Estació Marítima	533	214	37	282
abril	Estacions	4689	2531	68	2090
abril	Playa Palma	1075	483	26	566
abril	Parc de la Mar	3738	1621	227	1890
abril	Estació Marítima	1296	566	89	641
maig	Estacions	5483	3612	134	1737
maig	Playa Palma	807	421	12	374
maig	Parc de la Mar	3570	1812	133	1625
maig	Estació Marítima	857	455	27	375
juny	Estacions	3807	2741	136	930
juny	Playa Palma	615	464	5	146
juny	Parc de la Mar	3462	2199	155	1108
juny	Estació Marítima	1552	892	93	567
juliol	Estacions	1828	1396	141	291
juliol	Playa Palma	671	538	17	117

mes	oficina	total visites	ADULTS	NINS	SENIORS
juliol	Parc de la Mar	4336	3058	460	818
juliol	Estació Marítima	1379	786	171	422
agosto	Estacions	5443	3658	766	1019
agosto	Playa Palma	545	432	22	91
agosto	Parc de la Mar	5133	3659	584	890
agosto	Estació Marítima	1033	683	135	215
setembre	Estacions	6642	3631	541	2470
setembre	Playa Palma	620	466	14	140
setembre	Parc de la Mar	5213	3029	314	1870
setembre	Estació Marítima	1385	814	110	461
octubre	Estacions	6390	3559	511	2320
octubre	Playa Palma	512	341	9	162
octubre	Parc de la Mar	7870	4140	814	2916
octubre	Estació Marítima	835	408	5	422
novembre	Estacions	5517	2728	209	2580
novembre	Playa Palma	326	137	5	184
novembre	Parc de la Mar	2733	1408	104	1221
novembre	Estació Marítima	177	91	30	56
desembre	Estacions	2672	1455	79	1138
desembre	Playa Palma	168	43	1	124
desembre	Parc de la Mar	1470	874	89	507
desembre	Estació Marítima	0	0	0	0
		112866	63006	6659	43202

ACCIONS POSPOSADES

PROJECTE D'INTEGRACIÓ DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA A PALMA

- ✓ Desenvolupament de la licitació durant el 2025
- ✓ Execució del projecte en el 2026

Es vol posar en marxa un projecte que permeti als residents gaudir de les infraestructures turístiques de la ciutat, promovent la integració del patrimoni hotelier i turístic com a part de l'oci de la població local. Durant el 2025 s'ha duit a terme la licitació corresponent per contractar una empresa especialitzada que s'encarregarà durant el 2026 de:

- Definir el concepte creatiu i l'estratègia de comunicació d'aquesta campanya dirigida a la població resident.
- Dissenyar, desenvolupar, actualitzar i mantenir un lloc web que servirà de canal d'informació amb el públic objectiu i que inclourà entre altres aspectes, un recull de propostes dirigida als residents de la ciutat, amb activitats organitzades en equipaments turístics o establiments hotelers i que permetrà la gestió i promoció de les mateixes.

PROJECTE DE DISSENY I EXECUCIÓ D'UN PROGRAMA DE VISITES GUIADES PER A RESIDENTS

- ✓ Desenvolupament del procediment de contractació i disseny de rutes durant el 2025



- ✓ Execució del projecte en el 2026

Contractació d'un servei de definició i organització de rutes guiades temàtiques per a residents, que incorporin la visita a diferents establiments hotelers i espais culturals i museístics, sovint visitats només per turistes, amb la finalitat de redescobrir la ciutat i la seva infraestructura a la població local.

SIGNATURA D'UN CONVENI DE COL·LABORACIÓ AMB TUR4ALL / IMPULSA IGUALDAD

- ✓ Es posposa al 2026

Impulsa Igualdad és l'entitat social amb més anys d'experiència a l'àmbit del turisme accessible a Espanya. La seva metodologia d'anàlisi de l'accessibilitat de l'oferta turística ha estat consensuada i avalada per les entitats socials nacionals que representen les persones amb discapacitat a Espanya. Són els creadors de la primera plataforma de Turisme Accessible a nivell mundial (Tur4all) i són la primera entitat que ha redactat un Pla Estratègic de Turisme Accessible a Espanya.

L'objectiu d'aquesta col·laboració és consolidar el projecte Palma per a Tothom. Fer un pas més en el producte de turisme accessible a Palma, incorporant aspectes clau que no s'havien previst fins ara, com són l'anàlisi/segmentació del mercat, la realització d'una estratègia de promoció del producte i la comercialització del mateix.

