

PLA D'ACTUACIÓ



2021

Fundació Mallorca
Turisme

INDEX

1-Introducció	3
2-Situació Actual	4
3-Plà Estrategic 2020-2023	5
4-Promoció	6
5-Personal	9
6-Marketing digital i Publicitat	10
7-Patrocini i Subvencions	12
8-Organització Mundial del Turisme (OMT)	12
9-Mallorca Film Commission	14
10- Pressupost 2021	17

1-Introducció

La Fundació Mallorca Turisme (FMT) és una entitat sense ànim de lucre, que forma part del sector públic insular, el patrimoni de la qual es troba afectat a finalitats d'interès general.

La FMT es regeix per la Llei 50/2002, de 26 de desembre, de fundacions; pel Reial decret 1337/2005, d'11 de novembre, pel qual s'aprova el Reglament de fundacions de competència estatal; per les altres disposicions legals vigents; per la voluntat de les persones fundadores manifestada en els Estatuts, i per les normes i les disposicions que el Patronat estableixi per interpretar-los i desplegar-los. Així mateix, li és d'aplicació l'ordenament civil, mercantil, laboral, fiscal i administratiu que, per raó de la matèria i l'especialitat, li és aplicable en cada situació o relació jurídica.

La finalitat de la Fundació, tal i com estableixen els estatuts, és el foment de la promoció turística de Mallorca en el mercats nacional i internacional, juntament amb la creació de producte turístic, la gestió dels serveis turístics en general, i qualsevol altra activitat amb l'objectiu de promoure el turisme de l'illa.

Per desenvolupar l'objecte fundacional, la Fundació duu a terme, entre d'altres, les activitats següents:

- Gestionar els serveis turístics de Mallorca.
- Organitzar activitats promocionals en l'àmbit de l'illa, de la comunitat autònoma de les Illes Balears, de l'Estat o internacional.
- Coordinar les actuacions de promoció turística amb els altres organismes públics de promoció turística.
- Contribuir a facilitar a professionals del sector turístic mallorquí els mitjans necessaris per possibilitar-los la competitivitat en els mercats exteriors.
- Donar suport i promoure la comunicació i la col·laboració entre tots els agents del sector turístic de Mallorca.
- Ajudar el sector turístic, per facilitar-hi la presència en fires i mercats internacionals.
- Impulsar la formació per a professionals del sector turístic i responsables del sector públic en matèria de producte turístic.
- Impulsar la promoció de la imatge de Mallorca com a plató cinematogràfic, mitjançant el cinema i altres mitjans audiovisuals, així com fomentar la creació d'esdeveniments cinematogràfics a Mallorca.

- Impulsar grans esdeveniments i altres activitats d'interès turístic que consolidin els diferents productes turístics de Mallorca, així com la seva promoció als mercats nacionals i internacionals.

El Patronat de la Fundació està integrat pels representants de tots els grup polítics amb representació al Ple del Consell de Mallorca, així com per altres representats de diferents Departaments la institució insular i l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB).

Per altra banda, la FMT compta, com a òrgan consultiu, amb el Consell Assessor de Turisme, integrat actualment per representants del sector estratègics de la indústria turística de l'illa, com són la Federació Empresarial Hotelera de Mallorca, Agrupació de Cadenes Hoteleres, Foment de Turisme de Mallorca, Cambra de Comerç, UIB, UGT, CCOO, batles anomenats per l'Assemblea de Batles i Batlesses, 2 representants de reconegut prestigi dins el món turístic. L'any 2021, per tal de continuar reforçant la col·laboració públic-privada, s'ampliaran els membres del Consell Assessor, a través d'una modificació dels Estatuts, per incloure un representant de la FELIB, un representant més elegit per l'Assemblea de Batles i Batlesses de Mallorca, un representant d'AENA, un representant de la Fundació Palma 365, un representant de la CAEB, i un representant de la Federació de la Petita i Mitjana Empresa de Mallorca (PIMEM).

2-Situació Actual

Cal destacar que el pressupost de la FMT es manté respecte de 2020, la qual cosa demostra l'esforç que des del Consell de Mallorca es vol invertir per tal de donar total suport a la nostra primera indústria, el turisme, per tal de superar un dels contextos més complicats i imprevisibles amb els quals s'ha enfrontat el sector al llarg de la seva història: la pandèmia per COVID-19.

La temporada turística 2020 s'ha vist marcada per la crisi sanitària. Inicialment, aproximadament el 50% dels hotels varen obrir les seves portes. Tot i l'esforç depositat pel sector, el resultat no ha estat el desitjat, fonamentalment degut a mesures que varen prendre els governs dels nostres mercats més importants, principalment britànic i alemany, els quals implicaven restriccions per viatjar a l'illa. L'argument per prendre aquestes mesures va ser un augment de casos de contagis a Mallorca, sobre els quals cal destacar que la majoria d'ells degut a la transmissió comunitària, que no a la cadena de valor turística.

En tot aquest context cal destacar que la cadena de valor turística s'ha mostrat molt solvent a l'hora d'implementar els protocols de seguretat, la qual cosa ha suposat que s'hagin produït pocs brots de l'epidèmia entre turistes.

Cal tenir en compte també que no estam vivint una crisi de destí, sinó que ens trobam davant una pandèmia mundial que està afectant a tots els països, tant des del punt de vista sanitari, com a social i econòmic. Així, la caiguda del PIB dels països europeus que són els nostres principals mercats i la falta d'un tractament fiable, ha suposat major disminució dels paquets turístics esperats.

La conjuntura ha canviat, així com les formes de viatjar, relacionar-se i gestionar l'economia.

Davant aquesta situació, per tal de poder començar amb la recuperació del destí, és vital consolidar-nos com a una illa segura, capaç de generar confiança al visitant. Així mateix, hem de treballar nous mercats, diversificant-nos com a destí i trobar nous nínxols de mercats d'altres països europeus.

