



Àrea de Promoció Econòmica, Desenvolupament Local, i Turisme

- Promoció Econòmica
- Empresa
- Comerç
- Turisme

Índex

1. Promoció Econòmica	7
1.1. Estat general de l'economia gironina.....	8
1.2. Estratègia, planificació i activitats generals de foment	12
1.2.1. Agència de Promoció Econòmica.....	12
1.2.2. Observatori del mercat de treball.....	14
1.2.3. Projectes d'especialització i competitivitat territorial (PECT).....	14
1.2.4. PECT Indústries culturals i creatives de Girona i el seu entorn territorial	15
1.2.5. PECT Plataforma de desenvolupament del sector econòmic de la bicicleta de Girona i el seu entorn territorial	16
1.2.6. Projecte captació d'inversions 'Invest In' Girona Figueres	17
1.2.7. Projecte formatiu La Rosaleda	18
1.2.8. Programes de Desenvolupament Local.....	19
1.2.9. Setmana de la Moda.....	21
1.2.10. Xarxes de Cooperació Internacional.....	22
1.2.11. Xarxa Gironina per a la Reforma Horària	24
1.2.12. Construcció Connectada	25
1.3. Girona, Temps de Flors	25
1.3.1. Introducció	25
1.3.2. Espais florals.....	27
1.3.3. Visitants	27
1.3.4. Promoció.....	30
1.3.5. Concursos.....	32
1.3.6. Comerç	33
1.3.7. Cultura	34
1.3.8. Hostaleria i restauració	34
1.3.9. Accessibilitat	35
1.3.10. Patrocini	35
2. Empresa	37
2.1. Girona Emprèn	38
2.2. Assessorament per a la creació d'empreses	39
2.3. Capacitació empresarial.....	42
2.4. Foment de l'esperit emprenedor.....	45
2.5. Programa 'Aixequem Persianes'	46
2.6. Projecte Reempresa	47
2.7. Punt d'Atenció a l'Emprenedoria.....	47
2.8. Associació Xarxa de Municipis per l'Economia Social i Solidària	48
3. Comerç	49

3.1. Estat general del comerç gironí.....	50
3.1.1. Investigació, prospecció i coneixement del comerç	51
3.2. Dinamització comercial	52
3.2.1. Comerç 'd'atractivitat'	52
3.2.2. Convocatòria de subvencions de comerç. Suport al comerç de proximitat.....	53
3.3. Esdeveniments comercials	54
3.3.1. Campanya de Nadal: Il·luminació i activitats	56
3.4. Màrqueting comercial	59
3.5. Autoritzacions a la via pública d'accions de dinamització comercial.....	59
3.6. Concertació	60
3.7. Comerç no sedentari (mercats a la via pública)	63
3.7.1. Nova ordenança per a la venda no sedentària en mercats de marxants de Girona	63
3.7.2. Mercat de Can Gibert.....	66
3.7.3. Mercat de les Ribes del Ter.....	66
3.7.4. Fires i mercats al carrer	67
3.8. Mercat Municipal d'Abastaments minorista, Mercat del Lleó	68
3.9. Mercat Municipal d'Abastaments majorista, Mercagirona	70
4. Turisme	73
4.1. Informació turística.....	74
4.1.1. Polítiques Generals de Promoció Turística	74
4.1.2. Oficina de Turisme de la Rambla	75
4.1.3. Punt de Benvinguda Girona-Gironès.....	83
4.2. Convenis de col·laboració.....	85
4.3. Trenet turístic.....	86
4.4. Esdeveniments turístics	86
4.5. Eines de promoció turística	89
4.5.1. Assistència a fires	90
4.5.2. 'Workshops' i presentacions	90
4.5.3. 'Fam Trips'	90
4.5.4. Visites guiades institucionals	90
4.6. Màrqueting turístic.....	91
4.6.1. Desenvolupament de les eines TIC.....	91
4.6.2. Material i recursos propis per a la promoció.....	92
4.6.3. Insercions publicitàries.....	93
4.6.4. Recull de premsa especialitzada en viatges	94
4.6.5. Accions amb els mitjans de comunicació	94
4.7. Productes turístics	95
4.7.1. Turisme cultural	95
4.7.2. Turisme gastronòmic	97
4.7.3. Turisme esportiu	98

4.7.4. Turisme responsable	100
4.7.5. Turisme de negocis.....	101
4.7.6. Turisme accessible	106
4.7.7. Turisme actiu i de natura	107

1. Promoció Econòmica

1.1. Estat general de l'economia gironina

Un any més, l'economia catalana continua mostrant símptomes de recuperació econòmica amb evolucions favorables en els principals indicadors macroeconòmics i del mercat de treball. El producte interior brut de Catalunya segueix amb registres positius, i suma ja tres anys consecutius a l'alça. El seu ritme de creixement, que ha estat del 3,5%, té com a base l'increment de la demanda interna, principalment gràcies al consum de les llars, tot i que també cal destacar el comportament de les exportacions de béns, que continuen creixent un any més, juntament amb el turisme. Quant a la dinàmica empresarial, el 2016 també ha comportat un important increment de registres de societats mercantils i un increment dels seus beneficis.

Tot i aquest balanç positiu, durant la segona meitat del 2016 s'ha notat una moderació d'alguns dels factors que han facilitat darrerament aquest creixement, com ara els preus del petroli, la inflació i la política monetària. Una moderació que es preveu que continuï també durant l'any 2017.

Els elements que porten a una dinàmica positiva de l'economia catalana i, per extensió, gironina, és la creació d'ocupació neta en el mercat laboral i l'augment en la creació empresarial.

Si ens centrem en la demarcació de Girona, les empreses instal·lades van exportar per valor de 4.794 milions d'euros durant el 2016, un 3,3% més que l'any anterior. Pel que fa a les importacions, Girona se situa en 2.350,75 milions d'euros, un 2,13% més que el 2015.

Els grans sectors econòmics, amb excepció de l'agricultura, han presentat un balanç positiu de la seva activitat durant el 2016. Els sectors que destaquen són la construcció, que es continua recuperant, i el sector serveis, que com cada any mostra resultats molt positius gràcies al dinamisme de l'activitat turística. La desestacionalització turística és un dels principals objectius de la ciutat de Girona que, segons els resultats de cada any, es va complir. La valoració positiva d'aquest objectiu es confirma amb les dades del nombre de pernoctacions en establiments hotelers i per les consultes ateses a l'Oficina de Turisme durant tot l'any.

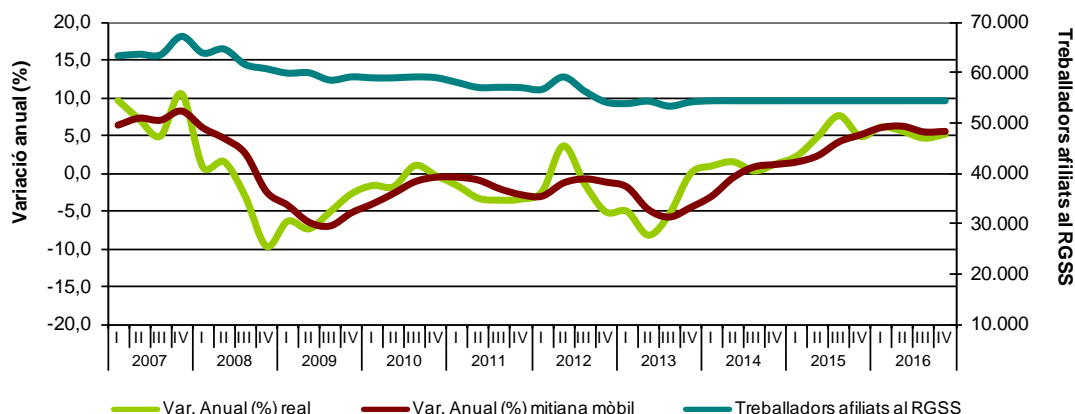
Aquesta bonança en les dades econòmiques s'ha tornat a reflectir directament en els indicadors del mercat de treball de la ciutat. En aquest sentit, les dades mostren un augment en l'afiliació, tant en termes anuals com trimestrals, i una disminució sostinguda de la variació interanual del nombre de persones que es troben en situació d'atur.

Ocupació (afiliació Seguretat Social)

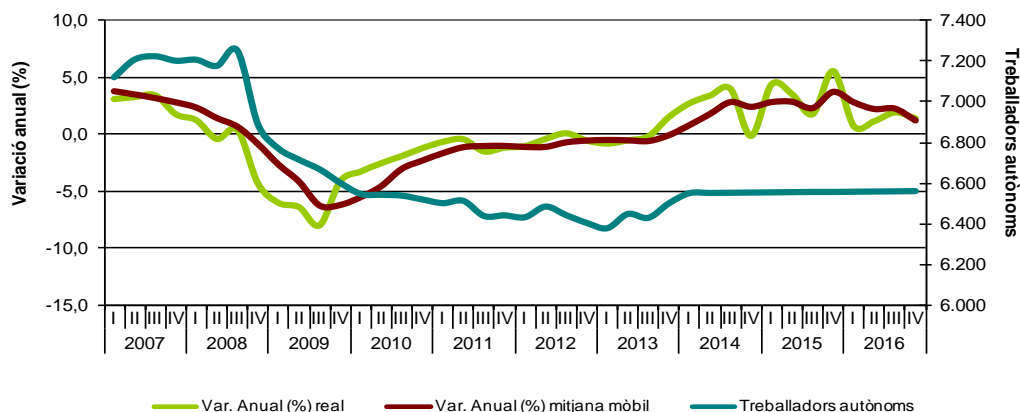
		Període actual		Variació període anterior			Variació any anterior		Variació any 2010	
		Període	Valor	Període	Absoluta	%	Absoluta	%	Absoluta	%
Treballadors afiliats a la SS	T	des-16	67.394	set-16	216	0,3	1640	2,5	1.981	3,0
RGSS (règim general)	T	des-16	60.449	set-16	204	0,3	1554	2,6	1.558	2,6
RETA (autònoms)	T	des-16	6.945	set-16	12	0,2	86	1,3	423	6,5

