





Amb aquest butlletí, de periodicitat trimestral i format on line, l'Observatori per la Qualitat del turisme al Maresme pretén presentar d'una forma organitzada i que permeti posteriors comparatives, les dades que recull diàriament. L'objectiu per tant, és que es converteixi en una eina útil i de qualitat de treball i planificació per als agents turístics que operen a la Costa del Maresme, tant públics com privats, així com recollir una informació fins ara dispersa en un únic document.



## ÍNDEX

2

0. Introducció	3
1. Oferta	4
2. Ocupació	4
3. Demanda turística	7
4. Despesa turística	7
5. Entrada de passatgers per companyies de baix cost	8
6. Satisfacció	9
Saló Boda	9
Dades Museus	12



## INTRODUCCIÓ

El mercat turístic català s'ha vist afavorit, en aquest primer trimestre de l'any 2006, per un augment en l'entrada de turistes estrangers. Els motius d'aquest moment de bonança són, bàsicament, la conjuntura econòmica internacional i la consolidació de l'impacte de les aerolínies de baix cost. En aquest sentit, Costa del Maresme no ha sigut una excepció. De fet, Costa del Maresme ha sigut una de les zones més afavorides en quant a ocupació i demanda turística, sobretot en el període de Setmana Santa. Exceptuant, l'ocupació de les cases rurals podem dir que Costa del Maresme ha sigut la segona zona en ocupació global, després de Barcelona, superant en pràcticament tots els aspectes les altres marques turístiques catalanes.

De totes maneres, l'ocupació, donada l'estructura de l'oferta de la zona, s'ha centrat en càmpings, apartaments i hotels de rang mig o baix. És esperable, doncs, que

els resultats pel que fa a la qualitat del turisme i la despesa mitjana del mateix no siguin molt positius. Per aquest motiu, és important dotar i/o promocionar una oferta complementària de lleure que ajudi a captar un turisme amb un poder adquisitiu major així com a desestacionalitzar i desconcentrar el turisme tot aprofitant la proximitat amb Barcelona. És per aquest motiu que aquest butlletí 0 del L'Observatori de la qualitat del turisme al Maresme ofereix dades d'altres patrimonis turístics del Maresme com són alguns museus i s'analitza un esdeveniment local esdevingut durant el període com és el Saló Boda de Mataró. Els resultats de la satisfacció del visitant d'aquesta oferta complementària, de la qual es pretén realitzar un seguiment de la seva diversitat i de la seva evolució en el temps, vol conscienciar de la importància de la heterogeneïtat i la singularitat per tal de fer créixer "Costa del Maresme", fet del qual també es beneficia el turisme tradicional de sol i platja.



## 1. OFERTA

Aquest espai repassa l'oferta d'allotjaments existent a la Costa del Maresme així com el nombre aproximat dels treballadors hosteleria.

<b>Places d'hotels</b>	<b>180</b>	<b>Nombre de treballadors en hosteleria</b>	
4*	12	<b>1r trimestre de 2006</b>	
3*	61		
2*	69	<b>Treballadors hosteleria Maresme</b>	<b>7322</b>
1*	38		
<b>Places de càmpings</b>	<b>33</b>		
Privats	3		
Tercera	12		
Segona	17		
Primera	1		
<b>Places de turisme rural</b>	<b>15</b>		
Allotjament rural independent	13		
Masies - cases de pagès	2		

Font: Observatori de Desenvolupament Local del Maresme

Font: IDESCAT

## 2. OCUPACIÓ

En aquest apartat es recullen les dades que mostren el grau d'ocupació dels diversos tipus d'allotjaments (sobre el 100 %,estiguin obertes o no les instal·lacions). S'ofereix una comparativa entre les marques turístiques que ens són més properes. Inclou el nombre de viatgers i pernoctacions segons els diferents tipus d'allotjament a partir de les enquestes d'ocupació de l'INE

