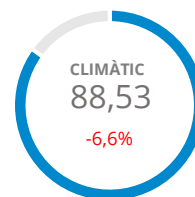


DADES GENERALS



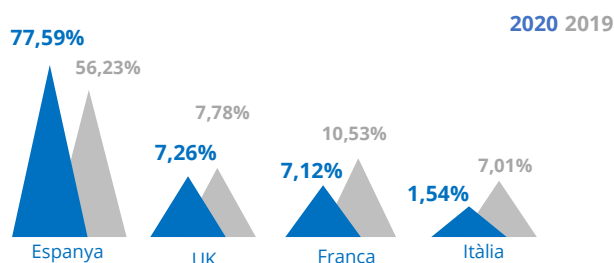
INDICADORS SATISFACCIÓ – COMPARATIVA INTERANUAL (0-100 punts)

Es modera l'Índex de Satisfacció Global amb el destí Lloret, tot i que continua en un nivell molt alt. Aquest indicador s'ha vist impactat pel descens en els indicadors de Percepció de Seguretat i Climàtic - aquest últim a causa de la borrasca Glòria. Cal esmentar que, fins i tot si l'Índex de Percepció de Seguretat ha disminuït, encara té un nivell molt alt, especialment donada la actual crisi sanitària. L'Índex de satisfacció amb el Producte Turístic es alt i creix respecte a l'any passat gràcies a un augment de la satisfacció, principalment en els productes de Wellness, Natural i Shopping.

*L'Índex de Satisfacció Global no té en compte l'Índex de Satisfacció Hotelera.

MERCATS EMISSORS PER NOMBRE DE MENCIONS

El mercat nacional continua com el més present turísticament a les xarxes socials i, com es podia imaginar, creix la seva importància relativa en 2020 a causa de la complicada situació ocasionada per la pandèmia. Per altra banda, la resta de mercats decreixen degut a la impossibilitat de viatjar pel tancament de les fronteres. Els principals mercats emissors que disminueixen son França i Itàlia. S'ha de tenir en compte que les mencions socials inclouen mencions nostàlgiques i mencions inspiracionals d'intenció de visita.



INTERÉS EN ELS PRODUCTES

	2020	2019
Actiu	20.85%	10.49%
Sol i Platja	17.96%	26.56%
Gastronòmic	11.38%	8.30%
Familiar	10.56%	9.91%
Cultural	10.15%	10.96%

TOP 5 PRODUCTES TURÍSTICS PER VOLUM DE MENCIONS

A causa de les crisis sanitàries, l'interès pels productes turístics va canviar dràsticament en comparació amb l'any anterior. Destaca la pujada del producte actiu en termes d'importància (creix 10 punts percentuals). En particular les següents activitats són les més esmentades: surf, adventure trips, bike, activitats a la mar i btt. L'oci nocturn, que solia ser el segon producte més esmentat, no apareix en el top 5 d'aquest any.

SATISFACCIÓ AMB ELS PRODUCTES

	2020	2019
Wellness	88.3	58.7
Shopping	85.4	71.3
Esportiu-Lloret	83.7	75.6
Gastronòmic	82.4	77.8
Natural	81.7	63.4

TOP 5 PRODUCTES TURÍSTICS PER SATISFACCIÓ (0-100 punts)

Un dels 5 productes amb mes mencions, el Gastronòmic, entra en els productes més ben valorats. Els productes d'Actiu i Sol i Platja, tot i tenir un índex de satisfacció per sobre de 65 punts, estan per sota del top 5. Donada la seva importància, s'haurà de continuar fent esforços per millorar la proposta de valor i continuar captant un turista, que en principi potser no contemplava Lloret, però que donades les limitacions ho ha visitat i n'ha sortit sorprès positivament.