*T: Trimestre

EVOLUCIÓ AFILIACIÓ AL RÈGIM GENERAL DE LA SEGURETAT SOCIAL



EVOLUCIÓ DE L'AFILIACIÓ AL RÈGIM ESPECIAL DELS TREBALLADORS AUTÒNOMS



Atur registrat. Girona ciutat, desembre 2016 i variació

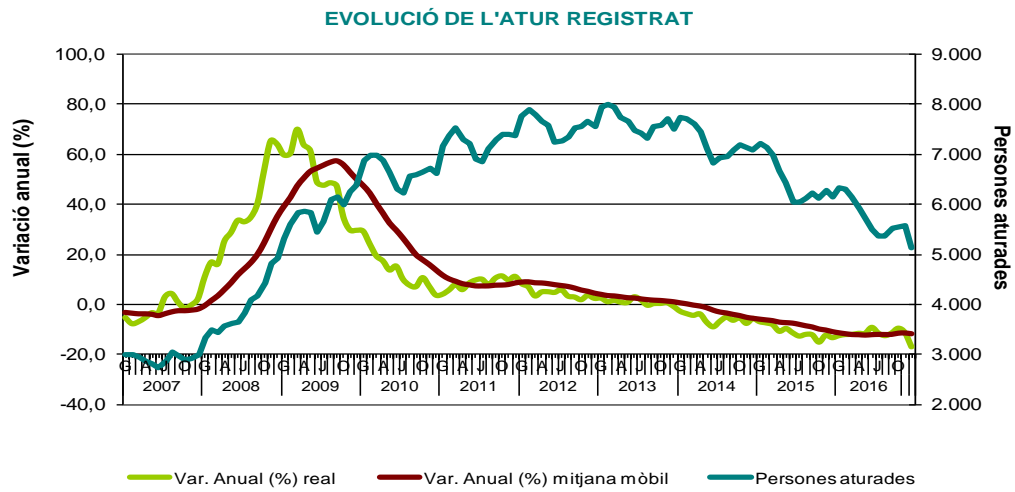
		Període actual		Variació període anterior		Variació any anterior		Variació any 2010		
		Període	Valor	Període	Absoluta	%	Absoluta	%	Absoluta	%
Taxa d'atur registrat	T	des-16	11,39%	set-16	-0,18%	-0,1	-1,6%	-12,0	-2,4%	-17,4
Atur registrat total	M	des-16	5.497	nov-16	-77	-1,4	-663	-10,8	-1.133	-17,1

*T: Trimestre; M: Mensual

Atur registrat per sectors. Girona ciutat, desembre 2016 i variació

		Període actual		Variació període anterior		Variació any anterior		Variació any 2010		
		Període	Valor	Període	Absoluta	%	Absoluta	%	Absoluta	%
Atur registrat Total	M	des-16	5.497	nov-16	-77	-1,4	-663	-10,8	-1133	-17,1
Atur registrat a la indústria	M	des-16	478	nov-16	6	1,3	-113	-19,1	-235	-33,0
Atur registrat a la construcció	M	des-16	558	nov-16	5	0,9	-158	-22,1	-667	-54,4
Atur registrat als serveis / terciari	M	des-16	3.936	nov-16	-47	-1,2	-336	-7,9	-237	-5,7

*M: Mensual



Indicadors d'evolució econòmica i del mercat de treball, 2011-2016

Indicadors	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Variació 2011/2016	Variació 2015/2016
Girona ciutat								
Afiliació a la Seguretat Social (mitjana anual)	63.668	61.751	60.264	61.075	64.305	67.126	2,56%	4,39%
Afiliació al Règim General	57.192	55.307	53.822	54.406	57.454	60.190	2,17%	4,76%
Afiliació al Règim Especial d'Autònoms	6.476	6.444	6.442	6.669	6.851	6.936	6,07%	1,24%
Afiliació total indústria	3.667	3.516	3.358	3.467	3.663	3.418	-5,19%	-6,69%
Afiliació total construcció	2.634	2.114	1.732	1.710	1.782	1.862	-43,37%	4,49%
Afiliació total serveis	57.227	55.993	55.044	55.774	58.754	61.744	5,50%	5,09%
Atur registrat (mitjana anual)	7.245	7.574	7.658	7.238	6.457	5.730	-14,11%	-11,26%
Atur masculí	3.835	3.978	4.029	3.709	3.217	2.776	-22,80%	-13,68%
Atur femení	3.410	3.596	3.629	3.529	3.239	2.954	-3,90%	-8,80%
Atur 16 a 29 anys	1.696	1.517	1.392	1.247	1.057	956	-45,77%	-9,56%
Atur 30 a 44 anys	3.195	3.289	3.244	2.967	2.528	2.134	-26,84%	-15,59%
Atur 45 anys i més	2.354	2.768	3.022	3.024	2.872	2.640	32,60%	-8,08%
Atur nacionalitat espanyola	5.121	5.413	5.521	5.162	4.553	4.086	-13,91%	-10,26%
Atur nacionalitat estrangera	2.124	2.161	2.137	2.076	1.904	1.758	-8,63%	-7,67%
Atur de llarga durada	2.194	2.476	2.861	2.988	2.655	2.225	17,97%	-16,20%
Atur indústria	709	721	752	719	611	526	-32,74%	-13,91%
Atur construcció	1.298	1.271	1.216	1.022	798	628	-50,71%	-21,30%
Atur serveis	4.644	4.986	5.084	4.878	4.424	4.011	-2,48%	-9,34%
Sense ocupació anterior	456	432	438	439	446	418	6,63%	-6,28%
Taxa d'atur registrat ¹	15,20%	16,00%	16,30%	15,30%	13,40%	11,82%	13,72%	-11,79%
Societats mercantils constituïdes (III T)	256	283	294	270	268	334	27,97%	24,63%
Societats mercantils	109	102	102	83	113	131	-	15,93%

dissoltes (III T)									34,50%
Consultes ateses Oficina de Turisme de Girona	-	34.818	71.620	87.865	83.736	93.958	-	12,21%	
Demarcació de Girona									
Taxa d'atur registral	16,40%	17,00%	17,30%	16,20%	14,40%	16,03%	2,10%	11,32%	
Exportacions comercials (milions €) ²	4.046,6	4.244,7	4.272,7	4.344,7	4.639,6	4.794,1	34,58%	3,33%	
Importacions comercials (milions €) ²	2.228,3	2.017,8	2.041,6	2.132,7	2.301,7	2.350,8	14,85%	2,13%	
Crèdits hipotecaris concedits ^{2 3}	12.849	9.487	7.056	5.883	5.747	7.236	-61,62%	25,91%	
Import mig crèdits hipotecaris - € ^{2 3}	129.374	121.851	104.766	115.595	127.498	128.867	-6,40%	1,07%	
Euríbor ³	2,006	1,111	0,536	0,477	0,168	-0,033	102,44%	-	-
IPC. Base 2011	100,00	102,55	103,85	103,94	103,33	103,01	6,69%	-0,32%	
Tràfic passatgers aeroport Girona- Costa Brava	3.007.97 7	2.844.682	2.629.856	2.062.66 0	1.775.31 8	1.664.76 3	-67,77%	-6,23%	
Nombre de viatgers en establiments hotelers	3.305.40 8	3.193.855	3.269.635	3.231.09 7	3.514.66 6	3.690.10 6	14,42%	5,39%	
Nombre de pernoctacions en establiments hotelers	10.846.6 10	10.590.77 7	11.089.04 0	11.132.8 31	11.581.2 04	12.282.1 11	15,05%	6,05%	

Fonts: Observatori d'Empresa i Ocupació, Generalitat de Catalunya; Ajuntament de Girona; BORME; INE; COMEX; AENA.

1. Dades a mes de desembre de l'any de referència. La taxa d'atur registral, extreta de l'Observatori d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya, mesura la relació existent entre l'atur registrat i una aproximació a la població activa registrada (calculada com a suma de l'atur registrat i les afiliacions a la Seguretat Social de la població de 16 a 64 anys resident en el territori considerat).

2. Dades 2016: gener - novembre.

3. Dada disponible a nivell estatal.

1.2. Estratègia, planificació i activitats generals de foment

1.2.1. Agència de Promoció Econòmica

Des de la creació de l'Agència de Promoció Econòmica, l'Àrea de Promoció Econòmica, Desenvolupament Local i Turisme ha treballat per a la configuració i desenvolupament de la xarxa col·laborativa entesa com un espai estable de participació publicoprivada on institucions, empreses i agents innovadors interactuen en processos de reflexió, elaboració d'estratègies i execució d'accions i

projectes destinats a promoure el creixement econòmic i la millora de la qualitat de vida de la ciutat i el seu entorn.

Durant aquest any, en el marc de l'Agència s'han organitzat diferents sessions i s'ha continuat amb la tasca de crear taules de treball amb l'ajut i implicació dels agents socioeconòmics del territori.

A partir de diferents taules i subtaules de treball es vol crear una xarxa col·laborativa, un espai conjunt per unir esforços i crear sinergies. Les taules de treball han de ser espais de participació activa de les entitats del territori vinculades a diferents sectors, tot aportant recursos des de les respectives organitzacions, facilitant col·laboracions i aliances, integrant les accions consensuades i generant, des del seu coneixement i expertesa, propostes encaminades a assolir el repte de generar activitat econòmica i ocupació de qualitat.

Sessions ordinàries del plenari de l'Agència de Promoció Econòmica

Durant el 2016 s'han celebrat dues sessions ordinàries del plenari de l'Agència de Promoció Econòmica, amb l'assistència de l'Alcalde i dels diferents representants que la integren. La primera sessió s'ha celebrat el 20 de juny amb 16 assistents i, la segona, el 19 de desembre amb 17 assistents. Ambdues sessions han servit per presentar l'estat de les línies de treball relacionades amb l'estratègia de promoció econòmica, els nous projectes engegats al llarg de l'any i els previstos per al 2017, així com per recollir opinions i propostes de tots els membres de l'Agència. També s'ha informat sobre el funcionament i calendari de les diferents taules de treball que han d'integrar l'Agència i sobre l'evolució dels principals indicadors socioeconòmics de Girona i del seu entorn territorial.

Taula d'indústria, empresa i ocupació

El 2016 s'ha celebrat la tercera sessió d'aquesta taula de treball, que s'havia creat sota el nom de taula d'indústria i que s'ha ampliat integrant l'àmbit i els agents relacionats amb empresa i ocupació.

Aquesta tercera sessió ha tingut lloc el 27 de setembre i ha comptat amb 26 participants. Durant l'acte s'han presentat les últimes dades sobre la situació del mercat de treball i l'economia a la ciutat i s'ha exposat l'estat del projecte Invest In Girona Figueres i d'altres projectes i línies de treball que s'estan desenvolupant.

Taula de promoció de la ciutat

La Taula de promoció està integrada per representants dels principals agents socioeconòmics del sector comercial, turístic i cultural de la ciutat. La seva comesa és crear sinergies entre aquests sectors per tal de revitalitzar l'economia, estimular el sector serveis i impulsar un sector turístic responsable i sostenible, adaptat a les necessitats de la ciutat.

