Mallorca
Illes Balears

PLA D'ACTUACIÓ 2022

Fundació Mallorca Turisme

INDEX

1- Introducció 3
2- Situació Actual 4
3- Pla Estratègic 2020-2023. 5
4- Promoció 7
5- Personal 11
6- Màrqueting digital i Publicitat 13
7- Patrocinis i Subvencions 15
8- Observatori del Turisme Sostenible (OTS) 16
9 - Mallorca Film Commission 20
10- Pressupost 2022 23

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, del 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 que manifesta 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, com estableixen els Estatuts, és fomentar la promoció turística de Mallorca en el mercats nacional i internacional, a més de crear producte turístic, gestionar els 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 du 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 en l'àmbit internacional.
- Coordinar les actuacions de promoció turística amb els altres organismes públics de promoció turística.
- Facilitar als 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-los 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.
- Promocionar 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 promocionar-los 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, i per altres representats de diferents departaments del Consell de Mallorca , la institució insular i l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB).

D'altra banda, la FMT compta, com a òrgan consultiu, amb el Consell Assessor de Turisme, integrat actualment per representants dels sectors estratègics de la indústria turística de l'illa, com la Federació Empresarial Hotelera de Mallorca, l'Agrupació de Cadenes Hoteleres, el Foment de Turisme de Mallorca, la Cambra de Comerç, la UIB, la UGT, CCOO, batles anomenats per l'Assemblea de Batles i Batlesses, dos representants de reconegut prestigi en el món turístic, 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 s'incrementa en un 30 % aproximadament respecte al 2021, la qual cosa demostra l'esforç que fa el Consell de Mallorca per donar total suport a la nostra primera indústria: el turisme.

L'any 2021 ha mostrat senyals de recuperació, a pesar d'haver estat marcat també per la crisi de la covid-2019, fonamentalment durant el primer semestre de l'any, per les restriccions de mobilitat i d'aforament que es varen dur a terme per controlar els casos de contagis, així com pels plans de vacunació que han permès que Mallorca fos una destinació segura.

Les mesures que varen prendre els governs dels nostres mercats més importants, principalment britànic i alemany, que implicaven restriccions per viatjar a l'illa, sobretot fins a la primera part del segon trimestre del 2021, varen retardar l'inici de la temporada turística i especialment en les zones més centrades en el turisme britànic. Per això, i ara més que mai, treballam amb les

FUNDACIÓ MALLORCA TURISME. CIF: G-57594558. Domicili: plaça de l'Hospital, 4, 2a planta, 07012 Palma, Illes Balears.

administracions i el sector privat per dur a terme actuacions que ens permetin allargar la temporada turística, com els programes «Gaudeix l'illa sènior», el patrocini de tornejos de golf de primera categoria, així com la celebració d'altres esdeveniments esportius i culturals.

Durant els mesos de juliol, agost, i setembre el nombre de places de passatgers (capacitat aèrea) ha representat un 75 % aproximadament del trànsit del 2019, i el nombre de passatgers ha estat al volant d'un 60 %. Cal destacar el creixement del mercat francès amb un increment del 10 % en nombre de places de passatgers respecte del 2019.

Es preveu un comportament volàtil i reserves de darrera hora per al darrer trimestre del 2021 en línia amb els mesos anteriors.

Davant d'aquesta situació, per poder començar amb la recuperació del destí, és vital consolidar-nos com una illa segura, capaç de generar confiança en les persones que ens visiten. 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.

Les accions previstes per a l'any 2022 estan emmarcades en 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 el Consell Assessor, es va aprovar l'any 2020.

El Pla Estratègic està dividit en 4 línies d'actuació que, a la vegada, estan distribuïdes en 4 pilars o eixos estratègics que sustenten 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 la professionalització de tots els agents que intervenen de manera directa i indirecta en l'activitat turística. Els objectius estratègics de l'eix 1 són 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: Mallorca posseeix recursos a bastament per realçar i dotar de valor afegit a la seva oferta actual, i encara es pot potenciar més si es té en compte l'aparició de noves formes de turisme, els segments turístics, els multisegments, etc.

