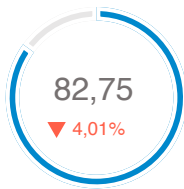
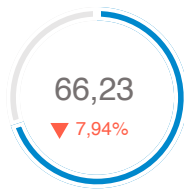


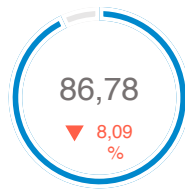
DADES GENERALS



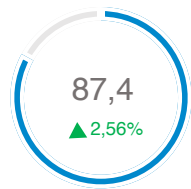
GLOBAL*



PRODUCTE



SEGURETAT



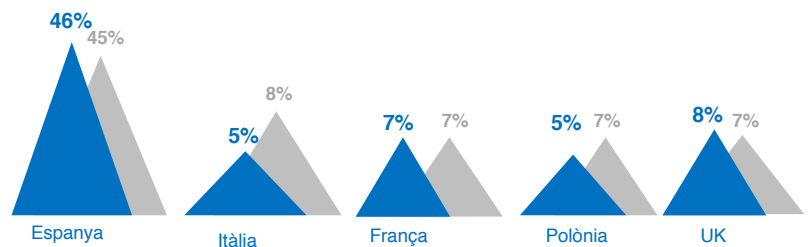
CLIMÀTIC

INDICADORS SATISFACCIÓ – COMPRTATIVA INTERANUAL (0-100 punts)

Es modera lleugerament l'Índex de Satisfacció Global amb la destinació de Lloret de Mar, encara que continua en un nivell molt elevat. Aquest petit descens és conseqüència dels decreixements en la satisfacció amb el Producte Turístic i amb la Percepció de Seguretat. Cal esmentar que, si bé hi ha espai per a la millora quan es parla de satisfacció amb el Producte turístic, la Percepció de Seguretat continua a un nivell alt. L'Índex de Percepció Climàtica augmenta un 2,56% respecte a l'any passat.

MERCATS EMISSORS PER NOMBRE DE MENCIONS

El mercat nacional continua com el més present turísticament a les xarxes mantenint el nivell del mateix període al 2018. Els mercats italià i polonès decreixen lleugerament, mentre que el britànic augmenta la seva presència relativa a Lloret de Mar.



INTERÈS DELS PRODUCTES

2019	2018
Sol i platja	28,52% / 32,4%
Cultural	12,52% / 15,17%
Actiu	11,17% / 9,07%
Familiar	11,02% / 9,04%
Oci Nocturn	10,66% / 11,59%

TOP 5 PRODUCTES TURÍSTICS PER VOLUM MENCIONS

El Sol i Platja continua com el producte turístic més esmentat, fins i tot a la tardor, encara que perd més de 4 punts de rellevància respecte a l'any anterior. A nivell interanual es veu una distribució més heterogènia dels interessos turístics. El producte Cultural i l'Oci Nocturn perden rellevància, mentre que puguen els productes Actiu i Familiar i Gastronòmic (no al top 5).

SATISFACCIÓ DELS PRODUCTES

2019	2018
Sol i Platja	73,71 / 85,92
Natural	69,53 / 86,9
Gastronòmic	58,72 / 74,35
Shopping	57,80 / 74,35
Familiar	55,41 / 78,92

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

Sorprèn que 3 dels 5 productes més ben valorats no entrin en el top 5 de productes que generen més interès: Natural, Gastronòmic i Shopping. Aquest fet pot servir per identificar oportunitats per a la destinació. Es també remarcable un descens en la satisfacció general dels productes turístics respecte l'any 2018.