La primera sessió de constitució ha estat el 14 de juny, amb l'assistència de 18 persones i la segona sessió ha tingut lloc el 25 d'octubre, amb la participació de 26 persones.

En aquestes sessions s'ha acordat impulsar la redacció i implementació d'un pla estratègic de turisme. També s'ha informat de diferents projectes en els quals s'ha estat treballant. Destaquen els "Projectes d'especialització i competitivitat territorial", impulsats amb fons FEDER. En aquest sentit s'ha presentat la tasca feta en la preparació d'un projecte sobre les indústries culturals i creatives i un altre relacionat amb el turisme vinculat al sector econòmic de la bicicleta. S'ha exposat igualment l'estat de realització del Programa Operatiu per a l'activació socioeconòmica i urbana dels barris de Santa Eugènia, Can Gibert del Pla, Pont Major, sector de Sant Narcís i carrer del Carme a partir de la implantació d'activitats innovadores lligades al teixit empresarial local. També s'han plantejat altres actuacions concretes en l'àmbit del comerç i el turisme, amb exposició i debat dels projectes impulsats.

Com a forma de treball i funcionament s'ha plantejat la possibilitat de crear i convocar grups de treball més específics i guanyar en operativitat.

Taula territorial

Paral·lelament i de forma transversal, s'ha reunit per segon cop la Taula territorial, formada per 14 alcaldes i regidories de promoció econòmica en representació dels municipis que conformen el sistema urbà de Girona: Aiguaviva, Bescanó, Celrà, Fornells de la Selva, Girona, Llambilles, Quart, Riudellots de la Selva, Salt, Sant Gregori, Sant Julià de Ramis, Sarrià de Ter, Vilablareix i Vilobí d'Onyar.

El seu objectiu és posar en comú una visió general i treballar plegats per a la promoció econòmica, la millora de l'ocupació i la multiplicació de les potencialitats que ofereix aquest territori. Les aportacions i propostes realitzades en el sí d'aquesta taula han de ser traslladades i comentades dins el Plenari de l'Agència de Promoció Econòmica.

En aquesta segona sessió, que ha tingut lloc el 20 d'abril, s'ha fet una exposició per part d'ACCIÓ, l'agència per a la competitivitat de l'empresa de la Generalitat de Catalunya, sobre els serveis oferts a les empreses i entitats del territori, així com sobre les eines existents per a la captació d'inversions a Catalunya. També s'han exposat casos d'èxit empresarial.

1.2.2. Observatori del mercat de treball

Des de l'Àrea de Promoció Econòmica es recull informació detallada i actualitzada sobre l'evolució de l'ocupació i l'economia gironina per tal que pugui servir d'orientació i suport a l'hora de planificar les diferents actuacions previstes.

En especial, s'ha fet un seguiment de la situació i evolució del mercat laboral a la ciutat de Girona i a la seva àrea d'influència en comparació amb la resta de territoris (demarcació de Girona i Catalunya). Aquest seguiment s'ha realitzat amb la redacció de l'informe mensual *El mercat de treball a la ciutat de Girona*, que recull els principals indicadors a Girona i a la seva àrea urbana sobre el mercat laboral (afiliació al RGSS i RETA, atur, contractació, EPA i comparatives municipals) i amb una fitxa sobre atur i afiliació que s'elabora mensualment el mateix dia que apareixen les dades d'atur registrat a escala municipal i les dades d'afiliació a escala provincial. També s'elabora el *Perfil de l'atur a la ciutat de Girona*, una anàlisi en major profunditat de les dades de l'atur registrat a la ciutat. A més, a partir del març, l'Àrea de Promoció Econòmica s'ha fet càrrec de l'Informe socioeconòmic que es reparteix mensualment al Ple Municipal amb l'evolució interanual i intermensual de les dades de mercat de treball i de les enquestes realitzades a l'Oficina de Turisme. També es realitza un seguiment de la constitució i dissolució d'empreses a partir del buidatge sistemàtic de les dades publicades al BORME i que es recullen en l'informe *Creació-destrucció d'empreses a la ciutat de Girona, l'AUG i la Demarcació de Girona*. Finalment, l'Observatori elabora informes no periòdics per donar suport a l'Àrea de Promoció econòmica i a altres àrees de l'Ajuntament de Girona.

Per tal de donar seguiment a aquesta tasca es presenta, des del 2014, un pla de treball al programa d'Agents d'Ocupació i Desenvolupament Local (AODL) sota el títol d'Observatori de l'Economia i l'Ocupació i subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya, en el marc dels Programes de suport al desenvolupament local.

1.2.3. Projectes d'especialització i competitivitat territorial (PECT)

Amb la intenció d'impulsar sectors estratègics, millorar la competitivitat del teixit productiu i generar noves oportunitats econòmiques i de creació d'ocupació al territori, l'Ajuntament de Girona ha presentat dos Projectes d'Especialització i Competitivitat Territorial (PECT).

Aquests projectes s'emmarquen en el "Programa operatiu FEDER Catalunya 2014-2020" i en la RIS3CAT, la transposició a Catalunya de l'estratègia impulsada des de la Unió Europea d'especialització intel·ligent a través dels sistemes d'investigació i la innovació regional (Research and Innovation Strategy for Smart Specialisation-RIS3). RIS3CAT dona la possibilitat, als agents del

territori, de definir conjuntament i finançar iniciatives i apostes en l'àmbit de l'R+D+I i en l'especialització econòmica, així com d'identificar oportunitats de millora de la competitivitat mitjançant la formació, l'emprenedoria o la internacionalització. El territori i les entitats locals, en cooperació amb altres sectors, han de ser un dels motors d'especialització i innovació a Catalunya. Dins la RIS3CAT, l'instrument proposat per activar aquest paper del territori són els "Projectes d'especialització i competitivitat territorial" (PECT).

Aquests poden tenir un abast plurimunicipal i l'entitat representant ha de ser una administració pública local, amb la participació d'entitats privades sense ànim de lucre, d'entitats del coneixement, altres administracions o entitats del sector públic i representants del teixit social. El pressupost total d'un PECT (despeses elegibles i subvencionables) està entre 1 i 5 milions d'euros, el 50% finançat pel PO FEDER de Catalunya 2014-2020.

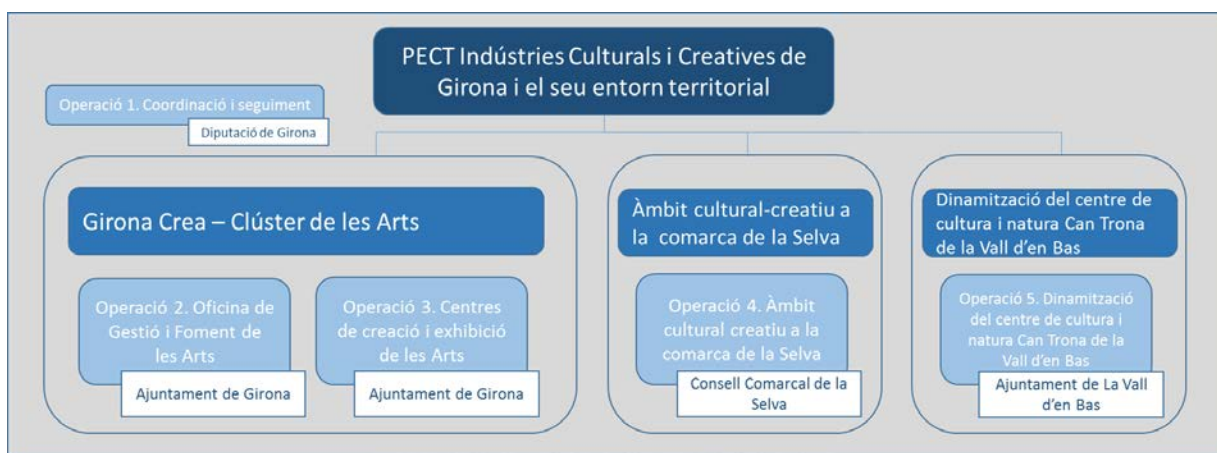
La convocatòria feta pel Departament de Governació, Administracions Públiques i Habitatge de la Generalitat de Catalunya està regulada per l'Ordre GAH/95/2016, de 26 d'abril. Des de l'Àrea de Promoció Econòmica, Desenvolupament Local i Turisme s'han gestionat i presentat dos projectes a aquesta convocatòria que tenia com a data límit de presentació el 5 de setembre del 2016 i la resolució de la qual està prevista per al mes de març del 2017. El termini d'execució, si es concedeix la subvenció, serà fins el 31 de desembre del 2020.

1.2.4. PECT Indústries culturals i creatives de Girona i el seu entorn territorial

Aquest projecte, elaborat per l'Àrea de Promoció Econòmica en coordinació amb l'Àrea de Cultura, ha implicat els agents més rellevants del sector de les indústries culturals i creatives en l'àmbit musical, de les arts escèniques i del cinema i audiovisuals. Durant el 2016 s'han organitzat 18 taules de treball que han servit per tal de definir un projecte comú, identificar oportunitats tecnològiques, de mercat i de competitivitat empresarial i per dissenyar de manera col·laborativa actuacions. Aquestes han de permetre a la ciutat i al seu entorn urbà potenciar econòmicament el sector, crear ocupació de qualitat i ser-ne un referent regional i internacional.

En una fase prèvia a la presentació a la Generalitat, el projecte ha optat i ha estat seleccionat dins d'una convocatòria específica de la Diputació de Girona per cofinançar en un 25% els PECT d'ajuntaments, consells comarcals, universitats i altres ens gironins. L'atorgament d'aquest cofinançament ha implicat també la integració en un projecte més ampli amb la participació de dos ens locals més i amb la Diputació de Girona com a entitat representant.

El projecte conjunt presentat s'estructura de la següent manera:



L'Ajuntament de Girona ha presentat dues grans operacions sota el projecte de Girona Crea – Clúster de les arts; una primera sobre la creació de l'Oficina de gestió i foment de les arts i, una segona, sobre centres de creació i exhibició de les arts. El pressupost en relació a les despeses

subvencionables de cada operació ha estat de 3.748.935,25 euros i de 687.284,20 euros, respectivament. L'Ajuntament i la Diputació s'hauran de fer càrrec del 25% d'aquests imports i la Generalitat, a partir dels fons FEDER, del 50% restant. El cost global amb les despeses no elegibles ascendeix a la quantitat de 4.479.834,47 euros (IVA no inclòs).