En aquest sentit, cal impulsar els segments potencials i emergents que han de permetre 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 a desenvolupar experiències en 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, Mallorca ha d'introduir mesures orientades a protegir la destinació en el seu conjunt. Aquestes mesures han d'estar sustentades amb criteris de

FUNDACIÓ MALLORCA TURISME. CIF: G-57594558. Domicili: plaça de l'Hospital, 4, 2a planta, 07012 Palma, Illes Balears.

sostenibilitat que permetin preservar els valors culturals, socials i mediambientals i oferir alternatives i mesures correctores davant del turisme de masses. Els objectius estratègics de l'eix 3 són els següents:

- Incidir en la importància de mantenir i conservar la qualitat de vida en la destinació, buscant en tot moment el benefici mutu, tant per a turistes i visitants, com per a la població resident.
- Millorar la percepció de la destinació fent que agents turístics i els mateixos usuaris s'hi impliquin i involucrin.
- Introduir mesures per protegir la destinació, els recursos que té i el territori en el seu conjunt per la seva vinculació amb el turisme massiu de baix cost.

Eix 4 Smart destination: els nous canvis en el perfil dels turistes fan necessari introduir 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 són els següents:

- Implantar un sistema de coneixement continuat, mitjançant les noves tecnologies, que permeti que la destinació s'adapti 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

Durant el 2022, seguirem el nostre full de ruta de promoció digital i audiovisual, sostenible i específica de producte.

El nostre objectiu a través de la promoció turística és ampliar la temporada turística i especialitzar-nos ens els productes estratègics que exposam a continuació, juntament amb el nostre tradicional sol i platja:

- Esportiu: mostrant les múltiples possibilitats que ofereix l'illa per a la pràctica esportiva, professional i amateur; amb presència en grans esdeveniments nacionals i internacionals com ara maratons, triatlons o competicions de diferents modalitats; promocionant la celebració a Mallorca de grans esdeveniments esportius i creant canals informatius per oferir informació puntual com ara a través del nostre Sports Events Calendar.

- Prèmium: amb la promoció del segment luxe, un producte que ens distingeix i que ens ha situat en posicions capdavanteres. Entre altres accions, organitzam la cita més important d'Europa d'expositors i ambaixadors del luxe internacional: Do Not Disturb Mallorca el mes d'abril de 2022.

- MICE: amb el suport de la Spain Convention Bureau, de la qual som membres des d'octubre de 2021, així com amb accions promocionals concretes com la presència en IBTM, l'impuls al producte MICE Pharma i la col·laboració amb les empreses del sector.

- De rodatges: amb una estratègia de foment de l'illa com a plató de cinema, mitjançant la promoció de localitzacions, el foment de rodatges sostenibles (green shooting) i, a conseqüència de tot això, l'impuls com a destinació de turisme cinematogràfic.

- Gastronòmic: acudint a les cites gastronòmiques nacionals de renom amb el sector. Duent el producte de Mallorca als mercats principals i promovent prescriptors gastronòmics líders en els països respectius.

- De naturalesa, cultural i artístic: amb presència en grans esdeveniments nacionals i internacionals culturals, com ara festivals de cinema. Donant suport a accions promocionals artístiques i culturals a Mallorca. Promocionant l'ecoturisme.

Continuam amb l'estratègia d'assistència a les fires nacionals i internacionals especialitzades en producte, basant-nos en la segmentació per nínxols, per producte i pels interessos i mercats consolidats, així com els emergents i d'altres que mostren signes de ser susceptibles de viatjar cap a Mallorca.

Amb roadshows, workshops, press trips i fam trips nacionals i internacionals al llarg de tot 2022, ja que hem constatat que és la millor manera de mostrar Mallorca a través d'ambaixadors clau: agents de viatge, mitjans de comunicació, influenciadors i prescriptors de producte.

No ens oblidam de continuar el conjunt d'accions que consoliden Mallorca com a marca turística segura. Amb el web www.mallorcaturismesegur.com i l'app Platges de Mallorca, amb la qual donam informació en temps real sobre el percentatge d'ocupació i les banderes indicadores del bany de totes les platges amb servei de socorrisme. Informació recollida per la Direcció General d'Emergències i Interior.

FUNDACIÓ MALLORCA TURISME. CIF: G-57594558. Domicili: plaça de l'Hospital, 4, 2a planta, 07012 Palma, Illes Balears.