6. ACTIVITATS DE COMUNICACIÓ

Mercat nacional

Fira Fitur

Dins el marc de la Fira, la Fundació va presentar els projectes culturals, impulsats durant 2025 amb l'objectiu de consolidar la ciutat com a destinació cultural referent i aspirant a Capital Europea de la Cultura 2031.

Així mateix, s'hi va posar en valor el reconeixement del guardó atorgat a la capital balear per part de Lonely Planet, que situa Palma entre les destinacions Best in Travel 2025, l'única ciutat espanyola que ha obtingut aquesta distinció.

Viatge de premsa del mitjà *Viajar*

La nostra agència de comunicació del mercat nacional ens va recomanar organitzar un viatge de premsa amb el mitjà *Viajar*.

La periodista Cristina Fernández, juntament amb el fotoperiodista Félix Lozano, de la revista, es desplaçaran a Palma del 16 al 18 de maig per a fer un reportatge sobre la destinació. L'objectiu: posar en valor el patrimoni monumental i tradicional de la ciutat i projectar una imatge turística de destinació cultural i cosmopolita.

Viatge de premsa grupal

Dins el contracte que tenim amb la nostra agència, Promotourist, hi figura l'organització d'un viatge de premsa grupal, per la qual cosa la Fundació va organitzar un viatge del 12 al 14 de novembre per a destacats mitjans: *TENDENCIAS HOY*; *TU GRAN VIAJE*; *VIAJES NATIONAL GEOGRAPHIC* i *EL PAÍS (EL VIAJERO)*. L'objectiu fou donar conèixer la nostra destinació en temporada baixa.

Viatge de premsa de la revista *Air Europa*

El periodista freelance Rafael de Rojas va viatjar a Palma per a elaborar-hi un reportatge (el juny) per a la revista *Europa*, la qual és a bord de tots els vols nacionals i internacionals d'*Air Europa*.



Concretament, va publicar un reportatge de 10 pàgines sobre 2 barris emergents de Palma: la Calatrava i Santa Catalina.

L'objectiu: posar en valor el patrimoni cultural de la ciutat i projectar-ne una imatge turística de destinació cultural i cosmopolita.

Mercat UK

Fira WTM

La Fundació, juntament amb una delegació de l'Ajuntament encapçalada pel batle, va presentar davant el sector i els mitjans de comunicació especialitzats, les línies neuràlgiques de la candidatura de Palma com a Capital Europea de la Cultura per a l'any 2031.

A més, durant els dies de la Fira, el gerent de la Fundació es va reunir amb destacats mitjans i operadors turístics del mercat d'UK amb l'objectiu de donar a conèixer l'estratègia turística que està desenvolupant la Fundació.

Acció promocional Wanderlust

La Fundació va realitzar una campanya promocional de comunicació al mercat emissor anglès durant la temporada mitjana-baixa 2025.

La Fundació, mitjançant la seva agència de comunicació a UK, Lotus, ens va recomanar col·laborar amb una publicació molt destacada del seu mercat, *Wanderlust*. L'objectiu d'aquesta acció es continuar amb l'estratègia de posicionar Palma com una destinació turística urbana de tot l'any. Per al mercat britànic, Palma ja és considerada, a més d'una destinació de sol i platja, una destinació de temporada baixa i de *city break*, però és cert que la competència és molt alta, de manera que aquest mercat requereix grans esforços en màrqueting i comunicació de forma contínua. Per tant, la Fundació va decidir fer aquesta acció promocional amb la finalitat de captar clients i generar vendes de Palma.

La col·laboració va incloure:

- Experiència digital immersiva (octubre de 2025).
- Campanya promocional en xarxes social i butlletins de notícies (octubre - desembre 2025).
- Anunci d'una pàgina (novembre de 2025).

Viatge de premsa d'Andy Mossack

La nostra agència ens va recomanar col·laborar amb una visita guiada pel periodista de la BBC Ràdio Andy Mossack, perquè conegués de primera mà l'oferta cultural i museística de la ciutat.

Mercat alemany

Fira ITB

Un any més, la Fundació va assistir a la Fira de Berlín i, juntament amb el batle, es va presentar el projecte de la Platja de Palma com una de les destinacions de referència, lligat a la qualitat de l'oferta i dels serveis.

A més, durant la seva intervenció, el batle va explicar les principals línies d'un ampli pla d'actuació en el qual es treballa i en què juguen un paper determinant la sostenibilitat i el medi ambient; la millora i la nova dotació d'equipaments, i la mobilitat, així com un pla de xoc en matèria de seguretat operatiu durant la temporada turística.