3-Pla Estratègic 2020-2023. Accions previstes per l'any 2021

El Pla Estratègic de Turisme de Mallorca 2020-2023, que es pot consultar a www.nexmallorca.com, es va elaborar amb l'assessorament i la col·laboració del Patronat i Consell Assessor i la seva posterior aprovació per ambdues parts a l'any 2020. En aquest sentit, el Pla Estratègic està dividit en 4 línies d'actuació que, a la vegada, estan distribuïdes dins 4 pilars o eixos estratègics que sustentaran les actuacions futures en matèria de planificació i promoció turística de la destinació:

Línies d'actuació:

Línia 1: Governança i intel·ligència turística

Línia 2: Promoció i comercialització de la destinació

Línia 3: Adequació física i social de la destinació

Línia 4: Talent i Capacitació: Professionalització del Sector

Eixos estratègics:

Eix 1 Consolidació: Es fa necessari assentar el posicionament de la destinació amb una imatge nova i renovada que permeti consolidar el prestigi i professionalització de tots els agents que intervenen de manera directa i indirecta en l'activitat turística. Els objectius estratègics de l'eix 1 son els següents:

- Enfortir la marca Mallorca.
- Fomentar el desenvolupament d'ambaixadors o prescriptors com a representants de la cadena de valor de la destinació.
- Consolidar i refermar els mercats emissors, tant els tradicionals com els potencials.

Eix 2 Innovació: L'illa de Mallorca posseeix prou recursos per realçar i dotar de valor afegit la seva oferta actual projectada, cosa que es potencia en major mesura, tenint en compte l'aparició de noves formes de turisme, segments, multisegments, etc. En aquest sentit, es fa necessari impulsar aquells segments potencials i emergents que permetin el creixement de la destinació i la seva projecció cap a nous mercats d'interès. Els objectius estratègics de l'eix 2 son els següents:

- Potenciar i diversificar l'oferta turística mitjançant l'impuls a la cadena de valor de la destinació.
- Impulsar estratègies encaminades al desenvolupament experiencial a la destinació.

- Enfocar les actuacions de promoció de la destinació cap al nou món del màrqueting digital turístic.

Eix 3 Sostenibilitat: Com a destinació madura, l'illa de Mallorca ha d'introduir mesures encaminades a la protecció de la destinació en el seu conjunt. Aquestes mesures han d'estar sustentades amb criteris de sostenibilitat que permetin preservar els valors culturals, socials i mediambientals i oferir alternatives i mesures correctives davant del turisme de masses. Els objectius estratègics de l'eix 3 son els següents:

- Incidir en la importància del manteniment i conservació de la qualitat de vida a la destinació, buscant en tot moment el benefici mutu, tant per a turistes i visitants, com per a la pròpia població resident.
- Millorar la percepció de la destinació mitjançant la implicació i la involucració de tots els agents turístics, inclosos els mateixos usuaris.
- Introduir mesures encaminades a la protecció de la destinació, els seus recursos i el territori en el seu conjunt enfront de la seva vinculació amb el turisme massiu de baix cost.

Eix 4 Smart destination: Els nous canvis en el perfil dels turistes fan necessària la introducció de nous processos, eines, mitjans de promoció i gestió de la destinació que permetin donar resposta a les noves necessitats de la demanda i al context turístic actual. Els objectius estratègics de l'eix 4 son els següents:

- Implantar un sistema de coneixement continuat, mitjançant les noves tecnologies, que permeti l'adaptació de la destinació a les exigències i necessitats de la demanda.
- Augmentar l'eficiència de la destinació, l'ús de les infraestructures i els serveis prestats mitjançant l'impuls de les noves tecnologies.

4-Promoció

Tenint com a full de ruta el nostre Pla estratègic de turisme de Mallorca 2020-2023, treballarem en col·laboració amb administracions públiques, sector privat turístic de l'illa i aquells agents econòmics i socials que influeixin de manera directa i indirecta en l'activitat turística del destí. Creiem en la col·laboració publico-privada per a promocionar el destí de la forma més eficient possible.

Entre les prioritats, cal ressaltar la potenciació de l'estratègia promocional en línia. Conscients de que les formes de contractar les vacances estan canviant, que els públics objectius es mouen en entorns digitals i que Mallorca ha d'estar present en tots ells, la promoció en l'entorn d'Internet és essencial. Es tracta d'una estratègia basada en l'escolta activa, la segmentació per nínxols de mercat i basada en els interessos i mercats susceptibles de viatjar cap a Mallorca.

Per a la planificació de les accions 2021 s'ha tingut també molt en compte les tendències del turista d'avui, que cerca seguretat en tota la cadena de valor del viatge en sí; cerca destinacions

compromeses amb el medi ambient i minimitzar en la mesura del possible la seva petjada de carboni, viure experiències diferents que puguin ser compartides en les seves xarxes, mostrar el què està vivint i poder ser el primer o únic del seu grup a experimentar-ho.

Així mateix, hem analitzat les necessitats i peticions del sector turístic, fonamentalment dels grups de producte i d'altres administracions com ara ajuntaments o mancomunitats.

Per tal d'estar presents entre els nostres mercats d'una manera més eficaç i propera, la FMT durà a terme una estratègia de comunicació i relacions públiques a través de les **agències de comunicació en origen**. Actualment comptam amb quatre agències que actuen com a delegacions de Mallorca en Alemanya, Gran Bretanya, Països nòrdics i Espanya.

El 2021 aquestes agències (amb les quals hem iniciat la feina el mes de setembre de 2020) desenvoluparan una estratègia d'impacte comunicatiu als principals mercats amb el llançament d'ímputs comunicatius positius de Mallorca i amb el manteniment d'una interlocució permanent amb mitjans de comunicació (especialitzats i generalistes), així com amb el sector turístic en general.

Entre les actuacions prioritàries que es duran a terme a través d'aquestes agències de comunicació en destaca l'organització de jornades de treball intensives en origen (tot d'una sigui possible la mobilitat internacional), acompanyats del sector privat, per a donar a conèixer el nostre projecte de Mallorca Segura.