<b>Hotelera</b>	<b>Gener</b>	<b>Febrer</b>	<b>Març</b>
Grau ocupació per habitacions (milers de persones)	46,38	54,75	55,1
Barcelona	55,57	69,61	73,47
Costa Brava	38,64	40,28	45,67
Costa del Garraf	45,7	59,48	58,74
Costa Daurada	27,14	34,09	34,55
<b>Costa del Maresme</b>	<b>44,9</b>	<b>54,73</b>	<b>62,81</b>

Font: IDESCAT a partir de les enquestes d'ocupació de l'INE

Els mesos de gener i febrer la marca Costa del Maresme es situa a la tercera posició seguida de Barcelona i Costa del Garraf, mentre que el mes de març es situa darrera de Barcelona.



	Gener	Febrer	Març
Viatgers (milers de persones)	626,39	735,69	887,64
Barcelona	329,63	377,73	453,72
Costa Brava	62,61	87,76	147,22
Costa del Garraf	25,89	33,9	41,58
Costa Daurada	45,34	52,22	63,84
<b>Costa del Maresme</b>	<b>11,45</b>	<b>15,69</b>	<b>22,01</b>

Font: IDESCAT a partir de les enquestes d'ocupació de l'INE

La marca Costa del Maresme és la última marca, ja que molts hotels estan tancats fins a Setmana Santa.

	Gener	Febrer	Març
Pernoctacions (milers de persones)	1383,72	1600,01	1994,93
Barcelona	681,48	774,58	930,11
Costa Brava	191,43	219,49	444,67
Costa del Garraf	47,16	73,66	92,46
Costa Daurada	85,61	105,31	120,82
<b>Costa del Maresme</b>	<b>29,55</b>	<b>44,65</b>	<b>63,32</b>

Font: IDESCAT a partir de les enquestes d'ocupació de l'INE

5

### Càmpings

	Gener	Febrer	Març
Grau ocupació per parcel·les (milers de persones)			
Costa Brava	10,87	12,15	15,35
Costa del Garraf		68,84	26,95
Costa Daurada	25,81		26,64
<b>Costa del Maresme</b>	<b>26,9</b>	<b>34,27</b>	<b>35,45</b>

Font: INE

Els mesos de gener i març els càmpings del Maresme es van situar al capdavant, mentre que el mes de febrer es va presentar en segona posició darrera de Costa del Garraf.

	Gener	Febrer	Març
Costa Brava	1165	3323	7883
Costa del Garraf		9320	8166
Costa Daurada	1187		10123
<b>Costa del Maresme</b>	<b>2404</b>	<b>4595</b>	<b>8144</b>

Font: INE

	Gener	Febrer	Març
Costa Brava	3014	6816	24882
Costa del Garraf		23543	15391
Costa Daurada	3233		22297
<b>Costa del Maresme</b>	<b>5026</b>	<b>8472</b>	<b>14979</b>

Font: INE

### Turisme Rural

	1trimestre
Grau ocupació per habitacions (milers de persones)	13,8
Costa Brava	10,4
Costa del Garraf	
Costa Daurada	24,5
<b>Costa del Maresme</b>	

Font: IDESCAT a partir de les enquestes d'ocupació de l'INE

**1 trimestre**

Viatgers (milers de persones)	46,4
Barcelona	
Costa Brava	7,5
Costa Daurada	2,6
Costa del Garraf	
<b>Costa del Maresme</b>	

Font: IDESCAT a partir de les enquestes d'ocupació de l'INE

**1 trimestre**

Pernoctacions (milers de persones)	104,2
Barcelona	
Costa Brava	18,4
Costa Daurada	14,5
Costa del Garraf	
<b>Costa del Maresme</b>	