Viatge de premsa amb Hanne Bahra

Viatge de premsa de *People*

La nostra agència a NY, ens va recomanar col·laborar amb l'estada de la periodista Noelia Castro, del mitjà *People* durant la seva visita a Palma. Atesa la importància del mitjà, la Fundació va considerar adient col·laborar-hi oferint l'estada d'una nit a l'hotel Palma Riad.

Viatge de premsa d'Avani Thakkar

La nostra agència de comunicació a NY, juntament amb la Fundació, va organitzar diverses activitats per a la periodista Avani Thakkar amb motiu del seu viatge de premsa a Palma, que va tenir lloc del 3 al 6 de maig. Avani és una reconeguda *freelance* que escriu en mitjans com *Vogue*, *Elle*, *Observer* i *W Magazine*.

Viatge de premsa de Meghan Rose (EUA)

Aprofitant la visita de la periodista americana Meghan Rose a Mallorca, la Fundació va trobar adient col·laborar amb una visita guiada pel centre de la ciutat amb l'objectiu de conèixer l'oferta cultural i museística de Palma.

Acció promocional a NY

La Fundació, aprofitant la seva nova agència al mercat americà, va organitzar una acció promocional, juntament amb un esdeveniment a NY. Concretament, la Fundació, acompanyada per una comitiva de l'Ajuntament encapçalada pel batle i per catorze empreses amb seu a Palma, va viatjar a NY per a assistir-hi a l'esdeveniment promocional que la Fundació hi va organitzar amb el propòsit de donar a conèixer la capital. Aquesta acció s'emmarcà dins del Pla d'actuació de la Fundació de 2025.

Durant tres dies, la comitiva municipal va complir amb una extensa agenda de treball on, a més de l'esdeveniment del 19 de febrer, va mantenir diverses reunions amb els operadors turístics i els mitjans de comunicació més rellevants del mercat americà.

Cal destacar que, aprofitant l'estada NY i la presència dels músics i balladors del Festival Paco de Lucía, es va dur a terme una performance a Times Square, que generà molta repercussió mediàtica en tots els mitjans, tant locals, nacionals, com internacionals.

Aquesta acció de la Fundació va generar més de 240.000 \$ de clipping (només a NY) i va suposar 22 articles, amb una tirada total de 568.673,464.

Spain Talks USA

L'OET de NY va convidar la Fundació a participar a la jornada Spain Talks, organitzada per Turespaña, i de la qual Palma va formar part com a destinació convidada. La trobada va tenir lloc a Boston.

A l'acte, hi va assistir també el director de l'OET de Nova York, Magí Castellfort; la directora de màrqueting de l'Oficina de Turisme de Lanzarote, Paula Muñoz; el director d'expansió del grup mallorquí Garden Hotel, Miquel Ramis, i també representants del món turístic de la ciutat de Boston.

Durant la seva intervenció, el gerent de la Fundació va explicar l'estratègia turística que ha desenvolupat Palma durant aquests darrers anys i va destacar el recent guardó rebut per part de Lonely Planet com a Best in Travel 2025. A més, va aprofitar per a assenyalar l'aposta de Palma per un model turístic basat en la convivència, el respecte, la qualitat i l'excel·lència, fomentant les relacions equilibrades entre residents i visitants, i el patrimoni natural i mediambiental, juntament amb la cultura i la innovació.



Trobada de periodistes a Nova York

Aprofitant la participació a les jornades Spain Talks USA, la Fundació es va desplaçar a Nova York per a mantenir-hi una trobada amb 10 prestigiosos mitjans del mercat americà com ara *Daily Mail*, *Elle*, *Travel and Leisure*, *Fodor Travel*, *Insider Travel Report*, *JustLuxe*, entre d'altres... L'objectiu, explicar l'àmplia i variada oferta patrimonial, urbana i gastronòmica de què disposa la ciutat tots els mesos de l'any, així com la seva aposta per la cultura, que es materialitza en la candidatura com a Capital Europea de la Cultura 2031.

Altres

Palma Art Brunch

La Fundació va col·laborar amb l'Associació Art Palma Contemporani amb vols i estada per als periodistes convidats per a assistir a l'esdeveniment cultural Palma Art Brunch.

Producció de la revista *Rísbel*

La Fundació va col·laborar amb la revista masculina *Rísbel* per a dur a terme una producció de moda a Palma.

Rísbel va realitzar dues produccions de moda per al seu número de primavera-estiu 2025 a Palma, amb l'objectiu de posar en valor el patrimoni cultural de la ciutat, així com projectar una imatge turística de destinació cultural i cosmopolita. Per aquest motiu, la Fundació va considerar aquesta acció como una bona iniciativa que, sense cap dubte, contribueix a aquest objectiu.