Mallorca vol ser també un destí turístic accessible, raó per la qual al llarg de 2021 comptarem amb una estratègia i manual de **turisme accessible** per als quals es durà a terme també un estudi sobre les tendències del turisme sostenible a l'illa, un estudi de les instal·lacions, un altre dels mercats prioritaris, així com un pla de dinamització i propostes concretes d'actuació.

Conscients de la importància d'estar presents i **participar activament en els fòrums i entorns turístics** i de producte més destacats. Així, la FMT continuarà participant en tots aquells en els quals al llarg de 2020 s'ha anat incorporant, com ara l'Organització Mundial del Turisme, l'Associació Espanyola de Ciutats del Vi (ACEVIN), la Xarxa Europea per al Turisme Accessible (ENAT), l'Associació de Destins Gastronòmics (Saborea España), la Asociación Española de Fundaciones, així com la Xarxa Destinos Turísticos Inteligentes que ha posat en marxa la Secretaria d'Estat de Turisme.

Tot i que es reduirà el nombre de **fires** presencials, cal destacar que es mantenen les fires de producte estratègic per a Mallorca, com a valor afegit al sol i platja, de manera que es pugui dur a terme la promoció durant tot l'any, dirigida a visitants amb uns interessos concrets, amb independència de l'època de l'any o, més ben dit, no dependents de les temporades turístiques clàssiques. Assistirem a fires de productes estratègics: ciclisme, gastronomia, nàutica, golf, MICE, natura i turisme actiu, accessibilitat i producte Premium. Tenim un estand propi completament nou de Mallorca per a 2021 com a resultat del concurs d'idees dut a terme en 2020 (*s'adjunta imatge del disseny*).

MALLORQUINAMENT



MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN LOCALES, DE BAJO IMPACTO AMBIENTAL Y REUTILIZABLES
Piezas de marés 40x80x5cm
Baldosos hidráulicos mallorquines 20x20x1,5cm
Celosía cerámica natural



MATERIALES RECICLADOS Y SOSTENIBLES DE ORIGEN LOCAL
Persianas de madera recicladas
Posidonia
Hojas de palmito

MATERIALES REUTILIZABLES
Moqueta en losetas 50x50cm
Losetas vinílicas acabado madera 25x100cm



TEXTILES Y PIEZAS TRADICIONALES FABRICADAS POR ARTESANOS
Llata (palmito) artesanal
Lagos bordados artesanales
Telas de lenguas utilizadas para sillas y sillones
Cestas sombreros y alfombras utilizadas para decoración



RECREACIÓN DE LAS EXPERIENCIAS SENSORIALES TÍPICAS DE LA ISLA
VISTA - Luz cálida mediterránea, colores de la naturaleza y tradición
OLFATO - naranjas, posidonia
TACTO - arena, esparto, piedra
OIDO - arena, palmito, cerámica
GUSTO - productos típicos



AMBIENTES DE INSPIRACIÓN QUE TRANSMITEN LA IDENTIDAD DE MALLORCA
Patio Mallorquín
Colmado
Españería
Pueblo de interior
Orilla del mar



ADAPTACIÓN DE LA TECNOLOGÍA PARA INTENSIFICAR EL MENSAJE Y LA EXPERIENCIA SENSORIAL
LED Inteligentes de imitación de luz solar con espectro regulable
Utlizo de la realidad virtual para una inmersión total



FERIA TIPO A



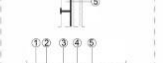
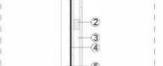
FERIA TIPO B



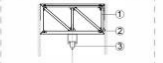
SECCIÓN FERIA TIPO B ESCALA 1/75

DETALLES CONSTRUCTIVOS

1. LOSETAS MODULARES DE MOQUETA COLOR BEIGE, e=3mm
2. TABLERO DE SOPORTE, e=12mm
3. ESTRUCTURA DE ACERO
4. PLOT
5. BALDOSA HIDRÁULICA MALLORQUINA, e=15mm
6. PASO INSTALACIONES



1. TABLERO CEB
2. ENTAMADO DE MADERA
3. PASO INSTALACIONES
4. ESTRUCTURA DE ACERO DE SOPORTE PARA MARES
5. MARES, e=5cm



1. TRUSS
2. REVESTIMIENTO DE MADERA
3. PERFIL DE SUJECIÓN
4. ELEMENTO DE DECORACIÓN



1. CELOSIA CERÁMICA NATURAL
2. GRAPA METÁLICA PARA SUJECIÓN

El 2021 apostarem, a més, per continuar amb la fira promocional internacional en línia, Mallorca Virtual Show, en la seva segona edició.

L'estratègia promocional també es durà a terme a través de la realització de jornades directes, és a dir, accions en els mercats d'origen, prioritàriament UK, Alemanya, França, Àustria, Benelux, Escandinàvia, Itàlia, Suïssa i mercat nacional. També hi ha prevista l'organització de jornades indirectes, és a dir, accions en destí durant tot l'any entre les que en destaquen fam trips, press trips, accions amb prescriptors, roadshows i workshops.

Per dur a terme aquestes accions continuarem treballant també amb la col·laboració dels agents del sector turístic de Mallorca, d'altres administracions públiques com ara Turespaña.