Font: IDESCAT a partir de les enquestes d'ocupació de l'INE

**COMPARACIÓ SETMANA SANTA 2005-2006****Ocupació hotelera**

Marques turístiques	dilluns - divendres		divendres - dilluns		dilluns - dilluns	
	21-24/03/05	10-13/04/06	25-28/03/05	14-17/04/06	21-28/03/05	10-17/04/06
Barcelona	73	82,6	88,2	93,4	79,5	87,3
Costa Brava	55,5	46,2	82,2	87,4	66,9	63,9
Costa Daurada	48,5	61,5	79,3	89,7	61,7	73,6
Costa del Garraf	50,7	43,2	62,4	75,1	55,7	56,8
<b>Costa del Maresme</b>	<b>46,9</b>	<b>70</b>	<b>83,2</b>	<b>89,7</b>	<b>62,5</b>	<b>78,4</b>

Font: Observatori de Turisme de la Direcció General de Turisme  
Enquesta directa a una mostra de 336 establiments

Enguany la marca Costa del Maresme ha estat la segona marca més ocupada de Catalunya, millorant la seva posició respecte l'any anterior en allotjaments hotelers.

**Ocupació en càmpings**

Marques turístiques	dilluns - divendres		divendres - dilluns		dilluns - dilluns	
	21-24/03/05	10-13/04/06	25-28/03/05	14-17/04/06	21-28/03/05	10-17/04/06
Barcelona						
Costa Brava	11,4	11,8	21,1	46,1	15,6	26,5
Costa Daurada	22,8	26,8	43,9	77,6	31,8	48,6
Costa del Garraf	44,8	32,1	64,3	71,9	53,2	49,1
<b>Costa del Maresme</b>	<b>18,8</b>	<b>44,4</b>	<b>58,4</b>	<b>70,9</b>	<b>35,8</b>	<b>55,8</b>

Font: Observatori de Turisme de la Direcció General de Turisme  
Enquesta directa a una mostra de 107 establiments

La marca Costa del Maresme va ser capdavantera en l'ocupació de càmpings en la Setmana Santa del 2006, mentre que el 2005 es va situar a la quarta posició.

**Ocupació turisme rural**

Marques turístiques	dilluns - dijous	divendres - dilluns	dilluns - dilluns
	10-13/04/06	14-17/04/06	10-17/04/06
Barcelona			
Costa Brava	37,5	96,2	62,7
Costa Daurada	49,1	96,2	69,3
Costa del Garraf	24,6	97,5	55,8
<b>Costa del Maresme</b>	<b>9,4</b>	<b>86,6</b>	<b>42,5</b>

Font: Observatori de Turisme de la Direcció General de Turisme  
Enquesta directa a una mostra de 280 establiments



L'ocupació de turisme rural del Maresme és la menys afavorida de totes les marques.

#### Ocupació apartaments turístics

Marques turístiques	dilluns - dijous 10-13/04/06	divendres - dilluns 14-17/04/06	dilluns - dilluns 10-17/04/06
Barcelona	76	89,5	81,7
Costa Brava	21,1	42,4	30,2
Costa Daurada	47,4	66,2	55,4
Costa del Garraf	70,1	70,6	70,3
<b>Costa del Maresme</b>	<b>58,3</b>	<b>83,3</b>	<b>69</b>

Font: Observatori de Turisme de la Direcció General de Turisme  
Enquesta directa a una mostra de 299 establiments

7

En el primer període de Setmana Santa (dilluns a dijous), la marca Costa del Maresme està situada en la tercera posició. En el segon període (de divendres a dilluns) la posició del Maresme va situar-se en segona posició seguida de Barcelona. L'ocupació de tota la setmana va comportar situar el Maresme en tercera posició.

## 3. DEMANDA TURÍSTICA

#### Entrada de turistes estrangers segons Comunitat Autònoma

	Gener	Febrer	Març
Illes Balears	148055	195765	322045
Illes Canàries	829663	831346	952596
Comunitat Valenciana	239208	247588	338511
<b>Catalunya</b>	<b>571746</b>	<b>780008</b>	<b>964280</b>

Font: Observatori de Turisme de Catalunya de la Direcció General de Turisme

Segons dades de Frontur extretes de l'Observatori de Turisme de Catalunya de la Direcció General de Turisme: «Des de principis d'any, Catalunya ha rebut 2,3 milions de turistes estrangers, un 8,9% més fins el mes de març de 2005, amb un creixement molt superior al del conjunt de l'Estat (0,6%)».