Col·laboració amb Es Ràdio

Palma necessita continuar promocionant-se a nivell nacional, amb contingut propi i únic. L'objectiu és continuar atraient visitants en temporada mitjana i baixa. Per a poder-ho fer s'ha d'invertir en una estratègia de comunicació específica per a la destinació i que aquesta destaquí els valors de la ciutat des de la credibilitat, i com a valor afegit ser explicat per prescriptors de reconegut prestigi, però sempre amb objectivitat. Per aquest motiu, la Fundació va col·laborar amb la cadena Es Ràdio per a promocionar Palma a nivell nacional durant l'especial de Setmana Santa. La col·laboració es va centrar en continguts destacats de promoció turística de la ciutat com a destinació fora de temporada i per a *city break*. La proposta va consistir en tres píndoles de tres minuts amb un narrador. Concretament es va dedicar a la Setmana Santa a la ciutat, els patis de Palma i activitats del Corpus, així com altres atractius a la primavera, exposicions i oferta cultural. A més, es va recordar la candidatura de la ciutat a la Capital Europea de la Cultura 2031.

Col·laboració de viatge de premsa a Calvià

La Fundació va col·laborar amb un viatge de premsa organitzat per l'Ajuntament de Calvià. Concretament, es va organitzar una visita guiada per als periodistes convidats per Calvià. L'objectiu era que els vuit periodistes coneguessin la part més monumental de la capital balear. L'activitat va tenir lloc el 15 de maig.

Webinar d'Hosteltur

La Fundació va realitzar, de la mà d'Hosteltur, un webinar temàtic en format de conversació a tres bandes. Concretament la temàtica es va centrar amb la "marca turística d'una ciutat". En aquest ocasió, es va convidar el CEO d'Studi Roses i la CEO de Mandarina Brand. La conversa va estar moderada pel gerent de la Fundació. El webinar es va gravar al set d'Hosteltur i es va difondre a través dels seus web, newsletter i xarxes socials, amb una presència destacada mitjançant bàners i emmagatzematge permanent a l'hemeroteca digital.

Viatge de premsa a Can Bordoy i Son Molí Country House

Aprofitant dos viatges de premsa organitzats per Can Bordoy i per Son Molí Country House, la Fundació va trobar adient col·laborar amb una visita guiada per als destacats periodistes convidats, perquè coneguessin l'oferta de Palma. Sense cap dubte, era una gran oportunitat per a Palma, atès el prestigi i la rellevància dels mitjans participants.

	ROI 2025				
FECHA	NACIONAL	UK	UK EUROS	ALEMANIA	TOTAL
ENERO	1.534.101,00 €	£1.267.748,00	1.457.910,20 €	83.091,00 €	3.075.102,20 €
FEBRERO	1.623.327,00 €	£34.335,00	39.485,25 €	295.334,00 €	1.958.146,25 €
MARZO	1.222.575,00 €	£170.376,00	195.932,40 €	579.927,00 €	1.998.434,40 €
ABRIL	951.453,00 €	£347.088,00	399.151,20 €	265.274,00 €	1.615.878,20 €
MAYO	1.081.239,00 €	£48.018,00	55.220,70 €	269.671,00 €	1.406.130,70 €
JUNIO	1.531.401,00 €	£176.838,00	203.363,70 €	603.047,00 €	2.337.811,70 €
JULIO	707.673,00 €	£366.309,00	421.255,35 €	90.070,00 €	1.218.998,35 €
AGOSTO	537.661,00 €	£55.500,00	63.825,00 €	141.943,00 €	743.429,00 €
SEPTIEMBRE	43.707,00 €	£52.350,00	60.202,50 €	61.126,00 €	165.035,50 €
OCTUBRE	103.499,00 €	£283.050,00	325.507,50 €	198.342,00 €	627.348,50 €
NOVIEMBRE	162.788,00 €	£164.784,00	189.501,60 €	305.289,00 €	657.578,60 €
DICIEMBRE	250.582,00 €	£61.500,00	70.725,00 €	379.503,00 €	700.810,00 €
TOTAL	9.750.006,00 €	£3.027.896,00	3.482.080,40 €	3.272.617,00 €	16.504.703,40 €

7. ACTIVITATS OFICINA VIRTUAL D'INFORMACIÓ TURÍSTICA I EN LINEA

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:

	2025	2024	DIFERÈNCIA
Gener	31	18	13
Febrer	32	22	10
Març	31	26	5
Abril	32	37	-5
Maig	48	34	14
Juny	45	30	15
Juliol	24	18	6
Agost	32	20	12
Setembre	31	18	13