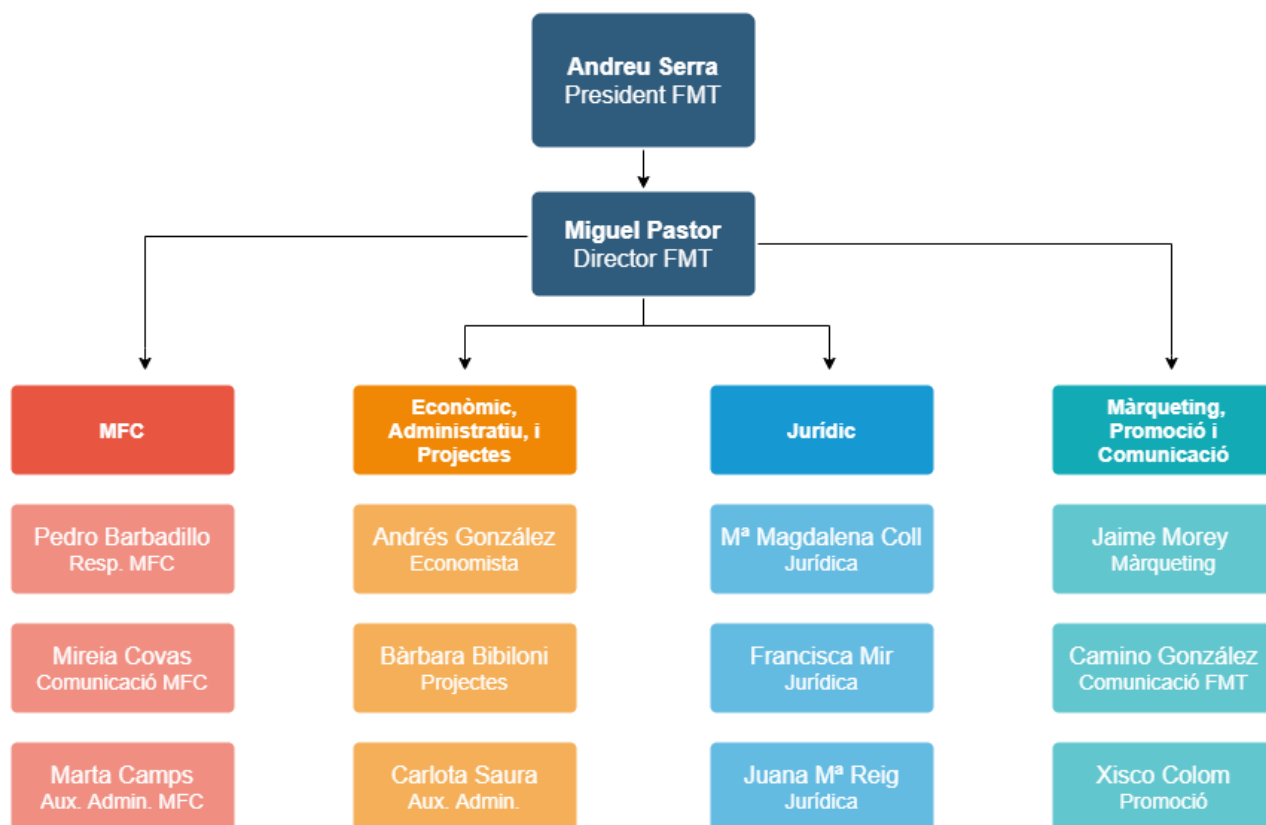
El llistat de les fires de producte a les quals assistirem en 2021, excepte cancel·lació per circumstàncies de força major, és el següent (*en l'apartat 9, apareixen les fires de cinema, a les quals assistirà la Mallorca Film Commission*).

FIRES								
	TIPUS ACCIÓ	NOM ACCIÓ	TIPOLOGIA STAND	CIUTAT/LLOC	MERCAT	TEMÀTIC A	DATA INICI	DATA FI
1	FIP	BOOT DÜSSELDORF	ESTAND PROPI	DÜSSELDORF	ALEMANYA	NAU	23/01/2021	31/01/2021
2	FIP	FREE MUNICH	ESTAND PROPI	MUNICH	ALEMANIA	NAT	24/02/2021	28/02/2021
3	FIG	ITB	AMB AETIB	BERLÍN	ALEMANYA	GRL	10/03/2021	14/03/2021
4	FIP	DESTINATIONS NATURE	ESTAND PROPI	PARIS	FRANÇA	ACT-CIC	18/03/2021	21/03/2021
5	FIP	CMT FAHRRAD & ERLEBNIS REISEN	ESTAND PROPI	STUTTGART	ALEMANYA	ACT-CIC	ABRIL/MAY	ABRIL/MAY
6	FIG	FERIEN	AMB TURESPAÑA	VIENA	AUSTRIA	GRL	07/05/2021	09/05/2021
7	FIP	MADRID FUSION	ESTAND PROPI	MADRID	ESPANYA	GAS	MAIG/JUNY	MAY/JUNY
8	FIG	FITUR	AMB AETIB	MADRID	NACIONAL	GRL	19/05/2021	23/05/2021
9	FIG	MATKA	AMB TURESPAÑA	HELSINKI	FINLÀNDIA	GRL	19/05/2021	23/05/2021
10	FIG	B - TRAVEL	ESTAND PROPI	BARCELONA	ESPANYA	GRL	11/06/2020	13/06/2021
11	FIP	CYCLE SHOW INTERNATIONAL	ESTAND PROPI	LONDRES	REGNE UNIT	CIC	25/06/2021	27/06/2021
12	FIP	OPEN CYCLASSICS	CARPA PROPIA	MUNIC	ALEMANYA	GLF	JUNY	
13	FIP	HAMBURG	CARPA PROPIA	HAMBURG	ALEMANYA	CIC	AGOST	
14	FIP	BIRDFAIR	AMB AETIB	LEICESTER	REGNE UNIT	NAT	AGOST	
15	FIG	IFTM TOPRESA REHACARE	AMB TURESPAÑA	PARÍS	FRANÇA	GRL	SETEMBRE	
16	FIP	(ACCESIBLE)	ESTAND PROPI	DÜSSELDORF	ALEMANYA	ACC	SETEMBRE	
17	APF	BMW MARATHON BERLIN	CARPA PROPIA	BERLIN	ALEMANIA	ESP	SETEMBRE	
18	FIP	IGTM GALES *	ESTAND FIRA	ITINERANT	MULTIMERCAT	GLF	OCTUBRE	
19	FIG	WTM	AMB AETIB	LONDRES	REGNE UNIT	GRL	NOVEMBRE	
20	FIP	IBTM WORLD*	ESTAND PROPI	BARCELONA	MULTIMERCAT	MIC	DESEMBRE	
21	FIP	ILTM CANNES	AMB AETIB	CANNES	FRANÇA	PRE	DESEMBRE	
22	FIP	VIRTUAL SHOW 2021					NOVEMBRE	

Cal destacar el caràcter flexible de totes les accions plantejades i la possibilitat de substitució, canvi i/o adaptació a les circumstàncies imprevisibles que es puguin presentar. De totes aquestes modificacions que hi pogués haver, se n'informarà en els Consells Assessors i en els Patronats que se celebrin, una vegada realitzades.