Les dues operacions inclouen les següents actuacions:

Operació 2. Oficina de gestió i foment de les arts

1. Adequació de l'antic cinema Modern com a Oficina de gestió i foment de les arts
2. Creació eina TIC transversal del sector ICC
3. Creació de marca i comunicació: Girona Crea
4. Creació i captació de públics
5. Foment i coordinació dels àmbits de les arts escèniques, la música, el cinema i els audiovisuals
6. Serveis d'acompanyament empresarial per a creadors

Operació 3. Centres de creació i exhibició de les arts

1. Banc d'equipament especialitzat i laboratoris de les indústries culturals i creatives
2. Xarxa d'espais de creació i d'exhibició de les indústries culturals i creatives
3. Prova pilot. Creadors d'itineraris d'experimentació innovadora del patrimoni
4. Prova pilot. Eina d'interconnectivitat, internacionalització i formació en línia de les ICC

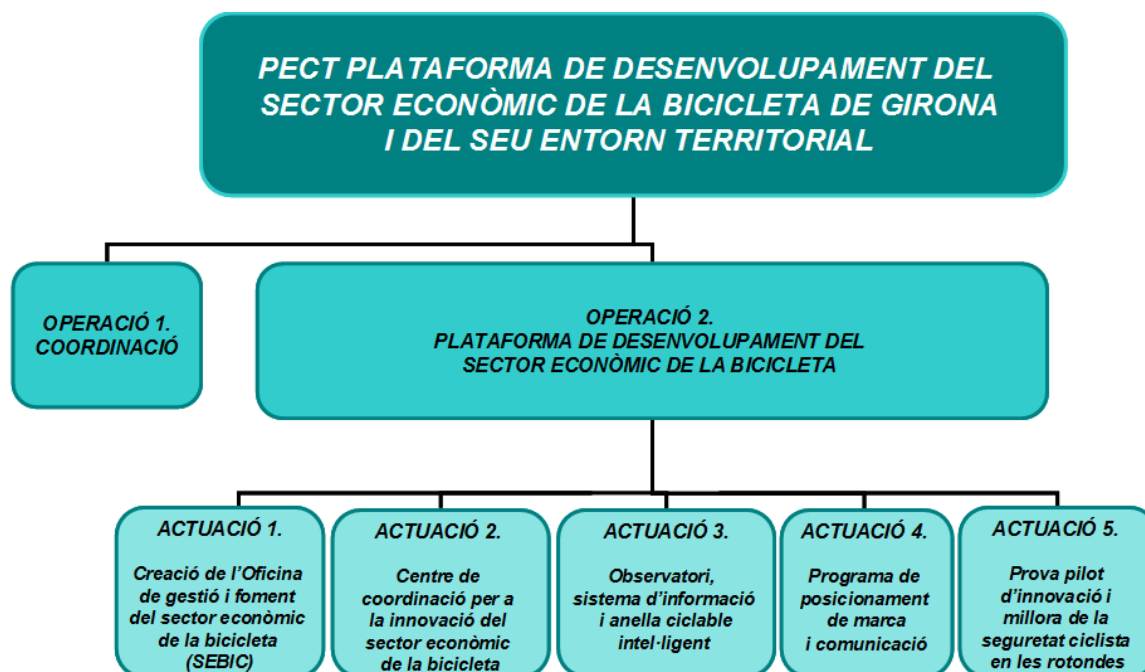
La proposta de l'Ajuntament de Girona es reforça amb la participació directa de 4 entitats sòcies no beneficiàries (no executen despesa elegible): la Cambra de Comerç de Girona, la Fundació Privada Escola Universitària ERAM, la Fundació Casa de la Música del Gironès i l'Associació Gironina de Teatre.

1.2.5. PECT Plataforma de desenvolupament del sector econòmic de la bicicleta de Girona i el seu entorn territorial

Aquest segon PECT presentat té com a objectiu millorar la competitivitat de les empreses gironines vinculades al sector de la bicicleta mitjançant la creació d'una plataforma que creï canals de comunicació i intercanvi de coneixements entre les empreses i organitzacions del sector, l'impuls del desenvolupament de productes i els serveis relacionats amb la bicicleta i el turisme. El PECT es basa en la innovació i la tecnologia, el suport a la internacionalització de les empreses locals, la captació de noves inversions i projectes relacionats amb la bicicleta i el turisme i el foment d'una mobilitat sostenible mitjançant una completa xarxa de carrils bici desenvolupada amb tecnologies innovadores, eficients i intel·ligents.

Per a la concreció del projecte també s'ha comptat amb la col·laboració d'entitats, ens i empreses relacionades amb el sector. S'ha constituït una Taula del sector econòmic de la bicicleta com a espai col·laboratiu més enllà del projecte PECT. Aquesta taula s'ha reunit en 4 ocasions durant el 2016.

El projecte consta d'una operació de coordinació general i d'una altra que desenvolupa cinc actuacions diferents, com es mostra en l'esquema següent:



El cost total del projecte és d'1.685.418,49 euros (sense IVA), el 50% del qual corre a càrrec de l'Ajuntament de Girona i, l'altre 50%, en cas de ser atorgat, correspon al Programa operatiu FEDER Catalunya 2014-2020.

Com a entitats sòcies no beneficiàries, el projecte compta amb la participació directa del Consorci de les Vies Verdes, Mou-te en Bici, Càritas – Ecosol, Ajuntament de Vilablareix i Ajuntament de Celrà.

1.2.6. Projecte captació d'inversions 'Invest In' Girona Figueres

Des de l'Àrea de Promoció Econòmica, Desenvolupament Local i Turisme s'ha donat continuïtat al "Programa Operatiu per a la promoció, difusió i captació d'inversions" iniciat l'any 2013, amb l'objectiu d'impulsar l'atracció i captació d'inversions, principalment de l'àmbit industrial, i crear un espai compartit d'atenció a possibles inversions, tant procedents de l'estranger com d'inversions interiors. El projecte *Invest In* Girona Figueres pretén esdevenir un *hub* en el qual els agents socioeconòmics i territorials tinguin un projecte comú i una eina eficaç i tangible de promoció del territori per tal d'aprofitar els recursos i les oportunitats existents.

El 20 d'abril s'han convocat els regidors/ores de promoció econòmica dels 14 municipis de l'àrea urbana de Girona que participen a l'*Invest In*. Aquesta 2a sessió de treball dels municipis del sistema urbà de Girona ha tingut lloc al Monestir de Sant Daniel de Girona i hi han assistit 25 persones entre alcaldes/esses i regidors/ores de promoció econòmica. La part central de la sessió de treball ha estat l'exposició dels serveis oferts per part d'ACCIÓ, l'agència per a la competitivitat de l'empresa de la Generalitat de Catalunya.

Aquesta és una línia de treball que està recolzada pels diferents consistoris a través de la Taula Territorial impulsada des de l'Agència de Promoció Econòmica, així com pels diferents agents socioeconòmics a través de la Taula de Treball d'Indústria.

Al llarg de 2016 s'han realitzat tasques relacionades amb la concreció de la carta de serveis, la creació d'un protocol per establir les passes i el temps de resposta, i el disseny d'eines, com el conveni signat entre els ajuntaments de Figueres i Girona i l'elaboració d'un document amb les indicacions que serviran per dissenyar un nou espai web.

Està prevista la creació d'un catàleg dels espais industrials que serveixi com a eina per a la intervenció en polígons amb l'objectiu estimular la inversió en el territori. Per aconseguir-ho, s'ha establert col·laboració amb diferents àrees de l'Ajuntament com la UMAT i Planejament.

Des de l'Àrea de Promoció Econòmica, Desenvolupament Local i Turisme s'han realitzat diferents tasques relacionades amb el desenvolupament i la implantació del projecte, amb la voluntat de dotar-lo de contingut i recursos a partir de la col·laboració i treball compartit entre diferents agents del territori. En aquest sentit, s'han realitzat reunions tècniques amb l'Ajuntament de Figueres, amb diferents ajuntaments de l'àrea urbana, amb empreses testimonis d'inversió al territori, amb agents rellevants en la captació d'inversions com ACCIÓ o amb empreses privades especialitzades en aquesta tasca.

1.2.7. Projecte formatiu La Rosaleda

Des de l'Àrea de Promoció, Desenvolupament Local i Turisme s'ha impulsat la creació d'un nou espai formatiu amb l'objectiu de professionalitzar col·lectius en risc d'exclusió per facilitar-los l'accés al món laboral i, alhora, d'esdevenir un espai públic integrador a la Devesa al conjunt de restauració i oci de la ciutat.

Aquest projecte s'ha desenvolupat a La Rosaleda, situat al parc de la Devesa. Aquest és un edifici de titularitat municipal, considerat un espai emblemàtic de la ciutat durant bona part del segle XX.

L'espai Rosaleda ha estat inaugurat el 27 d'octubre arran de l'adjudicació d'una concessió a la Unió Temporal d'Empreses, Llei 18/1982, número 2, UTE Rosaleda Girona, constituïda per la Fundació Privada Mas Xirgu, la Fundació DRISSA i economia solidària empresa d'inserció, Societat Limitada Unipersonal, per un període de 2 anys prorrogables.

El projecte s'ha articulat des de dos vessants:

1. Desenvolupament de les obres de rehabilitació i millora de l'espai.

Les obres per rehabilitar i adaptar l'espai s'han iniciat a principis de juliol i han comportat la creació de tres espais diferenciats:

- a) zona de sala-menjador
- b) zona de bar
- c) cuina.

La rehabilitació i corresponent instal·lació de mobiliari bàsic per a l'inici del projecte ha finalitzat el mes de desembre de 2016.

2. Elaboració del programa formatiu específic.

L'Àrea de Promoció Econòmica, Desenvolupament Local i Turisme ha elaborat un projecte formatiu que combina la formació en activitats pròpies del sector de la restauració (cuiners i cambres) i la posada en pràctica dels coneixements adquirits en un bar-restaurant obert al públic. L'objectiu competencial és el de capacitar l'alumnat perquè pugui prestar tot tipus de serveis d'aliments i begudes en un bar-restaurant, així com perquè pugui preparar elaboracions culinàries pròpies, aplicant amb autonomia les tècniques corresponents.

L'establiment La Rosaleda disposa d'una llicència de bar-restaurant categoria 2, la qual permet oferir menjars poc elaborats i begudes. La superfície total de l'espai és de 133,20 m², distribuïda en diferents zones. La superfície de la cuina es de 23,45 m², amb una distribució de 8,45 m² de zona de cuina, 7,85 m² de zona neta i 7,15 m² de zona bruta. En un espai adjacent es troba situada la barra del bar, amb una superfície de 10,20 m². L'espai de sala ocupa 44,45 m² i, el de la barra, 9,60 m². En conjunt es compta amb un aforament màxim de 50 persones: 28 persones a l'interior i 22 persones a l'exterior, tenint en compte dues terrasses, una al davant i una al darrera de l'edifici, que dona accés directe als jardins.