ATRACTIUS TURÍSTICS

ATRACTIUS MÉS ESMENTATS ASSOCIATS A LA MARCA

El 2020 a causa de la pandèmia els turistes van triar atractius a l'aire lliure i gaudir de platges, de jardins i rutes. No sorprèn que Disc Tropics, l'atractiu més esmentat en 2019, no aparegui en el llistat aquest any. La Platja de Lloret incrementa les mencions en 10 punts percentuals i el Camí de Ronda en 6. Cala Sa Boadella entra en els top 5.

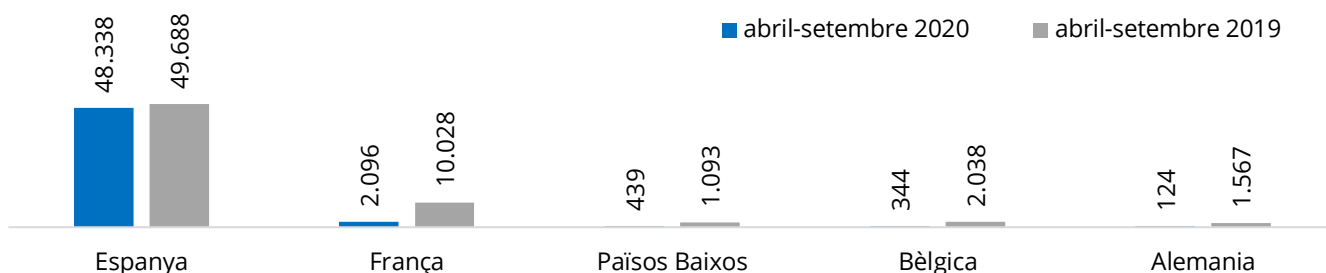
	2020	2019
Platja de Lloret	17.16%	Disco Tropics 9.83%
Camí de Ronda	11.11%	Jardins de Santa Clotilde 8.34%
Platja de Fenals	9.05%	Platja de Fenals 7.85%
Jardins de Santa Clotilde	6.33%	Platja de Lloret 7.17%
Cala Sa Boadella	5.67%	Camí de Ronda 5.54%

DADES MÒBILS

MITJA DIÀRIA DE VISITANTS A LLORET DE MAR. ABRIL - SETEMBRE, 2020 vs. 2019 (Municipi, estada >3h, top 5 mercats d'origen - inclosos els residents)

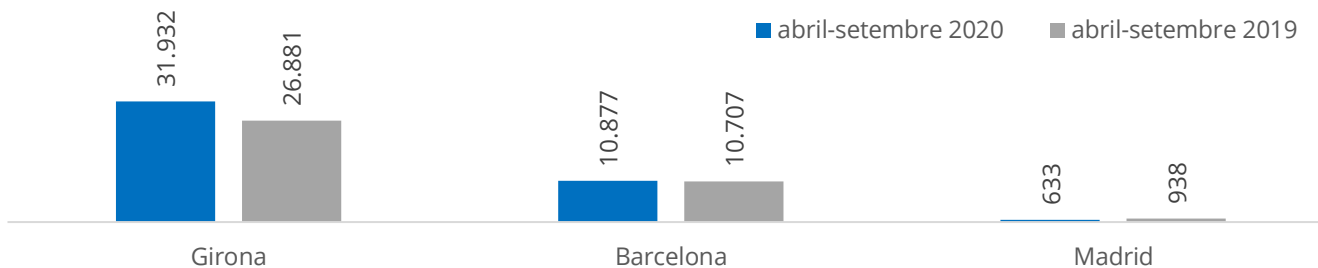
La situació sanitària va suposar un important peatge en el nombre de visitants diaris que es van allotjar més de 3 hores al municipi de Lloret. La mitjana diària dels clients disminueix sobretot a causa d'un descens important dels visitants internacionals i en particular d'alguns mercats que han vist baixar el nombre de visitants en més del 90%, a causa de la dificultat d'arribar a Lloret, entre ells: Alemanya, Polònia, Regne Unit, Federació de Rússia i Itàlia. La lleugera baixada del mercat nacional seria compensada si es pogués quantificar la població flotant que va treballar a Lloret al turisme l'any 2019, però que en el 2020 s'han quedat a les seves poblacions d'origen per manca de turistes. Focalitzar-se en el mercat domèstic i en els que poden arribar a Lloret amb el cotxe serà de nou important al 2021, tot i que els mercats internacionals (Ex: Alemanya, UK) estan comunicant una important apertura cap a mitjans - finals de Maig.