5-Personal

Aquesta legislatura les competències de Turisme tenen rang de Conselleria, que comparteix amb Esports. Per dur a terme totes les accions i objectius que es volen, és va considerar necessari dotar de més personal la FMT i als pressuposts de 2020, es va preveure augmentar el personal en tres places: una de tècnic de màrqueting turístic, un d'altre administratiu comptable i un auxiliar d'administratiu. El procés de selecció s'iniciarà en el mes de desembre de l'any 2020 i el pressupost de l'any 2021 augmentarà en aquest sentit. Actualment, l'equip és el següent:



6-Marketing digital i Publicitat

L'estratègia de donar un impuls a la digitalització de la promoció turística de Mallorca ha estat avalada pel Pla Estratègic de Turisme de Mallorca 2020-2023, que ha vist la llum durant aquest any i on es reforça la idea que una de les principals accions a dur a terme és el fet "d'enfocar les actuacions de promoció de la destinació cap al màrqueting digital turístic o la necessitat d'augmentar l'eficiència promocional de la destinació amb l'ús d'infraestructures i serveis, mitjançant l'impuls de les noves tecnologies".

Aquesta estratègia clarament definida i assolida, s'ha vist reforçada de manera obligada per la conjuntura actual provocada per la COVID-19 i ha impulsat encara més aquest procés de digitalització.

Per tant, un dels nostres objectius prioritaris serà continuar fent passes en la millora del nostre posicionament digital com a marca, alhora que donar una empenta a la promoció turística digital de la destinació. S'ha pres consciència de la necessitat de tenir una estratègia de màrqueting digital que ens ajudi a posicionar la destinació dins un món on la digitalització és un sector clau.

En relació a desenvolupament de les xarxes socials a nivell promocional, s'ha dut a terme la tasca prevista de desenvolupar-les promocionalment. Fins a la data, els nostres perfils a Facebook, Twitter i Youtube han vist incrementat el seu nombre de seguidors més d'un 800%. Per la seva part, Instagram ha tingut un creixement superior al 600%, fins als 3805 seguidors. Al mateix temps, s'ha posat en marxa una licitació que permet un seguiment acurat de la programàtica planificada, la qual cosa ens permet seguir creixent dia a dia. La previsió és la de continuar en

aquesta línia i poder aconseguir i consolidar un creixement sostingut dins d'aquest segment.

A nivell corporatiu la FMT compta amb una web renovada www.fundaciomallorcaturisme.net on es pot consultar informació referent a la fundació i també amb un perfil a LinkedIn (la xarxa professional) per donar visibilitat a les accions i licitacions (publicades al web) que es duen a terme. Dins de la web s'hi publiquen i es dona visibilitat a totes les licitacions que es duen a terme, així com el portal de transparència i la seu electrònica per a la realització de qualsevol tipus de tràmit o comunicació amb la Fundació.

El 2021 continuarem amb la línia de **co-marketing** que ja hem iniciat al 2020 per tal de continuar la col·laboració públic-privada, basada en diferents insercions publicitàries a distintes plataformes online, a televisió i també a mitjans escrits.

La finalitat és donar suport als canals de venda dels nostres principals mercats emissors (Regne Unit, Alemanya, Espanya i països emergents) a través de campanyes de publicitat impulsades per diferents ens turístics com ara, touroperadors, agències de viatges, majoristes de viatges, agrupacions d'agències de viatge i consorcis d'agències de viatges, plataformes en línia turístiques, agències de viatges en línia, metacercadors, bancs de llits o plataformes de continguts de viatges, entre d'altres.

Amb el co-marketing continuarem prioritzant les insercions en entorns tecnològics, fonamentalment webs, xarxes socials, campanyes en Google display, campanyes de contingut de marca, butlletins d'informació i televisió. Així mateix, es prioritzaran també els segments de producte que concentren l'estratègia de promoció de Mallorca: esports, MICE, naturalesa, luxe, turisme actiu, cultura/patrimoni i gastronomia.

Pel que fa a **publicitat**, estem treballant amb la realització d'un pla de medis acurat que ens permeti planificar quines són les millors accions a nivell de publicitat, estructurant una estratègia tenint en consideració, els mercats als quals ens volem dirigir principalment; els principals productes que volem promocionar; l'època en la qual més ens interessin fer aquestes accions promocionals i les zones o regions amb millor connectivitat aèria per a que aquesta publicitat es pugui transformar més fàcilment en reserves.

El pla de medis preveu que l'estratègia de publicitat en línia tingui un pes important, donat que permet una major segmentació i optimització de les inversions, gràcies a un major control dels impactes. Aquesta mateixa estratègia també es du a terme en la promoció de les nostres xarxes socials. Aquest fet no deixa que es continuï fent publicitat tradicional a mitjans a través d'anuncis, cunyes, programes especials, reportatges o publicitat estàtica que acompanyi accions promocionals puntuals.

Aquesta estratègia prioritzarà anvers als nostres principals mercats (Alemanya, Regne Unit, Països nòrdics i mercat nacional) a banda de tenir una especial sensibilitat dels mercats com el francès, italià i del Benelux.