Catalunya ha estat en els dos primers mesos de l'any la segona destinació de turisme estranger a l'Estat espanyol. El mes de març Catalunya ha estat la primera destinació. Els següents mercats emissors en importància han estat: Regne Unit, Itàlia, Alemanya i França.

## 4. DESPESA TURÍSTICA

Mostra les dades de la despesa total de turistes espanyols i estrangers. Les dades que apareixen a l'IDESCAT són dades del 2005, a final d'any es farà una valoració global.

- Despesa total dels turistes estrangers segons CCAA de destinació
- Despesa total dels turistes espanyols segons marca turística





## 5. ENTRADA DE PASSATAGERS PER COMPANYIES DE BAIX COST

### Entrada de passatgers segons Comunitat Autònoma de destinació

	Gener	Febrer	Març
<b>Total passatger a Catalunya</b>	<b>239230</b>	<b>268470</b>	<b>325505</b>

Font: IET (Instituto de Estudios Turísticos)

8

### Entrada de passatgers segons aeroport de destinació

	Gener	Febrer	Març
Barcelona	126525	141897	171734
Girona / Costa Brava	95987	107284	126295

Font: IET (Instituto de Estudios Turísticos)

### RANKING PRINCIPALS AEROPORTS

Principals Aeroports d'arribada a Girona	Gener	Febrer	Març
<b>Total</b>	<b>103633</b>	<b>114799</b>	<b>133381</b>
Londres / Stansted	11568	13590	16943
Milan / Orio al Serio	6793	8524	10068
Roma / Ciampino	7625	8061	8989
Brussel·les / Charleroi	6087	7514	8547
Paris / Beauvais-Tille Airport	5889	7725	8407
Frankfurt / Hahn	5418	7060	7830
Venecia / Treviso	4379	4032	5021
Nottingham / East Midlands	4071	4345	4835
Eindhoven	4017	4035	4933
Glasgow / Prestiwick	3872	3831	4805
Blackpool	3428	3920	5064
Bournemouth Intl	3468	3854	4902
Estocolm / Skavsta	3357	3927	4719
Niederrhein	3324	3608	4561
Florence / Gal Galilei	3851	3765	4377

Font: AENA

Principals Aeroports d'arribada a Barcelona	Gener	Febrer	Març
<b>Total</b>	<b>908174</b>	<b>978262</b>	<b>1184558</b>
Madrid / Barajas	194415	208870	235573
Palma de Mallorca	58793	63221	69526
Sevilla	38197	40020	49459
Amsterdam / Schiphol	31521	37327	46289
Paris / Charles de Gaulle	31390	32402	37650
Màlaga	28415	29634	35415
Londres / Heathrow	21694	26238	33011
Bilbao	23552	23748	31532
Roma / Fumicino	23986	21811	28259
Milan / Malpensa	20222	20813	25803
Frankfurt / Internacional	17231	20652	24095
Brussel·les	17896	22133	25878
Eivissa	15951	19322	23676
Paris /Orly	16195	20463	22481
Londres / Gatwick	15185	19000	23027

Font: AENA



## 6. SATISFACCIÓ

### Introducció

En aquesta secció s'aportaran dades pròpies de la comarca. En primer lloc, dades de satisfacció a partir d'enquestes al turista de sol i platja que s'allotja a la Costa del Maresme durant la temporada alta i, en segon lloc, dades obtingudes d'enquestes amb l'objectiu d'analitzar la satisfacció dels visitants a fires, festivals i esdeveniments rellevats a la comarca en vers aquests esdeveniments. Cada trimestre s'analitzarà un o dos esdeveniments, així com alguns dels museus més representatius de la comarca amb l'objectiu de comprovar en nombre de visitants que periòdicament i veure així com el grau d'atracció que suposa la marca Costa del Maresme.