Octubre	31	20	11
Novembre	14	17	-3
Desembre	14	14	0
TOTAL	365	274	91

Per Nacionalitats:

	2025	2024	DIFERÈNCIA
Residents	42	14	28
Espanya	92	104	-12
Alemanya	53	55	-2
Regne Unit	48	43	5
França	28	26	2
Itàlia	21	18	3
Estats Units	13	0	13
Altres	68	14	54
TOTAL	365	274	91

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: **204**, els quals es divideixen en els següents apartats:

Allotjaments: 49

Transports: 30

Cultura: 48

Gastronomia: 22

Esports: 10

Nàutica: 7

Genèrics: 38

Total documents actualitzats: 81

Total documents pendents: 123

Pla d'actualització 2026:

Mantenir el 39,70% d'actualització de documents. Un% superior requeriria una ampliació de recursos humans del departament.

3. Xarxes Socials

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

Activitats 2025 per mesos (total publicacions FB + TW + IG + TH: 655)

Gener: 53

Febrer: 51

Març: 57

Abril: 57

Maig: 55

Juny: 54

Juliol: 59

Agost: 52

Setembre: 59

Octubre: 60

Novembre: 52

Desembre: 46

+0,15% 2025 vs. 2024

Facebook

Seguidors:

1 gener de 2025: 13.265 - 31 desembre de 2025: 13.960

1 gener 2024: 12.673 – 31 desembre 2024: 13.250

+ 5,24 % 2025 vs. 2024

X

Seguidors:

1 gener 2025: 18.791 - 31 desembre 2025: 18.341

1 gener 2024: 19.140 – 31 desembre 2024: 18.790

- 2,39 % 2025 vs. 2024

Instagram

Seguidors:

1 gener 2025: 2890 - 31 desembre 2025: 3208

1 gener 2024: 2.523 – 31 desembre 2024: 2.885

+ 11 % 2025 vs. 2024

Threads

Seguidors:

1 gener 2025: 500 - 31 desembre 2025: 557

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

+11,4 % 2025 vs juliol-desembre 2024

Facebook

Likes

1 gener 2025 – 31 desembre 2025: 8.547

1 gener 2024 – 31 desembre 2024: 5.171

+ 65,28 % 2025 vs. 2024

Impressions (nombre total de vegades que apareixen les publicacions en el feed).

1 gener 2025 – 31 desembre 2025: 655.587

1 gener 2024 – 31 desembre 2024: 496.533



+ 32,03 % 2025 vs. 2024

x

RT

1 gener 2025 - 31 desembre 2025: 280

1 gener 2024 - 31 desembre 2024: 298

- 6,04% 2025 vs. 2024

Vistes al perfil

1 gener 2025 - 31 desembre 2025: 142

1 gener 2024 - 31 desembre 2024: 174

- 18,39 % 2025 vs. 2024

(Reacció conseqüent de la pèrdua de seguidors abans comentada).

Instagram

Abast

1 gener 2025 - 31 desembre 2025: 33.852

1 gener 2024 - 31 desembre 2024: 35.395

- 4,36 % 2025 vs. 2024

Vistes al perfil

1 gener 2025 - 31 desembre 2025: 224

1 gener 2024 - 31 desembre 2024: 182

+ 23,07 % 2025 vs. 2024

Threads

Likes

1 gener 2025 - 31 desembre 2025: 128

(Aquesta estadística no s'ha comparat amb la de l'any 2024, ja que els dades de juliol-desembre 2024 de que disposem –va ser el mes de juliol quan vàrem obrir el nostre perfil en Threads- no son dades representatius per comparar amb les del 2025 sencer. L'any que ve es podrà fer aquesta comparativa completa).

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:	74
Febrer:	83
Març:	106
Abril:	97
Maig:	110
Juny:	85
Juliol:	75
Agost:	15
Setembre:	34
Octubre:	35
Novembre:	42
Desembre:	31

5. 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**. Es tramita i gestiona les demandes ciutadanes, queixes, suggeriments i felicitacions, relacionades amb la nostra àrea.

Durant el 2025 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

Col·locació inexacta d'un carrer al plànol de Palma.

Suggeriments

Idees per visibilitzar la Setmana Santa de Palma.

6. Tutorització alumnes

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

- Un alumne: Grau en Turisme. (UIB - Universitat de les Illes Balears).
- Un alumne: Grau en Turisme. (UIB - Universitat de les Illes Balears).
- Un alumne: Màster en Traducció i Màrqueting. (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