7-Patrocini i Subvencions

Un dels majors esforços pressupostaris que es duran a terme per l'any 2021 és en la convocatòria de diferents línies de patrocini i subvencions, que es tractaran principalment de les següents:

- Convocatòria de patrocini d'esdeveniments per valor d'1.100.000 euros.
- Subvenció nominativa a la Federació de Golf per la realització del Road to Mallorca per valor de 150.000 euros.
- Subvencions per foment del sector audiovisual – Esdeveniments, i Desenvolupament i difusió per 250.000 euros.
- Premis Mallorca Lab per valor de 25.000 euros .
- Premis audiovisuals per valor de 75.000 euros.
- Premis Curtmetratges per valor de 25.000 euros

Volem donar recolzament a l'impacte publicitari d'esdeveniments que impulsa la iniciativa privada per a promocionar Mallorca a través d'esdeveniments d'impacte nacional i internacional. D'aquesta manera, recolzam i donam suport a actuacions que proporcionen una perspectiva experiencial de Mallorca mitjançant la realització d'accions esportives, culturals, socials, etc.

Aquesta línia de feina es centra en acompanyar aquells productes que milloren la competitivitat turística de Mallorca, a través d'iniciatives i d'accions promocionals relacionades amb accions que cerquin la competitivitat, la diversificació i la desestacionalització de l'oferta turística de Mallorca.

La línia de patrocini suposa també el desenvolupament de projectes i d'accions per incrementar la qualitat de l'oferta turística i del producte turístic de Mallorca. Així mateix, l'objectiu dels esdeveniments de patrocini és millorar la qualitat, la competitivitat i el posicionament la marca Mallorca.

8-Observatori del Turisme Sostenible. UNTWO QUEST

El fet que en el mes de setembre de 2020 Mallorca es va incorporar a la Organització Mundial del Turisme (OMT) com a nou membre implica formar part activament en un conjunt d'accions i mesures que situen a l'illa en l'epicentre dels punts neuràlgics quant al turisme internacional. Ens permet també tenir coneixement directe de les accions més beneficioses per al desenvolupament sostenible de la nostra indústria. Per tal de continuar en aquesta senda, la Fundació està treballant i te previst presentar la candidatura en el mes de gener de 2021 per formar part de la xarxa Internacional d'Observatoris de Turisme Sostenible de l'OMT.

L'Observatori parteix d'un concepte clar: la conscienciació avui, per projectar i consolidar un futur amb els següents criteris fonamentals:

- El turisme, com a principal motor econòmic de Mallorca.
- Els recursos naturals no són il·limitats.

- La necessitat de preservació i restauració.
- La necessitat d'adaptar-se als canvis i innovar en sistemes turístics.
- L'objectiu comú de minimitzar l'impacte del turisme sobre el territori.

El treball fonamental de l'Observatori es centrarà, fonamentalment, en:

- Monitoritzar, sobre dades reals, l'impacte econòmic, social i mediambiental del turisme en la destinació.
- Generar noves fonts d'informació i anàlisi que sorgeixen de la cooperació i l'intercanvi mutu d'informació i experiències.
- Generar sinergies i un aprenentatge cooperatiu per al disseny de polítiques i estratègies basades en els criteris irrenunciables de desenvolupament sostenible, aprofitament dels avenços tecnològics i cura de el patrimoni sociocultural.

En definitiva, amb l'Observatori Mallorca, per primera vegada, tindrà un sistema eficaç per a:

- Posicionar l'illa entre les destinacions turístiques líders en matèria de gestió turística des de les perspectives de la qualitat, el desenvolupament sostenible i el treball col·laboratiu (tant a nivell local com internacional).
- Comptar amb una eina útil per a la presa de decisions que permetrà, a partir de les dades i les anàlisis, establir quadres de comandament clars, precisos i aplicables en les diferents escales que conformen el panorama turístic de l'illa.

Estretament vinculat a aquest procés i a la nostra pertinença a l'OMT, cal destacar que la FMT també està realitzant els tràmits per a obtenir el certificat de **UNWTO.QUEST**, el programa de l'Organització Mundial del Turisme encarregat de reforçar la qualitat i excel·lència de lideratge en les destinacions turístiques.

Una vegada concedit, la nostra illa es posicionarà com la primera destinació turística d'Europa que posseeix aquesta certificació. Es tracta d'una distinció que únicament s'atorga en superar estrictes indicadors de gestió, lideratge i governança eficient, quedant rigorosament assegurats aspectes fonamentals com la seguretat sanitària del destí.

Cal destacar també que el Consell Executiu de l'Organització Mundial del Turisme ha establert un comitè intergovernamental, amb 96 països membre, per tal de desenvolupar un **codi internacional per a la protecció dels turistes**, dirigit als governs estatals. Mallorca, a través de la FMT, serà un dels participants actius d'aquesta comissió que elaborarà un marc jurídic més clar i comú, amb uns estàndards mínims, per garantir els drets dels turistes durant l'actual pandèmia i que, una vegada superada, seran igualment útils.

9-Mallorca Film Commission

Mallorca Film Commission (MFC) és una secció de la Fundació Mallorca Turisme dedicada a la promoció dels rodatges cinematogràfics a l'illa.

Assumeix tasques de promoció de les localitzacions de l'illa per a la captació de rodatges, i col·labora, en coordinació amb els ajuntaments i amb altres administracions d'àmbit estatal i autonòmic, amb el teixit empresarial, professional i artístic de Mallorca, per a impulsar la consolidació d'una economia dels rodatges, així com la promoció i desenvolupament de la indústria audiovisual de la comunitat.

La importància dels continguts audiovisuals, de ficció, entreteniment i documentals, s'ha anat fent cada vegada més gran en la promoció de les destinacions turístiques, i de les localitzacions en què es desenvolupen les pel·lícules, sèries i programes de televisió.

L'auge creixent de les plataformes online (Netflix, Amazon, Apple, Disney, etc ...), afegit a la popularitat de la qual ja gaudia la televisió entre els sectors de major edat, i a el consum massiu de continguts audiovisuals que els segments més joves de la població fan a través d'internet i les aplicacions mòbils, incideixen de forma rellevant en la decisió dels espectadors a l'hora de triar els llocs a visitar en els seus desplaçaments turístics.