Mantindrem una comunicació i unes relacions públiques permanents a través del servei d'agències en origen. Comptam amb 4 agències que actuen com a delegacions de Mallorca a Alemanya, la Gran Bretanya, els països nòrdics i Espanya i en tindrem una altra en el mercat francòfon (França, Bèlgica i Luxemburg). Estam treballant amb les 4 primeres agències des de setembre de 2020, amb un enviament continu d'impactes positius als mitjans de comunicació, una gestió i contacte one to one i el diàleg amb el sector turístic de cadascun d'aquests països.

Amb les agències hem duit a terme una gran acció directa en destí el juny de 2021 a Alemanya, que es complementarà amb altres al llarg dels pròxims mesos i del 2022, ara que la conjuntura per la covid permet més llibertat de moviments.

Així mateix, des de l'FMT continuarem treballant en col·laboració amb les administracions públiques, amb el sector privat turístic amb els agents econòmics i socials de l'illa. Amb les empreses dels clubs de producte de Mallorca i amb les oficines de Turespaña de tot el món, així com amb les ambaixades espanyoles. També amb els proveïdors de serveis turístics: TTOOs, AAVVs, aerolínies, OTAs, metacercadors, Bedbanks, amb la realització de campanyes de comàrqueting i altres accions promocionals als mercats emissors. La col·laboració entre administracions i la publicoprivada és essencial per promocionar el destí Mallorca amb garantia d'èxit.

Continuarem també reforçant la informació al sector turístic local i a les oficines de Turespaña de tot el món a través dels nostres butlletins setmanals o newsletters i a través de les xarxes socials @MallorcaTourism, amb un reforç en el clipping i en el seguiment.

La llista de les fires de producte a les quals assistirem el 2022, excepte que es cancel·lin per circumstàncies de força major, és la següent (en l'apartat 9 apareixen les fires i festivals de cinema, als quals assistirà la Mallorca Film Commission).

FUNDACIÓ MALLORCA TURISME. CIF: G-57594558. Domicili: plaça de l'Hospital, 4, 2a planta, 07012 Palma, Illes Balears.

PROPOSTA DE FIRES 2022					
	NOM ACCIÓ		CIUTAT/LLOC	MERCAT	TEMÀTICA
1	FESPO GOLF	ESTAND PROPI	ZURICH	SUIZA	GLF
2	CMT FAHRRAD & ERLEBNIS REISEN	ESTAND PROPI	STUTTGART	ALEMANYA	CIC-SEN
3	BOOT DÜSSELDORF	ESTAND PROPI	DÜSSELDORF	ALEMANYA	NAU
4	FITUR	AMB AETIB	MADRID	NACIONAL	GRL
5	FREE MUNICH	ESTAND PROPI	MUNICH	ALEMANIA	NAT
6	FIETS EN WANDELBEURS	TURESPAÑA	GANTE	BÈLGICA	SEN-ACT
7	ITB BERLIN	AMB AETIB	BERLÍN	ALEMANYA	GRL
8	DESTINATIONS NATURE	ESTAND PROPI	PARIS	FRANÇA	NAT
9	PARABERE FORUM	TEATRE	MALLORCA	MULTIMERCAT	GAS
10	MADRID FUSION	ESTAND PROPI	MADRID	NACIONAL	GAS
11	CYCLE SHOW	ESTAND PROPI	LONDRES	REGNE UNIT	CIC
12	DO NOT DISTURB	ESTAND MODULAR	MALLORCA	MULTIMERCAT	PRE
13	HOLIDAY ON BIKE (EUROBIKE)	ESTAND MODULAR	FRIEDRICHSCHAFEN	ALEMANYA	ACT-CIC
14	B TRAVEL	ESTAND PROPI	BARCELONA	NACIONAL	GRL
15	CYCLASSICS HAMBURG	CARPA PROPIA	HAMBURG	ALEMANYA	CIC
16	BIRDFAIR	AMB AETIB	LEICESTER	REGNE UNIT	NAT
17	IFTM TOPRESA	AMB TURESPAÑA	PARÍS	FRANÇA	GRL
18	REHACARE (ACCESIBLE)	ESTAND MODULAR	DÜSSELDORF	ALEMANYA	ACC
19	MONACO BOAT SHOW	ESTAND MODULAR	MONACO	MONACO	NAU
20	BMW MARATHON BERLIN	CARPA PROPIA	BERLIN	ALEMANIA	ESP
21	IGTM	ESTAND FIRA	ITINERANT	MULTIMERCAT	GLF
22	SALON GOURMET	AMB DGAGRIC	MADRID	NACIONAL	GAS
23	WTM	AMB AETIB	LONDRES	REGNE UNIT	GRL
24	IBTM WORLD	ESTAND PROPI	BARCELONA	MULTIMERCAT	MIC
25	ILTM CANNES	AMB AETIB	CANNES	FRANÇA	PRE