Un altre element distintiu de l'espai es troba en les dues terrasses: una situada davant la façana principal de l'edifici i anomenada "Terrassa Passeig", i l'altra davant de la façana posterior, anomenada "Terrassa Jardins". Ambdós espais complementen la sala menjador interior, prenent especial protagonisme durant la temporada d'estiu.

Els horaris d'obertura són de dimarts a dijous de 9h a 17h i els divendres i dissabtes de 9h a 24h. Dins d'aquests horaris s'ofereixen esmorzars, dinars, berenars i sopars. Els diumenges de 9h a 15h s'ofereixen esmorzars o vermutos.

Per fer funcionar aquest projecte, pioner al país en inserció laboral, s'han contractat de forma directa onze persones, vuit de les quals en risc d'exclusió social. Les altres dues són especialistes que dirigeixen l'activitat.

El nombre de participants d'aquest programa és d'un mínim de 8 i un màxim de 10 alumnes per període anual. El programa formatiu tindrà una durada d'un màxim de 1.350 hores anuals, incloent les hores teòriques i les hores pràctiques. Aquest total seria equivalent a una jornada laboral de 30 hores setmanals de formació.

1.2.8. Programes de Desenvolupament Local

Els Programes de suport al desenvolupament local són una iniciativa impulsada pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en col·laboració amb les administracions locals i estan regulats en l'Ordre EMO/258/2014, de 5 d'agost.

Aquest 2016, l'Ajuntament de Girona ha participat en la convocatòria de subvencions destinades als programes de suport al desenvolupament local que tenen per objectiu d'una banda, permetre a les entitats locals, en cooperació amb els agents del territori, diagnosticar, planificar, programar, coordinar, comunicar, integrar i executar totes les mesures que es vulguin posar en marxa en el marc d'un desenvolupament socioeconòmic el més integrat, equilibrat, equitatiu i sostenible possible i, d'altra banda, el disseny d'accions específiques tant per intervenir sobre les persones en situació d'atur com sobre el teixit productiu local, especialment el pertanyent a sectors estratègics pel territori. Tot plegat mitjançant accions d'identificació de potencialitats i l'acompanyament i suport a les empreses de cada territori.

En aquest marc, l'Ajuntament de Girona ha presentat diferents projectes de subvenció per als següents programes:

- Programa de suport i acompanyament a la planificació estratègica
- Programa d'agents d'ocupació i desenvolupament local (AODL)

Programa de suport i acompanyament a la planificació estratègica

Des de l'Àrea de Promoció Econòmica, Desenvolupament Local i Turisme s'ha gestionat el "Programa operatiu per a l'activació socioeconòmica i urbana dels barris de Santa Eugènia, Can Gibert del Pla, Pont Major, Sector de Sant Narcís i carrer del Carme". El projecte ha estat subvencionat pel Programa de suport i acompanyament a la planificació estratègica 2015 del Servei d'Ocupació de Catalunya (SOC), amb el finançament del Fons Social Europeu. El SOC ha concedit una subvenció corresponent al 80% del preu total que ascendeix a 36.300,00 euros (IVA inclòs) després d'haver seguit un procés de licitació. L'empresa Bos Consulting SL ha estat l'encarregada de portar a terme l'estudi.

L'objectiu ha estat la reintroducció i/o potenciació d'activitats econòmiques dins el funcionament d'aquesta part de la ciutat, per tal d'aconseguir de forma directa i indirecta potenciar l'activitat productiva i comercial, crear ocupació dins i fora del barri i crear una nova centralitat capaç de generar vincles amb la resta de ciutat i el seu entorn.

El resultat ha estat un programa operatiu amb un pla d'acció i uns projectes que segueixen una sèrie de premisses:

- Articular els diferents actors econòmics i socials del territori per tal de crear sinergies de treball i potenciar l'efecte multiplicador dels resultats conjunts.
- Impulsar xarxes que fomentin la creació de projectes de cooperació empresarial i millorin la cohesió social i empresarial, per tal de potenciar el teixit econòmic, avui pràcticament inexistent, a partir de la diversificació i innovació, des d'una òptica integral, sostenible, eficient i inclusiva.
- Detectar i recolzar talents i idees empresarials i posar-los en connexió amb el barri.
- Detectar activitats econòmiques que funcionin com a *motor* i actuïn de referent per estimular la renovació urbana i afavorir la vitalitat de l'espai públic.
- Detectar elements que puguin crear centralitat al barri en relació amb el territori per tal de potenciar fluxos de persones i relligar el barri amb la resta de la ciutat.
- Crear ocupació fomentant la igualtat d'oportunitats i la no discriminació.

El programa operatiu s'ha realitzat amb el suport dels tècnics de l'Àrea de Promoció Econòmica, Desenvolupament Local i Turisme. I durant el 2017 es donarà continuïtat al pla d'acció i a les proves pilots.

L'estudi elaborat per Bos Consulting SL desenvolupa, després d'una diagnosi socioeconòmica dels barris objecte d'actuació, un Pla d'Acció que es fonamenta en un total de 4 línies estratègiques, amb 16 programes concrets d'actuació.

Línies estratègiques

Línia Estratègica 1. Millorar la imatge dels barris

Programa 1.1. Desenvolupament de la imatge corporativa del comerç local

Programa 1.2. Millores estructurals a dur a terme per la millora de la activitat comercial

Programa 1.3. Foment del Fòrum del comerç

Línia Estratègica 2. Promoció del comerç

Programa 2.1. Concurs d'aparadorisme

Programa 2.2. Jornades gastronòmiques

Programa 2.3. Exposició urbana de productes autòctons

Programa 2.4. Jornades esportives

Programa 2.5. Campanya de Nadal

Programa 2.6. Creació d'una xarxa comercial

Programa 2.7. Jornades de promoció musical

Línia Estratègica 3. Modernització del teixit empresarial

Programa 3.1. Impulsar l'ús de les TIC i noves tecnologies en els comerços locals

Programa 3.2. Diagnòstic de la innovació

Programa 3.3. Renovació d'aparadors

Programa 3.4. Millora interiorisme comerços

Línia Estratègica 4. Formació i capacitació per a la professionalització del comerç

Programa 4. 1. Formació i capacitació per la professionalització dels comerços existents

Programa 4.2. Capacitació per a l'impuls a l'emprenedoria

Agents d'Ocupació i Desenvolupament Local (AODL)

Els Agents d'Ocupació i Desenvolupament Local (AODL) són tècnics/ques, titulats/des superiors o de grau mitjà, que treballen a temps complet en un projecte de desenvolupament local. La seva missió és dinamitzar, promoure i executar, en concertació amb d'altres agents del territori (agents socials, econòmics, empresarials i altres) polítiques i programes que afavoreixin la promoció econòmica en el seu territori d'actuació, cercant un creixement econòmic sostenible generador d'ocupació.

Un AODL executa un o alguns dels projectes en matèria de promoció econòmica i ocupació (és a dir, desenvolupament local). En definitiva, els Agents d'Ocupació i Desenvolupament Local són professionals tècnics que treballen amb l'objectiu de dinamitzar socioeconòmicament el territori d'actuació, reforçant-ne el potencial endogen i propiciant-ne la diversificació productiva per tal de generar activitat econòmica i ocupació.

L'any 2016, l'Ajuntament de Girona ha rebut una subvenció total de 135.227,75 euros (sobre un cost total de 173.842,75 euros) destinats a finançar fins al 80% dels costos laborals anuals per a la pròrroga de contractació de cinc AODL per a la realització dels projectes següents:

Pròrroga projectes

1. Promoció de Congressos
2. Observatori de l'economia i l'ocupació
3. Ens de desenvolupament econòmic local
4. Promoció del sector productiu i atracció d'inversions
5. Desenvolupament del sector comercial

L'any 2016, l'Ajuntament de Girona també ha rebut una subvenció total de 81.136,65 euros destinats a finançar fins al 80% dels costos laborals anuals per a la contractació de tres AODL per a la implantació dels següents nous projectes el pròxim any 2017:

Nous projectes

1. Desenvolupament de l'estratègia turística sostenible
2. Promoció de la ciutat i impuls de sectors emergents per a la creació d'ocupació
3. Desenvolupament de projectes europeus pel foment de l'activitat econòmica

1.2.9. Setmana de la Moda

Del 8 a l'11 de juny del 2016 va tenir lloc la segona edició de Gimoda, la "Setmana de la Moda de Girona". L'organització de la Setmana de la Moda va anar a càrrec de l'Ajuntament de Girona i d'Agimod, l'Associació gironina per a la promoció de la moda, i va comptar amb la col·laboració de la Diputació de Girona i empreses patrocinadores.

La finalitat de l'esdeveniment és situar la ciutat de Girona en el mapa i el calendari de les passarel·les de moda a nivell nacional, i convertir-se en motor econòmic per dinamitzar les indústries vinculades al disseny i confecció de moda i complements.

Més enllà del vessant lúdic i d'oci que desplega la Setmana de la Moda, la seva organització busca estimular el talent creatiu del territori i donar visibilitat al potencial de professionals i empreses mitjançant el gran aparador que esdevé la Setmana de la Moda.

En aquesta segona edició han estat 13 els dissenyadors, dissenyadores i marques que han desfilat pel Teatre Municipal de Girona, combinant col·leccions de marques amb trajectòria internacional (Celia Vela, Josep Abril, Yerse, Sita Murt, Who), talents emergents de proximitat (Bella Lola, CarmePuigdevall, Plantes, DIBBA, Núria Serra, Pau Esteve) i propostes innovadores (Sylvia Calvo, Roser Martínez, Piu et Nau).

Paral·lelament a les desfilades, es va instal·lar a la Plaça del Pallol el *Gimoda Market*, un espai d'exposició i venda de productes de diversos dissenyadors, per facilitar el *networking* entre professionals del sector.

En aquest mateix entorn, es va poder gaudir de curtsmetratges sobre moda, música en directe i una original oferta gastronòmica.

Amb l'objectiu de fomentar la competitivitat de les empreses del sector tèxtil i de la moda, dins la Setmana de la Moda es va organitzar la jornada "Teixim l'empresa del futur", que va tenir lloc el dia 9 de juny al Saló de Descans del Teatre Municipal. L'acte va reunir figures rellevants del sector. El Sr. David Garcia, director del Clúster Català de la Moda, va introduir la jornada amb la ponència "L'ecosistema de la moda". Tot seguit, va tenir lloc la taula rodona "Innovació en els teixits", amb intervencions de Sylvia Calvo, presidenta de l'associació Moda Sostenible; Evelyn Lebis, promotora tecnològica de la unitat de teixits Funcionals del Centre Tecnològic Eurecat; Santi Mallorquí, gerent d'Orgànic Cotton Colours; Núria Quer, formadora en fabricació de filatura Selvafil i Santi Simon, cofundador de Batech. A continuació, Ferran Roderó, Delegat a Girona d'ACCIÓ, i Sílvia Vila, consultora d'internacionalització, van exposar els reptes de la internacionalització del sector.