Això ha donat lloc a un fenomen anomenat "film tourism" o "screen tourism", que incideix en un percentatge alt en els fluxos turístics. En el cas de Mallorca, algunes de les series rodades als darrers anys, com "The Mallorca Files", "White Lines" o "Mentiras", han mostrat els seus efectes als mercats emissors turístics.

Els principals serveis que ofereix la MFC són:

Informació i Assessorament als productors interessats a rodar a l'illa, a través de les seves línies d'assistència telefònica i telemàtica, i de la informació inclosa en la seva web. També atén les consultes d'Ajuntaments i altres departaments de l'administració, o d'empreses privades, sobre les característiques i requisits dels rodatges, i promocionant les localitzacions dels municipis.

Assessorament Especial Covid. La situació provocada per la pandèmia de Covid-19 ha obligat a prestar serveis d'assessorament especial, tant a nivell nacional com internacional, a productors interessats en rodar a Mallorca, però impossibilitats de fer-ho a causa de les restriccions de viatges.

MFC forma part de grups de treball en el marc de l'ICAA i Ministeri de Cultura, i de Spain Film Commission, per a l'elaboració dels protocols de seguretat en els rodatges, l'establiment de vies d'accés especials per a productors dels EUA y altres països, i mesures de suport a la recuperació dels rodatges a Espanya.

Coordinació. A través de la Comissió Insular de Rodatges i Activitats Audiovisuals, que es convoca de manera ordinària dues vegades a l'any, i de manera extraordinària, quan una gran producció audiovisual el requereix, es coordinen les actuacions i els permisos de les diferents administracions respecte als rodatges.

Promoció. La presència de MFC en els principals mercats cinematogràfics nacionals i internacionals permet una atenció directa a les demandes dels productors, alhora que una promoció de les localitzacions de Mallorca en aquests països.

Durant 2021 MFC realitzarà diferents accions en els mercats especialitzats als quals es dirigeix, especialment els cinematogràfics i de sèries de ficció d'àmbit internacional, amb atenció a aquells mercats emissors d'especial interès per a Mallorca.

L'impacte de la pandèmia de Covid-19, a nivell local, nacional i internacional, i els seus efectes sobre l'activitat de determinats sectors, entre ells el turístic i el de la producció audiovisual, obliguen a un replantejament de les actuacions en l'any 2021 i posteriors. En primer lloc, per restablir la confiança i la seguretat a Mallorca com a destinació de rodatges, i d'altra per reposicionar al mercat altament competitiu en què es desenvolupa la captació de rodatges cap als territoris.

L'augment dels incentius de rodatges a Espanya, anunciat pel Ministeri de Cultura al maig 2020, a un 30% per al primer milió de despesa, i un 25% per a la resta de la inversió al territori, i altres mesures de foment que es puguin adoptar a nivell regional de Balears i insular de Mallorca, seran elements essencials per atreure l'atenció cap a les nostres localitzacions.

Per 2021 es planteja realitzar diverses accions en mercats cinematogràfics i de sèries a Alemanya, Regne Unit, França, Espanya i els EUA, a més de mantenir la presència en altres mercats emergents, com els asiàtics.

En quan al pla d'acció previst que té la MFC per l'any 2021, ho podem dividir en diferents apartats:

1. **Línies estratègiques** (en coordinació amb el sector audiovisual i el GOIB)

- Participació en l'elaboració i desenvolupament del Reglament de la Llei Audiovisual de les Illes Balears (en col·laboració amb el Govern IB)
- Participació en el Projecte Pol d'Innovació Digital / Media City: Conveni de col·laboració amb el Govern IB
- Estudi de Diagnòstic de l'Indústria Audiovisual a Mallorca
- Projecte Green Film Shooting i Elaboració del Manual de Rodatges en zones de Medi Ambient

2. **Publicitat**

- Presència publicitària en publicacions especialitzades del sector cinematogràfic i de sèries
- Campanya de relançament de Mallorca com localització de rodatges

3. **Convocatòries de Subvencions / Patrocini / Premis MFC**

- II Premis Mallorca de Cinema (75.000 €)
- II Convocatoria de Curts "Desconfinats" (25.000 €)
- Convocatòria subvencions "Foment de l'Activitat Audiovisual" (250.000 €), que inclou dues línies: Esdeveniments audiovisuals i Desenvolupament de projectes audiovisuals
- Patrocini de Rodatges Audiovisuals (inclosos a la convocatòria de Patrocini, com una línia específica)
- Càtedra Turisme, Cine i Media, amb la UIB (30.000 €)

4. Fam-Trips i Scoutings

- Scoutings i Fam-Trips individuals de productors internacionals de pel·lícules i sèries interessats en venir a rodar a Mallorca
- Scoutings i Fam-Trips de Grups de Productors (d'UK, Alemanya i Espanya)

5. Afiliació i Presència a Festivals i Mercats 2021

A causa de la situació de l'Covid, la presència en mercats i festivals serà flexible, en funció de les condicions, i podrà haver cancel·lacions, modificacions i canvis de dates.

Afiliació a entitats del sector:

- Spain Film Commission
- European Film Commission Network
- Association of Film Commissions International
- Cine Regio
- Bridging the Dragon

Presència a Festivals i Mercats

- European Film Market Berlinale / Berlin (febrer)
- Marché du Film / Cannes (maig)
- Fitur / Madrid (maig)
- Conecta Fiction / Pamplona (juny)
- Festival Biennale / Venècia (agost)
- Festival Internacional de Cine / Sant Sebastià (setembre)
- American Film Market / Los Angeles (novembre)
- Focus & Concept London / Londres (desembre)
- Presència online en mercats asiàtics

6. Esdeveniments

- Entrega del Premi "Master of Cinema"
- II Gala de Premis Mallorca de Cinema (novembre)
- Jornades d'accés a mercats i distribució amb productors cinematogràfics de Mallorca i agents de venda i distribució internacionals
- Col·laboració amb festivals, mostres, jornades i rodatges relacionats amb el sector (dins la convocatòria de subvencions)

10- Pressupost 2021

Despeses		Ingressos	
I. Despesa de personal	924.720,00 €	III. Tases i altres ingressos	50.000,00 €
II. Despesa Bens i Serveis	2.395.389,54 €	IV. Transferències corrents	3.678.207,55 €
III. Despesa Financera	2.000,00 €	VII. Transferències de Capital	1.643.901,99 €
IV. Transferències Corrents	1.130.000,00 €	VIII. Actius Financers	1.000.000,00 €
VI. Inversions Reals	1.920.000,00 €	Total	6.372.109,54 €
VII. Transf. Capital	- €		
Total	6.372.109,54 €		

DESPESES

Capítol I. Despeses de personal

Les despeses de personal representaran per a l'any 2021 un total de 924.720,00 €.