Cal destacar el caràcter flexible de totes aquestes accions plantejades i la possibilitat que puguem fer alguna substitució, canvi i/o adaptació a les circumstàncies imprevisibles que es puguin presentar. De totes aquestes modificacions que hi pugui haver, s'informarà degudament el Patronat de l'FMT i el sector turístic de Mallorca, a través del Consell Assessor de Turisme de l'FMT.

Promoció en clau de sostenibilitat

Cal destacar que totes aquestes accions tenen un eix comú i irrenunciable que ve marcat per la sostenibilitat, tant de la destinació com de les eines, estratègies i elements utilitzats per desenvolupar l'activitat turística.

El recorregut caminat fins ara ens proporciona eines poderoses per desenvolupar-nos com a una destinació realment sostenible i el 2022 és un any al llarg del qual esperam fer-les servir activament. Recordem que l'FMT Mallorca és membre afiliada de l'OMT (des de setembre de 2020). Mallorca és també la primera destinació europea certificada amb el distintiu UNWTO.QUEST, que ens posiciona com un dels destins líders en turisme per una governança eficient, capacitat de lideratge estratègic i execució eficaç dels plans i accions. A més, des de setembre de 2020, Mallorca s'incorporà a la Xarxa de Destinacions Turístiques Intel·ligents de SEGITUR. I des de juny de 2021 som el 32è Observatori Internacional de Turisme Sostenible del món.

Les eines, la informació i les dades que ens proporcionaran els ens abans esmentats ens permetran:

- Obtenir informació en temps real del turisme a l'illa.
- Aplicar una governança compartida com ja fèiem, però ampliada.
- Conèixer la nostra posició competitiva al detall amb els altres destins.
- Mesurar la valoració i satisfacció del turista i del resident de manera continuada.

Cal tenir en compte que el perfil del viatger postcovid ha canviat. És molt més digital, més conscienciat amb la protecció del medi natural i cultural, està totalment hiperconnectat i és interactiu. Demana productes, serveis i experiències cada dia més flexibles i personalitzades. Cerca la seguretat en tota la cadena de valor del viatge en sí; cercasi; cerca destinacions compromeses amb el medi ambient per minimitzar en la mesura del possible la petjada de carboni, viure experiències diferents que puguin ser compartides en les seves xarxes, mostrar el que està vivint i poder ser el primer o únic del seu grup a experimentar-ho. Per tant, farà ús de tota la tecnologia disponible. El visitant vol participar i no vol romandre passiu. Els viatges se centren en l'experiència completa del turista.

El turista espera també veure i sentir virtualment la destinació, prèviament a l'arribada com a part del procés de planejar la reserva o compra: li hem de poder mostrar les experiències que pot viure i ara tenim eines que ens permeten fer-ho.

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 aconseguir, es va considerar necessari dotar de més personal l'FMT i, durant l'any 2021, s'han duit a terme uns processos selectius per augmentar el personal en tres places: una de tècnic de màrqueting turístic, una d'administratiu comptable i una d'auxiliar administratiu. La dotació d'aquestes 3 places està inclosa en els pressupostos de 2022.

Addicionalment, a partir de gener de 2022, la Conselleria de Turisme i Esports assumirà les competències en ordenació i inspecció, i durà la gestió del Consorci Borsa d'Allotjaments Turístics (CBAT).

També cal destacar que, durant l'any 2021, l'FMT va crear un departament de forma temporal per gestionar ajudes per a la recuperació dels sectors econòmics més vulnerables i afectats per les restriccions de la crisi de la covid-19 en virtut dels acords de col·laboració entre el Govern de les Illes Balears, Consell de Mallorca i ajuntaments (Ajuts Mallorca). Aquest departament ha estat

format per 4 tècnics de grau mitjà de gestió econòmica, 3 tècnics jurídics i 8 administratius amb el suport dels serveis generals de l'FMT. Es té prevista que acabin a final de l'any 2021.