La segona taula rodona de la jornada va tractar la innovació en la comunicació. Les intervencions van anar a càrrec de Lara Andrés, experta en màrqueting de moda; Íngrid Tarragó, responsable de comunicació de Yerse, i Sergi Pastor, cofundador de la plataforma en línia Chicplace.com.

1.2.10. Xarxes de Cooperació Internacional

Comitè de Ciutats i de les Aglomeracions per a l'Alta Velocitat i la Interconnexió Ferroviària del Corredor Mediterrani

El grup de ciutats per l'alta velocitat va ser una iniciativa de l'Ajuntament de Barcelona i es va formalitzar a la Címera d'Alcaldes que va tenir lloc a Barcelona el 16 d'octubre de 2008.

Aquest Comitè és una aliança de ciutats i àrees metropolitanes per a la reivindicació de la construcció de línies ferroviàries al corredor mediterrani i per al desplegament dels serveis transfronterers de viatgers en alta velocitat i de mercaderies. La constitució d'aquest grup d'interès tenia com a objectiu pressionar les autoritats competents per accelerar el projecte de connexió ferroviària d'alta velocitat entre Catalunya i França, i vigilar-ne el desenvolupament correcte.

Aquest grup d'interès actualment està format per dotze ciutats de Catalunya i del sud de França: Barcelona, Besiers, Carcassona, Figueres, Girona, Lleida, Montpeller, Narbona, Nimes, Perpinyà, Tarragona i Tolosa de Llenguadoc. El 2016 s'ha fet la proposta per a la incorporació de Reus.

El full de ruta desplegat conjuntament per aquestes ciutats en relació amb el projecte ferroviari és ampli; cal una millora global del corredor ferroviari en el seu conjunt: alta velocitat, però també trens regionals,

de rodalies i de mercaderies. Per això, des de l'any 2012 es va ampliar el nom d'aquest *lobby* amb la interconnexió ferroviària del corredor mediterrani.

Fins ara, han tingut lloc vuit cimeres d'alcaldes, en les quals s'han aprovat les declaracions corresponents. La primera cimera va tenir lloc a Barcelona el 2008 i, la darrera, es va celebrar l'octubre del 2015 a Montpeller. Girona va organitzar la setena cimera l'octubre del 2014.

Durant el 2016 l'Àrea de Promoció Econòmica ha assistit a cinc reunions de treball tècnic. Aquestes reunions se celebren alternativament a Figueres i Perpinyà i hi participa diferent personal tècnic de les diferents ciutats i aglomeracions urbanes integrants del Comitè. En aquest últim any els temes tractats han estat:

- Analitzar les oportunitats per participar, de forma conjunta, en programes amb finançament europeu i articular projectes de desenvolupament dels territoris en relació al projecte ferroviari.
- Actualitzar i completar l'estudi comparatiu d'oferta i serveis de transport interregionals iniciat per Barcelona Regional per reivindicar una oferta dels serveis ferroviaris (freqüències, horaris, tarifes, etc.) en coherència amb el potencial de demanda del corredor transfronterer.
- Posar al dia el Llibre blanc de les ciutats sobre "la interconnexió ferroviària entre Espanya i França del Corredor Mediterrani", amb data del 2011.
- Concretar una posició comuna sobre el projecte d'interconnexió ferroviària. Donar suport a la part francesa en relació amb les reivindicacions sobre la necessitat de mantenir el projecte d'interconnexió de la Nova Línia Montpeller-Perpignan (LNMP) demanant garanties d'una realització global d'aquest tram transfronterer, tant en termes de finançament, com en l'àmbit de la planificació i de la seva execució.
- Recolzar la iniciativa de la Generalitat de Catalunya de la Taula Estratègica Catalana del Corredor Mediterrani.
- Preparar la novena Cimera, que se celebrarà a Tarragona el 12 de gener del 2017, i consensuar el contingut de la Declaració d'alcaldes.

Treball Tècnic realitzat en el marc del Comitè de ciutats i de les Aglomeracions per l'Alta Velocitat i la Interconnexió Ferroviària del Corredor Mediterrani

Composició de l'equip tècnic part francesa

Supervisor de grans projectes d'infraestructura, Departament de Transports i Carreteres de Montpeller Méditerranéen Metropole

Supervisor de grans projectes d'infraestructura, Departament de Transports i Carreteres de Perpignan Méditerranée Communauté Urbaine.

Cap del Project PEDU, Departament de Prospectives Aménagement Mobilités Solidarités, Perpignan Méditerranée Communauté Urbaine.

Director de planificació del territori, DGAT Communauté d'Agglomération Béziers Méditerranée.

Composició de l'equip tècnic part catalana

Cap de Mobilitat de Barcelona Regional, Ajuntament de Barcelona.

Coordinador de l'Oficina de Projectes Alcaldia, Ajuntament Tarragona

Arquitecte de l'Àrea de Planejament i Medi ambient, Ajuntament de Figueres

Cap i tècnics de l'Àrea de Promoció Econòmica, Desenvolupament Local i Turisme, Ajuntament de Girona

Reunions de treball celebrades

25 de febrer, a Figueres

2 de juny, a Perpinyà

30 de setembre, a Figueres

8 de novembre, a Perpinyà

30 de novembre, a Figueres

Xarxa de Ciutats Europees 'Centrality of Territories'

El projecte "*Centrality of territories: towards the creation of a European multi-level network*" neix impulsat per la ciutat italiana de Bergamo el 2014 a partir de la col·laboració entre les universitats de Bergamo, Beauvais-Amiens, Cambridge, Charleroi, Girona, Lübeck i Santander, amb la voluntat d'estendre la xarxa als municipis i als aeroports presents en aquestes ciutats.

L'objectiu de la xarxa és crear relacions entre ciutats mitjanes que comparteixen característiques estructurals comunes: localització a prop d'una gran àrea metropolitana, disposar d'universitat, tenir un centre urbà de gran valor i estar connectades amb un aeroport "de baix cost". La intenció és oferir l'oportunitat d'extreure coneixement de les diferents experiències i crear noves sinergies per compartir processos de planificació. Des d'una visió europea del desenvolupament, la xarxa vol estudiar la regeneració territorial en un sentit ampli, tenint en compte el turisme i altres sectors econòmics i productius i promoure l'intercanvi de bones pràctiques, experiències i idees per crear una Europa més intel·ligent i més sostenible.

El 2015 es va signar l'acord marc de col·laboració per part de les ciutats integrants de la xarxa: Ajuntament de Bèrgam, Aglomeració de Beauvais, Ajuntament de Cambridge, Ajuntament de Charleroi, Govern de Cantàbria i Ajuntament de Girona. La xarxa queda oberta a altres ciutats europees amb un perfil similar que s'hi vulguin adherir.

Aquest any, entre el 12 i 14 de maig, s'ha celebrat una nova Conferència Internacional de la xarxa sota l'objecte Regeneració urbana de ciutats mitjanes en una perspectiva europea interconnectada. L'esdeveniment ha estat organitzat per la ciutat de Charleroi (Bèlgica).

Els principals propòsits de la conferència han estat: Mostrar el potencial de les noves sinergies amb altres ciutats i contextos territorials; desenvolupar noves formes de planificació per a la regeneració urbana en una perspectiva europea connectada; promoure i enfortir les aliances i la cooperació entre el món acadèmic, els municipis i els aeroports de baix cost; discutir idees de forma interdisciplinària i promoure la cooperació entre els investigadors que treballen en diferents àrees de recerca.

1.2.11. Xarxa Gironina per a la Reforma Horària

Des de l'Àrea de Promoció Econòmica, Desenvolupament Local i Turisme s'ha impulsat la "Xarxa Gironina per a la Reforma Horària", formada per empreses compromeses amb l'impuls de la reforma horària. Dins del marc de l'Agència de Promoció Econòmica, aquest projecte té com a objectiu facilitar una millor gestió del temps i la compaginació de la vida laboral, familiar i personal per afavorir la productivitat i un clima de confiança que beneficiï tant l'empresa com les persones que hi treballen, i contribueixi a la millora de la qualitat de vida de les persones de la ciutat.

La presentació de la xarxa s'ha fet en el marc de la tercera edició de la "Setmana dels Horaris", organitzada per la "Iniciativa per a la Reforma Horària", del 6 al 12 de juny. Els objectius que persegueix la creació de la Xarxa són: reconèixer i promoure la tasca de les empreses compromeses amb l'impuls de la reforma horària, intercanviar i difondre coneixements i experiències entre empreses en l'àmbit de la gestió del temps i la conciliació presencial i virtual, i fer xarxa amb altres

organitzacions públiques, privades i del tercer sector, en l'àmbit local i internacional, per generar sinergies i avançar conjuntament.

La Xarxa està destinada a empreses petites, mitjanes i grans de diferents sectors d'actuació, així com a entitats. Aquesta acció s'ha impulsat des de l'Àrea de Promoció Econòmica, Desenvolupament Local i Turisme amb l'objectiu d'afavorir la productivitat, el clima de confiança i el benefici tant de l'empresa com de les persones que hi treballen, així com la contribució en la millora de la qualitat de vida de les persones de la ciutat. La presentació va tenir lloc el dimarts 7 de juny de 18:00 a 19:00h i hi van assistir 26 persones.

Referent a l'intercanvi d'experiències i bones pràctiques de les empreses, l'Àrea ha creat un espai web per mantenir la informació actualitzada i emet trimestralment un butlletí.

El 14 de desembre s'ha presentat aquest espai virtual. Es va comptar amb la intervenció de professionals experts i empreses que s'ha sumat a la Xarxa amb l'objectiu d'intercanviar i difondre coneixements i experiències en l'àmbit dels horaris i la gestió del temps. Van assistir-hi una trentena de persones i les intervencions van anar a càrrec de la Sra. Glòria Plana Yanes, regidora de Promoció Econòmica, Desenvolupament Local i Turisme de l'Ajuntament de Girona, i del Sr. Fabian Mohedano, impulsor de la iniciativa, que van presentar la sessió. La Sra. Cristina Sánchez-Miret, sociòloga de la Universitat de Girona, va contextualitzar la reforma horària i Xevi Montoya, consultor i empresari, va introduir la "Xarxa Gironina per a la Reforma Horària". Per tancar la sessió Xavier Peralta, consultor i psicòleg organitzacional, va presentar les empreses pioneres que van fer les seves aportacions.