ATRACTIUS TURÍSTICS

ATRACTIUS MÉS MENCIONATS ASSOCIATS A LA MARCA

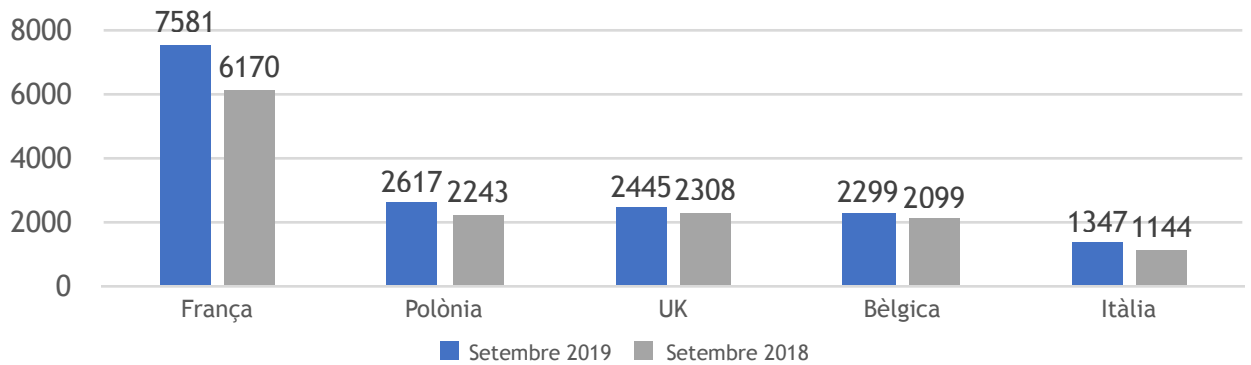
L'atractiu turístic més esmentat a les xarxes al 2019 han estat els Jardins de Santa Clotilde. En segon lloc, trobem Disco Tropics que ha perdut més de 7 punts percentuals respecte l'any anterior. Amb una importància equivalent trobem la Platja de Fenals i l'Església de St. Romà, un atractiu que no estava al Top 5 el 2018, de la mateixa manera que Cala Sa Boadella, que tanca enguany el top 5.

2019	2018
St. Clotilde Jardins	11,14% / 15,3%
Disco Tropics	8,23% / 11,65%
Platja de Fenals	8,23% / 11,45%
Església St. Romà	8,01% / 11,34%
Cala Sa Boadella	7,51% / 10,41%

MITJANA DIÀRIA DE VISITANTS ESTRANGERS A LLORET DE MAR. SETEMBRE, 2019 vs. 2018

Els països que componen el top 5 de visitants diaris augmenten respecte a 2018, sobretot el mercat francès, principal mercat estranger a Lloret de Mar. L'augment més lleuger és el que protagonitzen els britànics, tot i que en l'anàlisi anterior (juny a agost) no apareixia al Top 5, on sí ho feien els Països Baixos. La mitjana del total de visitants estrangers també augmenta, concretament en 1.845 viatgers diaris.

Mitjana diària d'estrangers 19	Mitjana diària d'estrangers 18	Diferència interanual
23.535 visitants	19.448 visitants	+1.845 visitants diaris



CAPACITAT AÈRIA DIRECTE D'ARRIBADA A L'AEROPORT GIRONA DE SETEMBRE A NOVEMBRE 2019. ACTUALITZACIÓ NOVEMBRE 2019

La capacitat total minva lleugerament en aquests 3 mesos, principalment degut al descens de dues línies aèries del mateix grup: Ryanair i Laudamotion des de Alemanya, doncs des de UK Ryanair augmenta la seva capacitat. Els principals països que enregistren creixement en programació de seients son UK, Països Baixos i, en un major percentatge respecte a 2018, Bèlgica.

Capacitat aèria directa total	Capacitat Regular	Capacitat Low Cost
281,75 K -1,54%	9.322 K -16,74%	272,43 K -0,92%
	Total	%YOY
United Kingdom	98,72K	35,04% +3,3% ▲
Germany	34,97K	12,41% -20,05% ▼
Netherlands	33,18K	11,77% +6,75% ▲
Italy	26,27K	9,32% -3,47% ▼
Belgium	21,49K	7,63% +42,96% ▲
Poland	12,85K	4,56% +1,49% ▲
Russian Federation	9672	3,43% -16,11% ▼
France	7560	2,68% -4,76% ▼
Ireland	7560	2,68% +66,67% ▲
Morocco	4914	1,74% 0%
Others	24,58K	8,72% -23,09% ▼

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

- **Xarxes Socials:** Instagram i Twitter. 38.570 mencions turístiques sobre Lloret entre el 01.09.19 i el 30.11.19, i el mateix període de 2018
- **Programació de vols:** total de seients directes programats per l'aeroport de Girona entre el 01.09.19 i el 30.11.19, i el mateix període de 2018. Font: Flightstats
- **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 01.09.19 i el 31.09.19, i el mateix període de 2018. Estadades amb presència superior a 3h. Font: Orange

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.