Mitja diària de visitants 2020 tots els mercats	Mitja diària de visitants 2019 tots els mercats	Diferència interanual 2019-2020
53.322 visitants	78.373 visitants	-32% visitants diaris totals



MITJA DIÀRIA DE VISITANTS D'ESPANYA PER PROVÍNCIA A LLORET DE MAR. ABRIL - SETEMBRE 2020 vs. 2019 (Municipi, estada >3h, top 3 províncies)

El nombre de visitants diaris mitjans de Girona (inclosos els residents) a l'abril-setembre del 2020 va augmentar un 19% en comparació amb el mateix període del 2019. Els visitants de Barcelona també van augmentar, però en un 2%. Els visitants procedents de Madrid van disminuir un 33% respecte a l'any anterior. Es recomana focalitzar-se en atreure les províncies de les comunitats autònomes més properes i sobretot les catalanes al 2021.



DADES DESPESA

DESPESA MITJA PER TARGETA VS. VALOR MITJÀ DE LA TRANSACCIÓ. NOV 2019-OCT 2020 VS. NOV 2018-OCT 2019

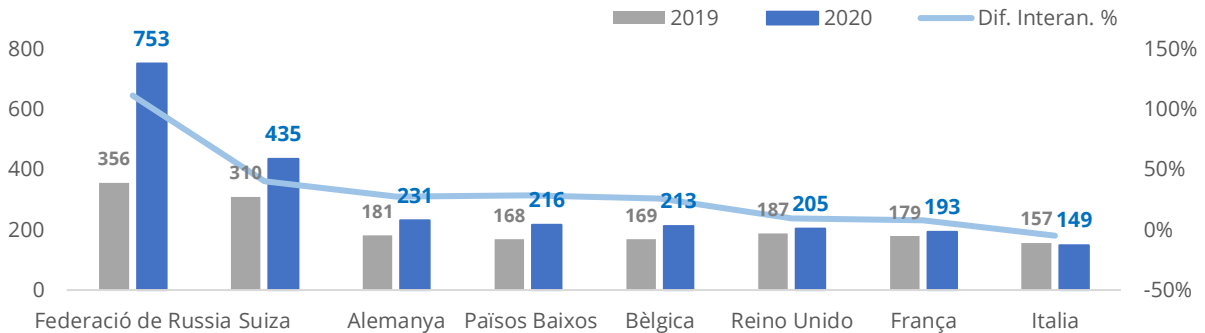
La despesa mitjana per visitant ha crescut perquè l'estada mitjana ha crescut en un 23%. Això s'explica perquè els segments de major ingrés disponible són els que van poder viatjar i perquè l'ús de la targeta també ha augmentat. D'altra banda l'import de les transaccions mitjanes han disminuït a causa de la crisi econòmica. En el 2021 es recomana concentrar l'activitat de màrqueting en els visitants amb un perfil adquisitiu més alt.

Despesa	2019	2020	Diferència interanual
Despesa mitja per targeta	204\$	300\$	+40,7%
Valor mig de la transacció	48\$	47\$	-4,4%
Durada mitjana d'estada	3,4 dies	3,9 dies	+23,1%

DADES DESPESA (cont.)