Durant el darrer trimestre de l'any 2021, està prevista la creació d'un departament per gestionar projectes europeus per impulsar la convergència, la resiliència i la transformació de l'economia de Mallorca després de la pandèmia d'una manera moderna i sostenible. Aquest departament estarà format per 4 tècnics de grau mitjà de gestió econòmica. Per altra banda, també està prevista la incorporació d'un arquitecte de dades i un científic de dades al departament de l'Observatori de Turisme Sostenible (OTS) per posar en marxa la plataforma de dades.

6-Màrqueting 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, 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 passos en la millora del nostre posicionament digital com a marca i, alhora, 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. Els diferents canals emprats propis són el web institucional i promocional, newsletters i xarxes socials, i com a canals externs metacercadors, xarxes ads, webs inspiracionals, RTB.

En relació amb el desenvolupament de les xarxes socials en l'àmbit promocional, els nostres perfils a Facebook, Twitter i Youtube han incrementat el nombre de seguidors en més d'un 25 %. Per part seva, Instagram ha tingut un creixement superior al 800 %, fins als 25.000 seguidors. A Facebook comptem amb 60.000 seguidors. El perfil de Linkedin de caire institucional amb un enfocament B2B ja compta amb 1.400 seguidors.

Al mateix temps, s'ha posat en marxa una licitació que permet fer un seguiment acurat de la programàtica planificada, la qual cosa fa que continuem creixent dia a dia. La previsió és la de continuar en aquesta línia i poder aconseguir i consolidar un creixement sostingut en aquest segment.

En l'àmbit corporatiu, l'FMT compta amb un web renovat, www.fundaciomallorcaturisme.net, on es pot consultar la informació referent a la fundació i també amb un perfil a Linkedin (la xarxa professional) per donar visibilitat a les accions i licitacions (publicades en el web) que es duen a terme. En el web es publiquen i es dona visibilitat a totes les licitacions que es duen a terme. Així mateix, el Portal de Transparència i la Seu Electrònica permeten fer qualsevol tipus de tràmit o comunicar-se amb la Fundació.

El 2022 seguirem amb la línia de comàrqueting que ja vàrem iniciar el 2020 per continuar la col·laboració publicoprivada en un intent d'estar presents en accions de màrqueting als canals comercials dels principals operadors turístics, i que aquestes accions es transformin més fàcilment en reserves. Aquestes accions inclouen accions online i offline, i a multitud de canals de difusió.

Com hem comentat abans, la finalitat d'aquesta estratègia 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 operadors turístics, agències de viatges, majoristes de viatges, agrupacions 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.

Es aquest sentit, es continuaran prioritzant les insercions en entorns tecnològics, fonamentalment webs, xarxes socials, campanyes a 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 la publicitat, es marca una estratègia global que va unida al pla d'acció promocional i de comunicació de la destinació. L'estratègia de publicitat es divideix en dues parts: d'una banda, la publicitat a mitjans en línia, amb l'objectiu de persuadir el turista nou i de donar a conèixer els productes de temporada mitjana-baixa i donar-los així més visibilitat. De l'altra, treballam en un pla de mitjans online/offline acurat que ens permet planificar quines són les millors accions publicitàries, amb la xarxa Discover, Google Ads, Facebook Ads i portals turístics d'ensomni, i amb una estratègia que té en consideració els mercats als quals ens volem adreçar principalment, els productes principals que volem promocionar, l'època en la qual més ens interessa fer aquestes accions promocionals i les zones o regions amb millor connectivitat aèria perquè aquesta publicitat es pugui transformar més fàcilment en reserves.

El pla de mitjans preveu que l'estratègia de publicitat en línia tengui un pes important, ja que permet una segmentació més gran i una 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. Tot i això, no deixam de banda la publicitat tradicional a mitjans a través d'anuncis, falques, programes especials, reportatges o publicitat estàtica que acompanyi accions promocionals puntuals.

Aquesta estratègia donarà prioritat als nostres mercats principals (Alemanya, el Regne Unit, països nòrdics, el mercat nacional i el francès), a banda de tenir una sensibilitat especial pels mercats com el nord-americà, l'italià i el del Benelux.