Aquesta acció ha permès a l'Àrea iniciar o consolidar relacions intersectorials del teixit empresarial i establir el contacte amb diverses empreses de l'àrea urbana. A més, al tractar-se d'una temàtica transversal, ha estat un treball multisectorial. Per al desenvolupament d'aquest projecte hi ha hagut un treball de coordinació amb diferents àrees de l'Ajuntament, com la de Comunicació, o amb diferents serveis de l'àrea, com el Girona Emprèn.

Pel que fa als resultats, 13 organitzacions s'han sumat a la Xarxa i s'han identificat 90 bones pràctiques. Al març de 2017 hi ha prevista la presentació d'aquests resultats i del pla de treball 2017.

1.2.12. Construcció Connectada

Des de l'Àrea de Promoció Econòmica, Desenvolupament Local i Turisme s'ha sol·licitat i ha estat aprovada una subvenció pel Servei d'Ocupació de Catalunya en el marc del Programa de projectes innovadors i experimentals 2016 per al projecte *Construcció connectada*. El projecte es desenvoluparà durant tot l'any 2017. L'import total del pla d'execució és de 184.573,99 euros, dels quals el SOC n'ha subvencionat el 75%, que correspon a 138.430,49 euros .

La finalitat és fomentar el desenvolupament de la indústria de la construcció sostenible i intel·ligent per propiciar un desenvolupament econòmic que respecti el medi ambient, amb l'objectiu de situar la ciutat de Girona i el seu entorn com a líder en la matèria. Es desenvoluparà mitjançant la implementació de mecanismes de difusió i l'articulació d'iniciatives públiques i privades que permetin aprofitar les oportunitats de mercat existent, millorant la competitivitat de les diferents empreses que formen la cadena de valor d'aquest sector.

1.3. Girona, Temps de Flors

1.3.1. Introducció

En la 61a edició s'han efectuat 179 projectes florals repartits en 134 espais emblemàtics de la ciutat, 14 més que l'any 2015. Entre aquests espais destaquen, com a novetat, uns murs d'origen romà ubicats en un edifici del carrer Riu Galligants; els soterranis de la Catedral; les escales de la basílica

de Sant Feliu; Can Ninetes, al barri de Santa Eugènia i la plaça de l'Assumpció, a Sant Narcís. Des del 7 al 15 de maig, entre les 10 del matí i les 10 de la nit, s'han pogut visitar els muntatges a monuments, patis i jardins de Girona.

Entre els nous actes que han acompanyat aquesta edició destaquen un concert de campanes del centre històric de la ciutat, la instal·lació del piano de cua del Concurs Internacional de Música Maria Canals, el muntatge *Món oníric*, impulsat per l'entitat BBVA als soterranis de la Catedral, i l'espectacle *Lymbus* de la companyia Comediants, a les escales de Sant Feliu, entre molts altres.

Entre les activitats ja consolidades que han continuat presents al festival cal esmentar el "Girona a Capella Festival", el "Girona, mots i flors", el "Gastroflors", el "Flors de Nit", el Concurs d'Aparadorisme i Decoració Interior, així com multitud d'activitats que impulsen la participació de la ciutadania.

En motiu de la bona acollida que va suposar l'acció anomenada *Open Nights* durant l'edició 2015, s'ha mantingut, també, l'obertura dels espais florals durant tres nits fins a les 24h (els dissabtes i dimecres).

Com en edicions anteriors, s'ha publicat un llibre amb les imatges dels arts florals de la present edició de la mostra, dissenyat i editat per Lara Pujol i amb fotografies de Joan Altés.

S'estima que, entre el 7 i el 15 de maig de 2016, les persones que han passat per la ciutat amb motiu de "Girona, Temps de Flors" han estat 254.455, un 4% més que el 2015 (244.199 visitants). Cal tenir en compte que d'aquest còmput s'ha eliminat una població estimada de 82.500 residents.

L'edició d'aquest any ha experimentat un augment dels visitants internacionals, que representen prop del 14% del total. Els visitants procedents de fora de Catalunya han augmentat un 3'6% respecte el 2015, passant del 10'1% del total l'any passat, al 13'7% d'aquest any. Els turistes provinents de la resta de l'Estat espanyol han passat de representar el 2'4% al 4'4%, i els provinents de la resta del món han passat del 7'7% al 9'3%. El 86% restant prové de Catalunya: un 50'7% de la demarcació de Girona, un 44'6% de la demarcació de Barcelona, un 3% de la demarcació de Tarragona i un 1'7% de la demarcació de Lleida.

Pel que fa als turistes provinents de l'Estat, principalment procedeixen de la Comunitat Valenciana (un 19'75% del total), de Madrid (un 19'11% del total) i de les Illes Balears (9'58%). Cal tenir en compte que, tot i que el nombre de visites de la resta de demarcacions és baix, s'ha de destacar que hi són totes presents. Respecte als turistes de la resta del món, gairebé la meitat procedeixen de l'Estat francès (43'4%), dels Països Baixos (un 10'3%), d'Alemanya (un 8%) i del Regne Unit (un 6'6%). D'acord amb les dades de l'estudi, el percentatge de turistes francesos que ha visitat "Girona, Temps de Flors" el 2016 ha augmentat un 22% respecte al 2015. D'aquest total, el 71% han pernocat a la ciutat i la seva estada mitjana ha estat d'1'12 dies.

El 2015 Girona va ser una ciutat pionera a l'Estat en l'anàlisi, a partir de dades mòbils reals, de l'afluència, el comportament i l'origen dels turistes a la ciutat. Aquest 2016 s'ha tornat a fer aquest estudi, basat en l'eina Smart Steps desenvolupada per Movistar, que permet fer una anàlisi qualitativa dels turistes basada en aspectes com la procedència, l'edat o el gènere.

1.3.2. Espais florals

Patis, monuments i jardins

Espais expositius

	Punts a l'itinerari	Exposicions
Patis	53	-
Exposicions Florals	58	-
Jardins	9	-
Establiments comercials	14	-
Barri de Sant Narcís	-	1
Barri de Santa Eugènia	-	1
Total	134	2

Novetats

Com a novetats en projectes durant aquest edició, destaquen una platja fluvial al riu Ter, a l'alçada de Sant Ponç, amb mobiliari estiuenc; un concert de campanes al centre històric de la ciutat, promogut per l'associació de Veïns del Barri Vell i dirigit pel musicòleg i campaner Llorenç Barber; la instal·lació del piano de cua del Concurs Internacional de Música Maria Canals al pati del Museu d'Art, que qui ho desitges podia fer sonar; el muntatge *Món oníric* als soterranis de la Catedral i l'espectacle *Lymbus* de la companyia Comediants a les escales de Sant Feliu; propostes florals a les fonts dels carrers Argenteria, Ballesteries, Calderers i Nou del Teatre i a la de la pujada de la Catedral; un projecte elaborat per Albi, ciutat agermanada amb Girona des de fa 30 anys, als jardins de la Torre de Carlemany; i els muntatges florals al llarg del camí del Calvari.

En aquesta edició destaquen també uns murs d'origen romà ubicats en un edifici del carrer Riu Galligants; els soterranis de la Catedral; les escales de la basílica de Sant Feliu; Can Ninetes al barri de Santa Eugènia i la plaça de l'Assumpció a Sant Narcís.

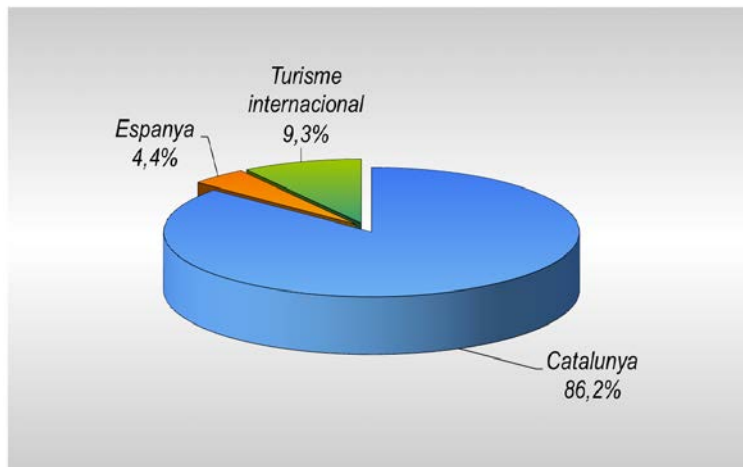
A més, entre les novetats també s'hi inclou l'habilitació d'un espai Wi-Fi més al Barri Vell. Concretament, s'han instal·lat dos punts de connexió Wi-Fi, un a la plaça de la Catedral i l'altre a la plaça dels Apòstols.

1.3.3. Visitants

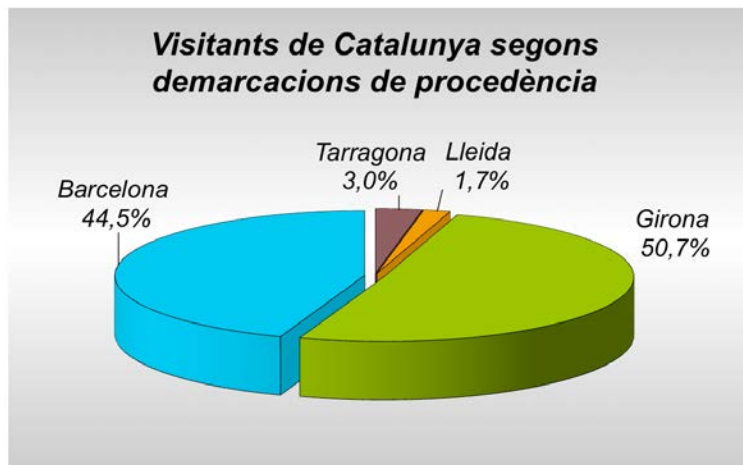
Dades 'Smart Steps'

Aquest 2016 s'ha tornat a fer l'estudi de la metodologia *Smart Steps*, un servei *Big Data* basat en les dades mòbils dels telèfons que utilitzen la xarxa de Telefònica i que permet analitzar una àrea geogràfica en un moment concret. Aquest estudi s'ha encarregat des de l'Àrea de Promoció Econòmica, Desenvolupament Local i Turisme amb l'objectiu de poder realitzar anàlisis turístiques profundes, ja que permet obtenir dades com la procedència dels individus, l'edat, el gènere, etc. i també l'activitat dels mateixos durant diferents dies i franges horàries.

