

INFORME VALORACIÓ CAMPANYA TURÍSTICA DE LLEIDA – ESTIU 2008

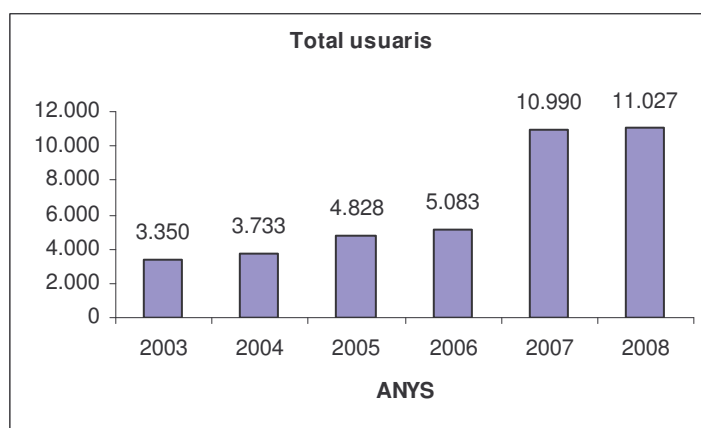
Data: 20 d'octubre de 2008

BUS TURÍSTIC (Campanya estiu, 26 de juny a 30 setembre)

El bus turístic de Lleida s'ha consolidat com un dels símbols de la ciutat i ha incrementat el nivell mig d'ocupació per trajecte, tot i que mantenint el nombre final d'usuaris, ja que degut a l'adversa climatologia d'aquest estiu comparativament a la de l'estiu passat, hi ha hagut menys dies disponibles.

Cal destacar:

- El producte continua amb la política de preus endegada l'any passat amb l'equiparació tarifària amb la resta d'autobusos.
- La parada més utilitzada continua estant la Paeria, donat que és la parada inicial de la ruta; però es consolida la parada al Castell de Gardeny, degut a la campanya de gratuïtat de visita del monument per als usuaris del bus.
- Les sortides nocturnes han continuat tenint una gran acollida.
- La temporada va acabar l'11 d'octubre.



VISITES AL CASTELL DEL GARDENY I EL CENTRE D'INTERPRETACIÓ DE L'ORDE DEL TEMPLE (juny, juliol, agost i setembre)

L'espai s'ha convertit en un referent de la ciutat en el segon any d'existència.

Així, durant aquest estiu el castell ha estat visitat per **5.317 persones**. Molt per sobre de les 3.380 de l'estiu passat (increment del 57%)

S'hi han realitzat dos concerts i 7 visites guiades nocturnes amb escenificació, en els que han participats 693 persones.

Al juny va tenir lloc la Cursa Atlètica "Cursa dels Templers" amb la participació de 750 atletes.

Cal destacar que un 40% dels visitants declaren que el motiu de la visita ha estat la pujada amb el Bus turístic, que és resultat de la campanya endegada aquest estiu de regalar una entrada al Castell a les persones que hi pujaven en el Bus turístic

LLEIDA SECRETA

S'ha realitzat un programa de 5 visites nocturnes que han funcionat amb plena ocupació amb l'assistència de 286 persones.

CONJUNTURA TURÍSTICA

1. LÍNIA ALTA VELOCITAT (Gener – Agost)

Les dades del primer semestre i l'estiu mostren un lleuger increment de l'ocupació tot i la situació de la conjuntura econòmica.

(ARRIBADES Gener- Agost) increment del 8,26%

2006	2007	2008
142.866	150.165	162.569

(SORTIDES Gener-Agost) increment del 5,23 %

2006	2007	2008
143.826	151.352	163.463

2. CONSULTES OFICINES DE TURISME (juliol, agost i setembre)

Les 2 Oficines de Turisme de la ciutat (Renfe i Turisme de Lleida) han vist **incrementat** el nombre de consultes respecte de l'estiu passat **en un 16,5%**; és a dir , **1.482 consultes més.**

Pel que respecta a la **procedència** dels usuaris de les Oficines de Turisme, podem dir que continuen predominant els visitants de Catalunya i de Madrid i s'incrementa els estrangers, especialment els francesos.

2007	2008
8.952	10.956

3. OCUPACIÓ HOTELERA (Gener Agost)

L'ocupació hotelera de la primera part de l'any 2008 i especialment la de l'estiu ha estat bona, aquesta darrera en part per l'ocupació generada per esdeveniments com l'Expo de Saragossa en el que ha estat un estiu atípic.

Destaca l'increment d'ocupació vacacional de caràcter familiar pel que es nota un increment del nombre de famílies que han utilitzat Lleida com a base de les seves vacances estivals

	Pernoctacions		
	2007	2008	variació
Gener	10.910	15.955	46,24%
Febrer	16.668	20.314	21,87%
Març	18.516	22.520	21,62%
Abril	16.762	20.930	24,87%
Maig	19.464	21.657	11,27%
Juny	17.966	20.961	16,67%
Juliol	20.204	24.623	21,87%
Agost	18.119	19.903	9,85%

CONCLUSIONS

- ✦ Aquesta ha estat un estiu de consolidació de l'oferta turística de Lleida especialment pel que respecta a tots els recursos posats en valor en els darrers anys, com són el Castell de Gardeny, el Museu de Lleida o la Seu Vella.
- ✦ Tanmateix l'efecte de l'Expo de Saragossa s'ha notat a la ciutat, tant en l'ocupació hotelera com en la utilització de marc de promoció que n'ha fet l'Ajuntament de Lleida.
- ✦ Les activitats de caràcter cultural i turístic organitzades a la ciutat han tingut molt bona acollida per part tant de residents com de visitants i han suposat un estímul més per visitar la ciutat.
- ✦ Alguns productes com el Castell de Gardeny han mostrat ser adequats i tenir l'acceptació suficient per acollir esdeveniments amb un caràcter permanent
- ✦ Lleida ha acabat la temporada d'estiu de manera simbòlica amb la desfilada del dissenyador CUSTO BARCELONA que, organitzada amb la col·laboració de l'Ajuntament de Lleida ha suposat uns impactes publicitaris i d'imatge en els mitjans públics, tant de la ciutat en general com de la Seu Vella en particular que quantificats tindrien un valor altíssim.
- ✦ Amb la propera inauguració de La Llotja, la posada en valor dels recursos turístics i el treball de promoció en els segments de turisme de negocis i cultural Lleida es posiciona com una de les ofertes importants del Nord de l'Estat.

ERROR: syntaxerror
OFFENDING COMMAND: --nostringval--

STACK:

(INFORME VALORACIÓ CAMPANYA TURÍSTICA DE LLEIDA ESTIU 2008)
/Title
()
/Subject
(D:20081020103132)
/ModDate
()
/Keywords
(PDFCreator Version 0.8.0)
/Creator
(D:20081020103132)
/CreationDate
(llaveda)
/Author
-mark-