7- Patrocinis i Subvencions

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

- Convocatòria de patrocinis d'esdeveniments per valor de 1.600.000 euros.
- Subvenció nominativa a la Federació de Golf per la realització del Road to Mallorca per valor de 150.000 euros.
- Subvenció nominativa a Essentially per la organització de la fira de luxe Do Not Disturb per valor de 150.000 euros.
- Subvenció nominativa a la Federació Espanyola de ciclisme per la organització i celebració del campionat d'Espanya de ciclisme a Mallorca per valor de 110.000 euros.
- Subvencions per foment del sector audiovisual – Esdeveniments, i Desenvolupament i difusió per 250.000 euros.
- Subvencions de co-marketing per valor de 450.000 euros.
- Subvencions a ajuntaments per activitats amb repercussió turística per import de 200.000 euros.
- Altres

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 patrocinis 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 (OTS)

El setembre de 2020, Mallorca es va incorporar a l'Organització Mundial del Turisme (OMT) com a membre nou, la qual cosa implica participar activament en un conjunt d'accions i mesures que situen l'illa en l'epicentre dels punts neuràlgics quant al turisme internacional. Ens permet també tenir un coneixement directe de les accions més beneficioses per al desenvolupament sostenible de la nostra indústria.

El desembre de 2020, Mallorca va obtenir el certificat de primera destinació UNWTO. QUEST a Europa, programa de l'OMT encarregat de reforçar la qualitat i l'excel·lència de lideratge en les destinacions turístiques. És una distinció que únicament s'atorga quan se superen indicadors estrictes de gestió, lideratge i governança eficient, i queden rigorosament assegurats aspectes fonamentals com la seguretat sanitària del destí.

UNWTO QUEST

El juny de 2021, Mallorca es va incorporar a la xarxa d'observatoris de turisme sostenible de l'OMT.

L'Observatori de Turisme Sostenible (OTS) parteix d'un concepte clar: la conscienciació avui, per projectar i consolidar un futur amb els criteris fonamentals següents:

- 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 se centra, fonamentalment, en:

- Monitorar, sobre dades reals, l'impacte econòmic, social i mediambiental del turisme en la destinació.
- Generar fonts noves 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 del patrimoni sociocultural.

Per assolir aquests objectius, el pla de feina de l'OTS s'articula en els 3 eixos següents:

EIX D'ARTICULACIÓ:

- Gestió i signatura d'acords de col·laboració estratègics, institucionals i empresarials.
- Organització de taules de treball amb entitats per intercanviar dades i metodologies.
- Articulació amb l'eix SMART Destination (Comissió Big Data, monitoratge de panells indicadors, etc.)
- Articulació amb l'eix SMART (recollida intel·ligent de residus, aparcament, il·luminació, oficines d'informació).
- Articulació amb clubs de producte o SET (participació en workshops, desenvolupament de productes).
- Organització de taules de treball amb comitès d'experts.
- Millora dels processos en l'obtenció i anàlisi de dades a organitzacions públiques i privades.
- Compra de dades per alimentar el SIT (no proveïdes per l'empresa guanyadora).

EIX DE SUPORT I ASSISTÈNCIA A L'FMT (per orientar les accions a partir de les dades):

- Difusió interna de resultats a àrees de l'FMT (promoció, màrqueting, oferta, agències de premsa int.)
- Relleu de necessitats de dades en les diferents àrees de l'FMT i pla de millora en cada cas.
- Suport a la presència en fires presencials i virtuals, accions de premsa online i offline, etc.
- Suport a la creació de productes i serveis turístics alternatius.
- Suport a la generació de continguts per al pla de màrqueting digital i mitjà social.
- Suport a l'inventari i catalogació de l'oferta.
- Suport a la valoració d'actius turístics.

EIX DE REPORTING:

- Informe anual de l'OTS per INSTO OMT.
- Llançament SIT amb almenys 5 dashboards.
- Llançament del Portal Open Data amb 20 datasets.
- Publicació de deu quadres de comandament nous o informes (abans de 18 i 24 mesos de l'inici).
- Publicació de 40 datasets com a mínim al Portal Open Data (abans de 18 i 24 mesos de l'inici).
- Informe d'anàlisi amb indicadors segons els requeriments de l'OMT (18 mesos des de l'inici).
- Informe d'anàlisi d'indicadors específics Mallorca (24 mesos des de l'inici).
- Informe d'accions davant el patronat de l'FMT i el Consell Assessor.
- Informes anuals dels perfils de mercat (15 principals mercats emissors).
- Informe anual del turisme a Mallorca (1 per any).
- Informe anual sobre la percepció del resident sobre l'activitat turística a Mallorca.
- Informe de turisme de famílies (1 per any).
- Informe de turisme d'escapades (1 per any).
- Informes de perfils de cada segment estratègic per a clubs de producte (9 en total per any).
- Estudi d'anàlisi de fluxos de la demanda turística a l'illa.
- Estudi de valoració en línia de la gastronomia de Mallorca.
- Estudi de valoració en línia dels atractius turístics de Mallorca.
- Estudi de valoració en línia de l'hoteleria de Mallorca.

EIX DE DIFUSIÓ / SENSIBILITZACIÓ I FORMACIÓ:

- Participació en la reunió anual INSTO d'OMT.
- Organització de fòrums i premis d'impuls a la sostenibilitat.
- Organització d'accions de formació i sensibilització amb la comunitat acadèmica.
- Seminari organitzat amb l'OMT sobre turisme sostenible i regeneratiu.
- Taller sobre l'ús del sistema d'intel·ligència turística (SIT) per a l'aplicació de dades a estratègies comercials per al sector privat (operadors, agències, hotels, etc.).
- Participació de l'OTS a fòrums, congressos i cursos de formació sobre sostenibilitat turística.
- Workshop de l'OTS amb stakeholders (obert a la comunitat).
- Visita tècnica per conèixer in situ projectes de sostenibilitat (al costat de workshop, per a la comunitat).
- Participació a «Palma Summit 21».
- Transferència de saber fer a municipis de Mallorca.
- Creació i gestió de repositori digital de bones pràctiques de sostenibilitat, per categories (hoteleria, agències de viatges, gastronomia, llocs, museus, atractius, etc.).

Mallorca
Sustainable Tourism Observatory

El contracte de serveis de disseny, desenvolupament, posada en marxa i manteniment del sistema d'intel·ligència turística (SIT) per a l'OTS de Mallorca s'ha adjudicat dins el darrer trimestre de l'any 2021 i està previst que s'executi en diferents fases durant els anys 2021, 2022 i 2023.

9 - Mallorca Film Commission

Mallorca Film Commission (MFC) és una secció de la Fundació Mallorca Turisme dedicada a la promoció de Mallorca com Plató de Cinema i 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 al 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 rodadas 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.

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 l'any 2022, 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, per restablir la confiança i la seguretat a Mallorca com a destinació de rodatges, després de la crisi del Covid-19, i per reposicionar l'illa 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 2022, MFC es planteja realitzar diverses accions en mercats cinematogràfics i de sèries a Europa, EEUU, a més de mantenir la presència en altres mercats emergents, com els d'Àsia.

En quan al pla d'acció previst que té la MFC per l'any 2022, el podem dividir en diferents apartats:

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

- Participació en l'elaboració i desenvolupament del Hub Audiovisual de les Illes Balears (en col·laboració amb el Govern IB)
- Desenvolupament dels projectes audiovisuals inclosos a "Mallorca Circular", del Consell Insular de Mallorca, i a altres iniciatives lligades a les Fons Europeus NEXT: "Mallorca Virtual Film Studios" i "Green Film Shooting".

2. Publicitat

- Presencia publicitària en publicacions especialitzades del sector cinematogràfic i de sèries
- Campanya d'esdeveniments "Mallorca en Primer Plano" per a la promoció de localitzacions de rodatges als principals mercats emissors

3. Convocatòries de Subvencions / Patrocinis / Premis MFC

- II Premis Mallorca de Cinema
- Convocatòria subvencions "Foment de l'Activitat Audiovisual" , que inclou dues línies: Petits esdeveniments audiovisuals i Desenvolupament de projectes audiovisuals
- Patrocinis de Grans Esdeveniments Audiovisuals (Festivals)
- Patrocinis de Rodatges Audiovisuals
- Càtedra Turisme, Cine i Media, amb la UIB

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
- Mallorca Film Market

5. Afiliació i Presència a Festivals i Mercats 2021

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)
- Shanghai Film Market (juny)
- Festival Biennale / Venecia (agost)
- Festival Internacional de Cine / Sant Sebastià (setembre)
- Iberseries (setembre)
- American Film Market / Los Angeles (novembre)
- Focus & Concept London / Londres (desembre)