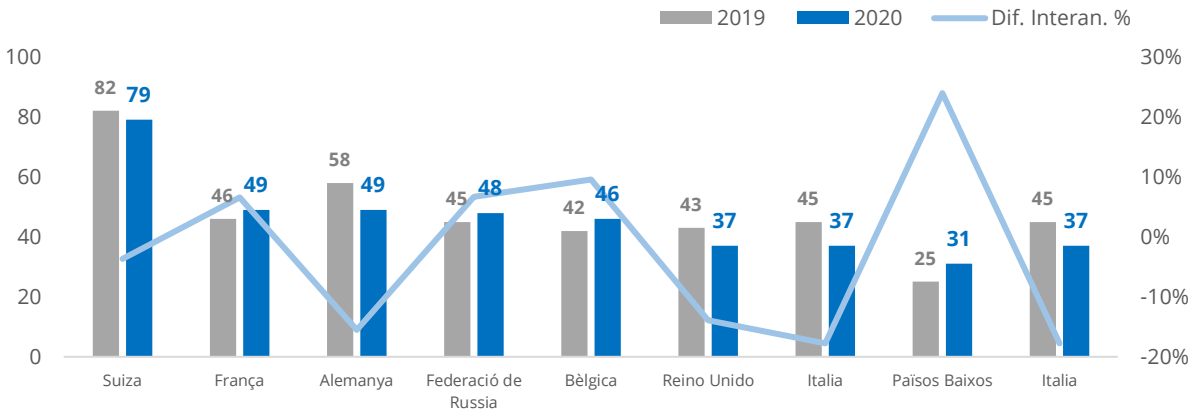
DESPESA MITJANA PER TARGETA PER MERCAT NOV 2019 - OCT 2020 VS. NOV 2018 - OCT 2019

Els mercats amb la despesa mitjana més alta són: la Federació Russa, Suïssa i Alemanya. Tots els mercats veuen les seves despeses mitjanes créixer al 2020 respecte a l'2019 excepte l'Italíà que disminueix un 5%. A l'any 2020 la despesa mitjana de la Federació Russa s'ha duplicat en comparació amb l'any anterior degut a l'increment en un 55% de la seva estada mitjana. El Regne Unit era el tercer país amb la despesa més alta en 2019 mentre que en el 2020 aquest mercat es col·loca en sexta posició.



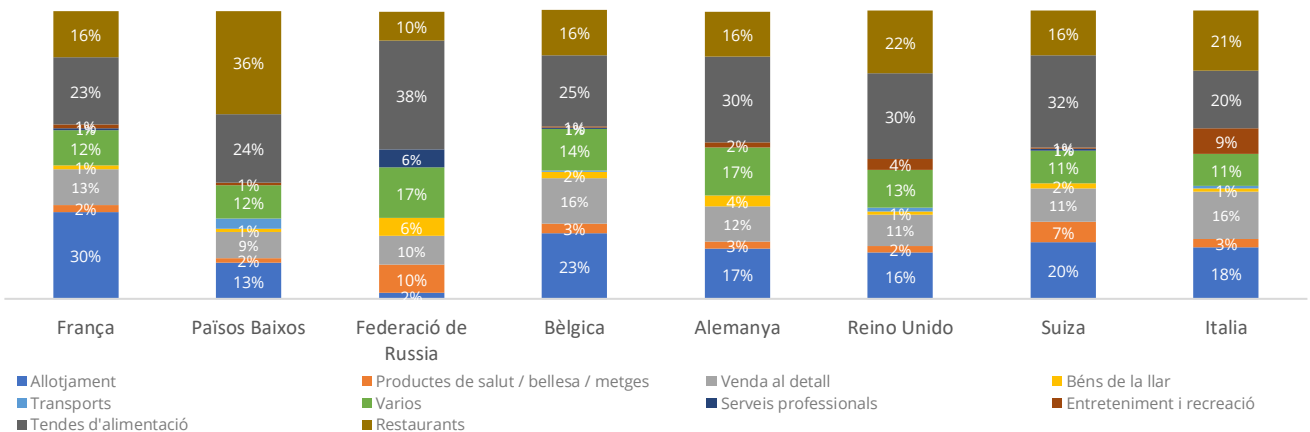
VALOR MITJÀ DE LA TRANSACCIÓ PER MERCAT NOV 2019 - OCT 2020 VS. NOV 2018 - OCT 2019

El valor mig de les transaccions ha disminuït per a tots els mercats emissors excepte França, la Federació Russa, Bèlgica i Països Baixos.