Pel que fa a la satisfacció en quan als esdeveniments locals, el coneixement dels mateixos a fons ens permetrà obtenir una informació base del territori i el seu turisme en la línia de la concepció del turisme com a lleure i cultura. Fent sòlid aquest coneixement podem s'establiran algunes línies de recerca transversals per tal de conèixer vies de millora per l'actuació pública. Tot i que hagin aflorat altres realitats turístiques no podem oblidar el turisme de sol i platja. D'aquesta manera, cal investigar també la satisfacció del turista que visita la Costa del Maresme pel que fa a l'estada i a l'entorn.

Les dades procediran d'una enquesta de valoració que serà realitzada *in situ* durant l'esdeveniment o temporada a avaluar. Finalment, els resultats que s'exposaran seran únicament un resum d'alguns dels trets més rellevats obtinguts a l'anàlisi d'aquesta enquesta.

### SALÓ BODA 2006

La tretzena edició del Saló Boda de Mataró i Maresme es va celebrar durant els dies 17, 18 i 19 de febrer a l'Espai Firal del Nou Parc Central de Mataró. Amb més de 100 m<sup>2</sup> els visitants van poder captar quines són les noves tendències en quan a productes i serveis pel seu casament.

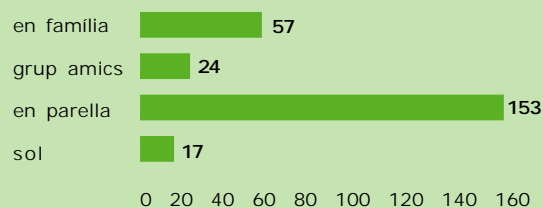
Segons fonts de l'organització es van rebre 12.000 visitants es va realitzar una mostra de 251 enquestes, les quals representen un percentatge del 2,1% del total de la població. Amb aquest tamany mostral s'estima que el percentatge d'error és del 8%.

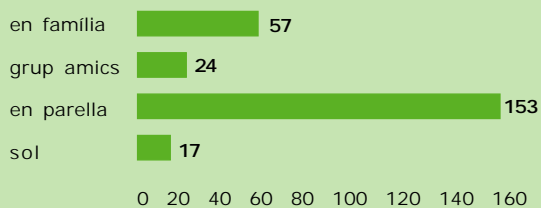
Com es pot observar en el gràfics 1, la variable sexe no sembla rellevant en aquest estudi donat que, molt probablement, en el moment de l'enquesta

la resposta hagi sigut consensuada en més d'un 83% dels casos.

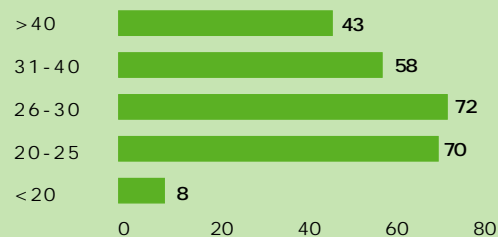
Un 52,19% de les respostes han sigut procedents de dones i un 47,81% d'homes, un 60,96% de les respostes procedeixen de parelles i un 22,71% de famílies.

Gràfic 1: Amb qui ha vingut al Saló Boda?

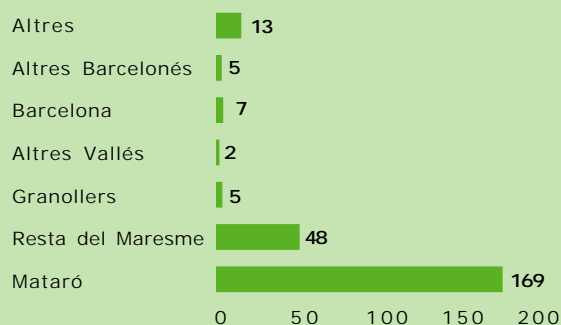


**Gràfic 1: Amb qui ha vingut al Saló Boda?**

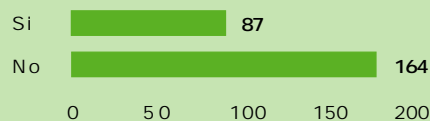
Respecte a la distribució per edats observem en el gràfic 2, com la majoria de la mostra té una edat d'entre 20 i 30 anys (56,57%) amb una distribució bastant uniforme dins aquest interval, mentre que un 23,11% tenen entre 31 i 40 anys. Concloem així que, tal i com era d'esperar, gairebé un 90% dels visitants del Saló Boda tenen entre 20 i 40 anys.