6. Esdeveniments

- Entrega del Premi "Master of Cinema"
- 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

10- Pressupost 2022

Despeses	
I. Despesa de personal	1.278.460,10 €
II. Despesa Bens i Serveis	5.129.598,68 €
III. Despesa Financera	30.000,00 €
IV. Transferències Corrents	1.905.000,00 €
VI. Inversions Reals	20.000,00 €
VII. Transf. Capital	- €
Total	**8.363.058,78 €**

Ingressos	
III. Tases i altres ingresos	20.000,00 €
IV. Transferències corrents	6.540.948,71 €
VII. Transferències de Capital	20.000,00 €
VIII. Actius Financers	1.782.110,07 €
Total	**8.363.058,78 €**

DESPESES

Capítol I. Despeses de personal

Les despeses de personal representaran per a l'any 2022 un total de 1.278.460,10 €.

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 2022:

- 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, màrqueting i audiovisuals de la Mallorca Film Commission
- 2 Tècnic/a en màrqueting turístic
- 1 Tècnic/a en producte
- 1 Administratiu/iva
- 1 Administratiu/iva comptable

- 4 Tècnics de Grau Mitjà de Gestió Econòmica.
- 1 Científic de Dades de l'Observatori de Turisme Sostenible.
- 1 Arquitecte de Dades de l'Observatori de Turisme Sostenible.
- 2 Auxiliars administratius
- 1 Becari

Capítol II. Despeses de béns corrents i serveis

El pressupost total per aquest capítol és de 5.129.598,68 euros. Aquesta quantitat correspon, fonamentalment a patrocinis i 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 representatives:

- Convocatòria Patrocinis: 1.600.000 euros
- Contracte de Publicitat: 400.000 euros
- Contracte de producció i merxan: 400.000 euros
- Manteniment software: 24.000 euros
- Material d'oficina: 6.050 euros
- Manteniment impressora: 1.500 euros
- Comunicacions: 6.000 euros
- Transport de material: 35.000 euros
- Tributs: 15.000 euros
- Quotes d'adhesions a diferents ens de la FMT i MFC: 40.000 euros
- Altres despeses diverses: 22.000 euros
- Assessoria laboral: 6.050 euros
- Assessoria fiscal: 5.082 euros
- Prevenció de riscos laborals i protecció de dades: 900 euros
- Concurs traduccions: 15.000 euros
- Gestió de màrqueting i marques: 2.500 euros
- Manteniment Web: 29.095,66 euros
- Comunicació en origen: 60.621,02 euros
- Assessoria Jurídica: 5.000 euros
- Concurs Màrqueting Digital: 330.000 euros
- Concurs clipping: 40.000 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: 300.000 euros
- Dietes personal directiu i no directiu: 30.000,00 euros

Capítol III. Despeses financeres

Aquest capítol té un pressupost de 30.000 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 1.905.000 euros.

S'hi inclouen les transferències, les subvencions i els ajuts que la FMT utilitzarà per dur a terme les seves operacions corrents com a eines de promoció a l'any 2022:

- Càtedra i convenis: 30.000 euros
- Subvencions Ajuntaments per activitats de repercussió turística: 200.000 euros.
- Convenis: 15.000 euros.
- Subvencions foment sector audiovisual: 250.000 euros.
- Convocatòria de Co- Màrqueting: 450.000 euros
- Subvencions per Road to Mallorca: 150.000 euros
- Subvenció Do Not Disturb: 150.000 euros
- Subvenció Federación Española de Ciclismo: 110.000 euros
- Subvencions OTS: 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.

L'import total d'aquest capítol ascendeix a 20.000 euros, desglossats de la següent manera:

- Mobiliari: 10.000 euros
- Equips informàtics i telèfons: 9.000 euros
- Altres: 1.000 euros

El total de despeses previst ascendeix a 8.363.058,78 euros.

INGRESSOS

Els ingressos totals seran 8.363.058,78 euros.

Capítol III. Taxes i altres ingressos.

S'estimen ingressos de 20.000 euros per cessió d'espais als estands de Mallorca (co-expositors).

Capítol IV. Transferències corrents

La FMT ha de rebre per a l'any 2022 6.540.948,71 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 2022 20.000 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 1.782.000 euros.