Aquesta quantitat correspon a les nòmines del personal laboral, les càrregues socials, la despesa social a què tenen accés per conveni i el complement per raó del servei, així com altres despeses que corresponen per conveni, quedant la plantilla de personal distribuïda de la manera següent en 2021:

- 1 Director/a de la Fundació Mallorca Turisme
- 1 Responsable de la Mallorca Film Commission
- 3 Tècniques jurídiques
- 1 Tècnic/a economista
- 1 Tècnic/a de projectes
- 1 Tècnic/a de comunicació de la Fundació Mallorca Turisme
- 1 Tècnic/a de comunicació Mallorca Film Commission
- 2 Tècnic/a en màrqueting turístic
- 1 Tècnic/a en producte
- 1 Administratiu/iva
- 2 Auxiliars administratius
- 1 Becari

Capítol II. Despeses de béns corrents i serveis

El pressupost total per aquest capítol és de 2.395.389,54 euros. Aquesta quantitat correspon, fonamentalment a feines fetes per altres empreses en forma de licitació, on s'inclouen agència de viatges, lloguer d'espais a fires, muntatge d'espais en aquestes fires, servei de comunicació en destí, etc.

A continuació es detallen algunes despeses:

- Manteniment software: 19.704 euros
- Material d'oficina: 6.050 euros
- Manteniment impressora: 1.500 euros
- Comunicacions: 6.000 euros
- Transport de material: 35.000 euros
- Tributs: 20.600 euros
- Quotes d'adhesions a diferents ens de la FMT i MFC: 37.225 euros
- UNTWO QUEST: 10.000 euros
- Altres despeses diverses: 30.000 euros
- Assessoria laboral: 6.050 euros
- Assessoria fiscal: 5.082 euros
- Prevenció de riscos laborals i protecció de dades: 800 euros
- Concurs traduccions: 15.000 euros
- Gestió de màrqueting i marques: 12.500 euros
- Manteniment Web: 6.050 euros
- Comunicació en destí: 80.828 euros
- Assessoria Jurídica: 5.000 euros
- Concurs idees estatuets premis: 5.000 euros
- Concurs Xarxes Socials: 80.000 euros
- Concurs clipping: 40.000 euros.
- Concurs turisme accessible: 85.000 euros
- Concurs de muntatge d'estands: 315.000 euros
- Quotes d'espais a fires: 400.000 euros
- Concurs d'agència de viatges: 750.000 euros
- Observatori OMT: 200.000 euros
- Dietes personal directiu i no directiu: 30.000,00 euros

Capítol III. Despeses financeres

Aquest capítol té un pressupost de 2.000 euros per a les comissions de les transferències bancàries que es fan. En aquest moment la FMT no té deutes ni préstecs emesos.

Capítol IV. Transferències Corrents

Aquest capítol té un pressupost estimat de 1.130.000 euros.

S'hi inclouen les transferències, les subvencions i els ajuts que la FMT utilitzarà per finançar les seves operacions corrents com a eines de promoció a l'any 2021:

- Càtedra i convenis: 105.000 euros
- Premis audiovisuals: 75.000 euros
- Premis curtmetratges MFC: 25.000 euros
- Subvencions pel desenvolupament i difusió del foment del sector audiovisual: 250.000 euros
- Convocatòria de Co- Marketing: 500.000 euros
- Subvencions per Road to Mallorca: 150.000 euros
- Premis Mallorca Lab: 25.000 euros

Capítol VI. Inversions reals

En aquest capítol s'inclouen totes les despeses fetes directament per la FMT, les seves activitats autònomes i altres, destinades a crear o adquirir béns o de naturalesa material o immaterial de capital, així com les destinades a adquirir béns de naturalesa inventariable necessaris per al funcionament operatiu dels serveis. També s'hi inclouen les campanyes de promoció turística.

L'import total d'aquest capítol ascendeix a 1.920.000 euros, desglossats de la següent manera:

- Mobiliari: 10.000 euros
- Equips informàtics i telèfons: 10.000 euros
- Convocatòria de patrocinis: 1.100.000 euros
- Contracte Publicitat: 400.000 euros
- Contracte producció de material promocional: 400.000 euros

El total de despeses previst ascendeix a 6.372.109,54 euros.

INGRESSOS

Els ingressos totals seran 6.372.109,54 euros .

Capítol III. Taxes i altres ingressos.

S'estimen ingressos de 50.000 euros per cessió d'espais als estands de Mallorca (co-expositors).

Capítol IV. Transferències corrents

La FMT ha de rebre per a l'any 2021 3.678.207,55 euros de transferència corrent procedent del Consell i que serveixen per a les despeses del capítols I, II, III, IV de despeses.

Capítol VII. Transferències de Capital

La FMT ha de rebre per a l'any 2021 1.643.901,99 euros de transferència corrent procedent del Consell i que serveixen per a les despeses del capítols V, VI, VII, VIII i IX de despeses.

Capítol VIII. Variació d'actius financers

Aquest capítol recull les aplicacions de pressupost del romanent de tresoreria de l'any anterior. S'estima que seran uns 1.000.000 euros.