**Gràfic 2: Edat**

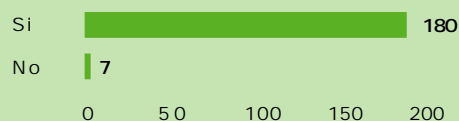
Pel que fa referència a la procedència s'observa com, principalment, el Saló Boda és un esdeveniment local. Així un 67,33% dels visitants són de Mataró. Tot i així, la comarca també participa activament en l'esdeveniment representant les visites de la resta del Maresme un 19,12% del total. Del 13,55% destaca la presència de visitants del Barcelonès (Barcelona inclosa) representant un 4,78% del total de visitants.

**Gràfic 3: Procedència**

Al gràfic 4, s'observa que, un 34,66% de la població repeteix visita al Saló Boda. Donat el caràcter puntual del fenomen d'un esdeveniment per a preparar un casament. Un 87,06% dels que repeteixen visita procedeixen de Mataró i un 8,24% de la resta del Maresme

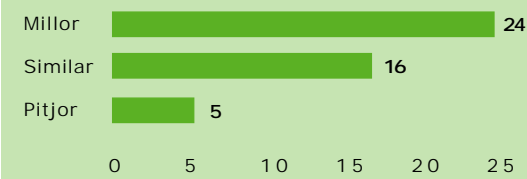
**Gràfic 4: Havia vingut al Saló Boda?**

Les gràfiques 5, 6 i 7 centren la seva atenció en la satisfacció de l'esdeveniment. Observem com, un 85,11% dels visitants s'han trobat el Saló Boda millor del que s'ho esperaven, i un 96,26% dels mateixos el recomanaria. El caràcter puntual però del fenomen de la boda comporta que, només un 57,14% pensi a tornar a aquest esdeveniment l'any vinent. Finalment, només 45 persones enquestades han manifestat haver visitat algun altre Saló Boda. D'aquestes, un 53,33% han trobat millor el Saló Boda de Mataró en relació amb els altres que han visitat, un 35,56% l'han trobat d'un nivell similar i només un 11,11% l'han trobat d'un nivell inferior.