DISTRIBUCIÓ DE LA DESPESA PER CATEGORIES I MERCAT D'ORIGEN. NOV 2019 - OCT 2020

Les dues categories on els diferents mercats gasten més són les botigues d'alimentació (un 28% de la despesa total de mitjana), els restaurants (un 19%) i l'allotjament (un 17%). La Federació Russa és la que gasta més en botigues d'alimentació (38%) i la que gasta menys en restaurants (10%), els Països Baixos gasten més en restaurants (36%), i el mercat francès en allotjament (30%).



Aquest resum executiu s'ha elaborat mitjançant l'anàlisi de les següents fonts i períodes:

- **Xarxes Socials:** Instagram i Twitter. Mencions turístiques sobre Lloret entre el 01.01.2020 i el 31.12.2020 i el mateix període de 2019.
- **Dades de connectivitat mòbil:** total de visites i presències detectades al zona del municipi de Lloret de Mar a través de la connexió dels dispositius dels visitants a les antenes de la destinació. Entre el 01.04.2020 i el 31.09.2020 i el mateix període de 2019. Estadades amb presència superior a 3h. Font: Orange.
- **Dades de despesa:** dades de despesa internacionals de las targetes de dèbit i crèdit Mastercard a la destinació entre el 01.11.2019 i el 31.10.2020 i el mateix període 01.11.2018 i el 31.10.2019.

Els índexs calculats mostren valors d'entre 0 i 100 punts. A continuació, es mostra l'escala de valoració per conèixer el significat i evolució dels indicadors en el temps.

- **De 0 a 24 punts:** Aquells indicadors o índexs que es troben dins d'aquesta escala, mostren nivells de satisfacció i confiança molt baixos i per tant són una àrea prioritària de reconfiguració.
- **De 25 a 49 punts:** Nivell de satisfacció i confiança relativament baix. Important potencial per a la millora.
- **De 50 a 74 punts:** Nivell de satisfacció bo a molt bo. Moderat potencial de millora.
- **De 75 a 100 punts:** Nivells de satisfacció i confiança excel·lents. En alguns casos hi ha marges per a la millora, encara que en la majoria d'ells siguin nivells a mantenir i consolidar.

L'evolució dels nivells de satisfacció dels visitants / usuaris s'extreu mitjançant cinc indicadors clau de rendiment de la destinació que es descriuen a continuació:

- **Producte: l'Índex de Productes Turístics,** mesura el nivell de satisfacció amb l'oferta (productes) de la destinació en les seves diverses categories: Cultural, Gastronòmic, etc. Aquest índex s'obté analitzant la distribució de comentaris positius, negatius i neutres que es produeixen per a cada un d'aquests productes.
- **Seguretat: l'Índex de Percepció de Seguretat,** mesura el nivell de seguretat percebuda pels visitants. Aquest índex es calcula mitjançant avançades tècniques de PNL (programació neurolingüística) que permeten entendre quan un comentari fa referència a aquestes qüestions.
- **Clima: l'Índex de Percepció Climàtica,** mesura el nivell de satisfacció dels visitants amb el clima en la destinació. Això s'aconsegueix mesurant el volum de "queixes", és a dir, comentaris negatius respecte a la meteorologia en la destinació i traçant una relació inversa: com més baix sigui el volum de comentaris negatius, major serà l'índex de satisfacció. Aquest tipus de mesura permet entendre la relació entre les expectatives dels visitants i la realitat de la destinació.
- **Global: Aquest índex mesura el nivell global de satisfacció** dels visitants amb la destinació. Aquest mesurament es realitza ponderant els quatre indicadors anteriors, així com analitzant la distribució de sentiment general sobre la destinació.