**Gràfic 5: Com ha trobat el Saló Boda en relació a com s'ho esperava?****Gràfic 6: Recomanaria el Saló Boda?**

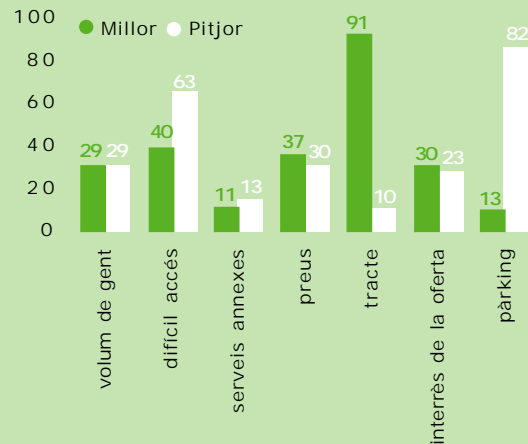


**Gràfic 7: Si ha estat en un altra «Saló Boda» aquest l'ha trobat...**

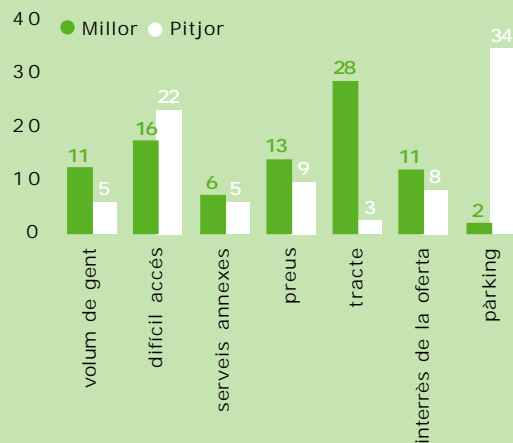


Finalment, en el gràfic 8 s'observa l'anàlisi de la satisfacció d'un seguit d'aspectes relacionats amb el certamen – fira, la millora dels quals redundaria en un índex més elevat de satisfacció. Aquests aspectes són: el volum de gent, l'accessibilitat, els serveis annexes, el preu, el bon tracte, l'interès de l'oferta i la disponibilitat de pàrking. L'aspecte millor valorat en un major número de casos (36,25%) ha sigut el bon tracte ofert a l'esdeveniment, mentre que d'altres aspectes que s'han considerat com els millors valorats entre 11,55% i un 15,94% dels casos han sigut: el volum de gent, l'interès de l'oferta, els preus i l'accessibilitat. En canvi, l'aspecte pitjor valorat en un major percentatge de casos és la no disponibilitat de pàrking (32,67%). D'entre els altres aspectes pitjor valorats per un major percentatge d'individus hi tornen a aparèixer: l'accessibilitat (24,70%), els preus (11,95%) i el volum de gent (11,55%). Als gràfics 9 i 10 destaca la valoració dels mateixos aspectes diferenciada per aquells visitants que repeteixen visita al Saló Boda. S'observa un major percentatge que valoren els serveis annexes com el millor, un major percentatge d'individus que valoren com a pitjor aspecte el pàrking i un menor percentatge que valoren com a aspecte pitjor valorat el volum de gent.

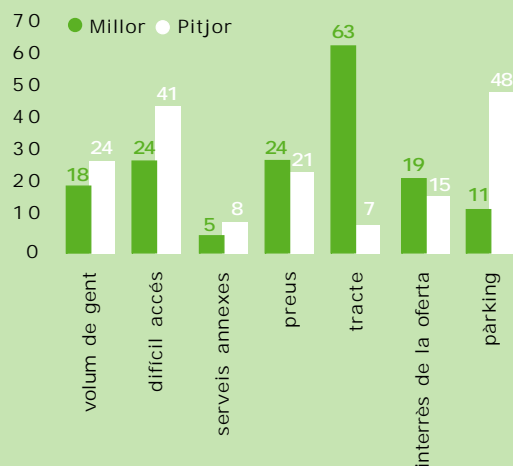
**Gràfic 8: Quins aspectes ha trobat millor o pitjor?**



**Gràfic 9: Quins aspectes ha trobat millor o pitjor? (repeteix)**



**Gràfic 10: Quins aspectes ha trobat millor o pitjor? (no repeteix)**



**MUSEUS**

Falta una introducció per explicar quina és la nostra intenció

**Casa Museu Lluís Domènech i Montaner**

exposició	56
rutes	257
rutes francesos	256
alumnes	684
alumnes França	59
Jornades portes obertes	684
entrades	54

**Total visitants quadrimestre 2050**

Font: Dades pròpies de la Casa Museu Lluís Domènech i Montaner

**Fundació Palau - Picasso**

Tipus de tiquet	Gener	Febrer	Març
adults			101
jubilats			56
joves			6
empadronats			6
reduït dimecres			32
grups			13
1r diumenge			29
tiquet invitació restaurant			0
tiquet 2x1 puntaires			0
tiquet pares. tallers			54
invitat			123
visita guiada			79
taller			16
taller+visita			8
número de nens (tallers)			516
Tiquet mongetada			0
Tiquet pesolada			26
assistents conferències			15
actes estiu			0
<b>Total</b>			<b>1080</b>

Font: Dades pròpies de la Fundació Palau - Picasso

**Museu del Càntir**

	Gener	Febrer	Març
Exposició permanent	187	324	470
Exposicions temporals	284	612	487
<b>Total visitants</b>	<b>471</b>	<b>936</b>	<b>957</b>

Font: Dades pròpies del Museu del Càntir