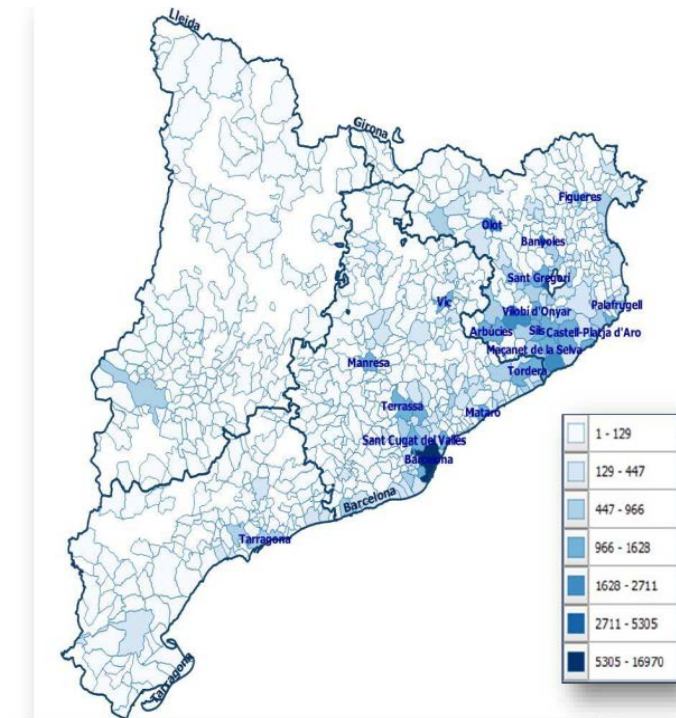
Procedència dels visitants de 'Girona, Temps de Flors'



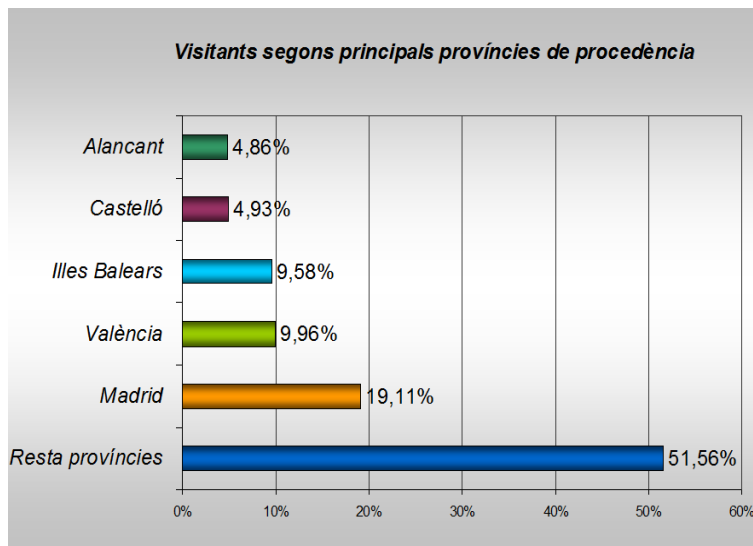
Procedència dels visitants de Catalunya segons demarcació



Procedència segons municipi

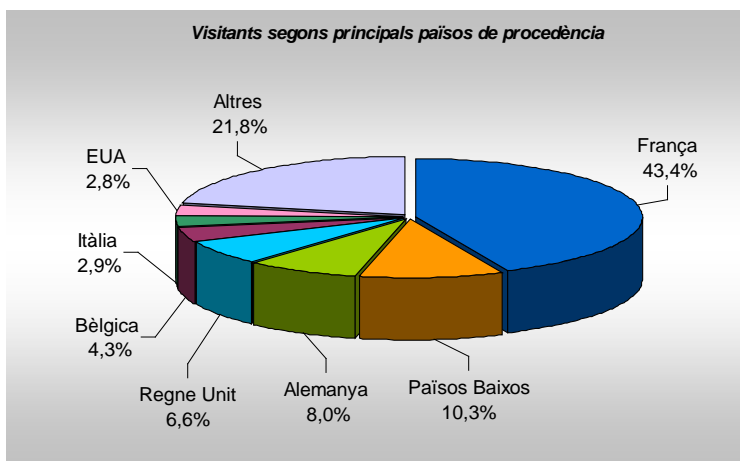


Principals procedències dels visitants de la resta de l'Estat



S'observa que les principals procedències de visitants de l'estat espanyol són de: Madrid, València i Illes Balears. Tot i que el nombre de visites de la resta de demarcacions és molt baix, s'ha de destacar que hi són totes presents.

Turistes internacionals



- Destaquen com a països de procedència: França, Països Baixos, Alemanya i Regne Unit.
- La distribució percentual per països de procedència és similar a la de la passada edició.
- S'aprecia un augment dels turistes francesos respecte al 2015.
- El percentatge de turistes francesos que han pernoctat és del 71% (1 punt més que el 2015). Els turistes francesos han estat de mitjana 1,12 dies a Girona.

Conclusions de l'estudi

- S'ha fet una estimació de 254.455 visitants, que ha estat gairebé el mateix que en el 2015 (que va ser de 244.199 visitants). S'han eliminat d'aquest còmput una població estimada de 82.500 residents.
- L'augment de visitants en relació amb l'anterior edició ha estat del 4%.
- Tant els visitants de la resta de l'Estat com els internacionals han experimentat un increment de dos punts. En el primer cas, passen de representar el 2,4% al 4,4% sobre el total, i en el segon del 7,7% al 9,3%.
- Del total de visitants, el 86% són de Catalunya, el 4% han vingut de la resta de l'Estat i el 9% han estat turistes internacionals.
- Per províncies, el 50,7% són visitants procedents de la demarcació de Girona, el 44,6% de Barcelona, el 3% de Tarragona i el 1,7% de Lleida.
- La distribució percentual per nacionalitats és molt similar a la de l'any 2015.

1.3.4. Promoció

En l'edició d'enguany, "Girona Temps de Flors" ha continuat amb una estratègia de promoció dins del territori català centrada en arribar a tots els racons de Catalunya, incrementar el nombre de reserves als allotjaments turístics, i augmentar la durada mitjana de l'estada dels visitants i la mitjana de la seva despesa.

Presentacions de 'Girona, Temps de Flors'

El dia 19 d'abril s'ha presentat el cartell a l'Institut Santiago Sobrequés, tal com és habitual. La presentació oficial de la 61a edició de "Girona, Temps de Flors" s'ha fet el dijous 28 d'abril a la Sala Miquel Diumé.

Acords amb Renfe i AVE, i ADIF

Per tal d'establir connexions amb les ciutats en les que s'ha fet promoció per diversos canals, es van signar acords de col·laboració amb RENFE i Renfe-AVE, que s'han consolidat un any més com a transportista oficial. En aquest sentit, l'operador ferroviari ha tingut presència en tot el material editat, publicitat en premsa escrita, ràdios i publicitat exterior, així com presència en les accions de presentació.

En contrapartida, la col·laboració de RENFE s'ha concretat en:

- Tarifes promocionals pels trajectes de l'AVE Madrid-Girona
- Circulació de trens especials de Barcelona a Girona els dos caps de setmana del festival floral
- Falques publicitàries als seus mitjans contractats, microespais en ràdios
- *Banner* al seu web (8,5 milions de visites mensuals)
- Xarxes socials
- Notes de premsa i comunicats

Paral·lelament també es va signar un conveni amb ADIF per tal d'actuar a l'estació de Girona i reforçar la presència de l'esdeveniment amb:

- Dos punts d'informació turística en diferents ubicacions: vestíbul d'arribades de l'AVE i *hall* del tren convencional
- Instal·lació de tòtems de senyalització a la sortida de l'estació
- Senyalització amb petjades al terra des de la sortida de l'estació fins al centre de la ciutat, indicant l'itinerari per veure la mostra
- Actualització dels vinils decoratius del túnel que uneix l'estació de l'AVE amb la del tren convencional

Accions de difusió a Girona

- El dia 19 d'abril es va presentar el cartell a l'Institut Santiago Sobrequés, tal com és habitual.
- La presentació oficial de la 61a edició de "Girona, Temps de Flors" es va fer el dijous 28 d'abril a la Sala Miquel Diumé.
- 45 OPIs repartits per la ciutat.
- 1.000 banderoles en 500 fanals pels carrers cèntrics de la ciutat.
- Cartells distribuïts pels equipaments de la ciutat i comerços, i també distribució a comarques de Girona i Catalunya Nord. Es van repartir 2.100 unitats de cartells petits (294x420mm) i 500 unitats de grans (400x600mm). També altres suports publicitaris en coordinació amb l'Oficina de Comunicació: *roll ups*, cartells i punts de llibre.

- Distribució de 200.000 plànols de l'itinerari de "Girona Temps de Flors" i 50.000 revistes amb el programa oficial entre els diferents punts d'exposició, les oficines de turisme, la RENFE, l'oficina d'hostesses.
- Preparació d'un recorregut de petjades des de l'estació de la RENFE fins al centre, per dos itineraris alternatius, un que anava pel carrer nou, i l'altre per la zona comercial de Pare Claret – Joan Maragall amb l'objectiu de facilitar l'accés dels turistes al Barri Vell.

Campanya de publicitat

- Preparació d'un spot de 30" amb imatges de l'edició 2015 de "Girona, Temps de Flors" fet per Oscar Vall on hi apareix el disseny del cartell i les dates de 2016
- Realització d'accions de difusió a França amb el Grup Midi Libre,. S'han publicat 2 anuncis a l'*Independant* i *Midi Libre*, una setmana de *banners* a l'aplicació dels diaris *L'Independant* i *Midi Libre*. També s'ha difós el vídeo del festival floral durant 3 dies a la web de l'*Independant*
- Difusió a través de falques a la ràdio a França a través de *Virgin Narbonne*
- Difusió a través de falques de ràdio a Catalunya a través de Ràdio Olot.
- Campanya en línia dirigida al públic francès a través de *Facebook*, *Twitter* i de *Real Time Biding*
- Acció promocional amb un vehicle vinilat recorrent diferents poblacions franceses
- Organització d'un viatge de premsa amb 5 periodistes francesos que van passar un dia de descoberta de "Girona, Temps de Flors", amb visita guiada, degustació gastronòmica, etc.

Durant "Girona, Temps de Flors", l'Associació de Guies de Girona ha ofert unes visites per descobrir els principals punts de l'itinerari al mateix temps que explicaven la història i el patrimoni monumental de la ciutat.

- Visita guiada "Girona, Temps de Flors", en català, els dissabtes 7 i 14 de maig. A les 10.15 h, a les 16.00 h i a les 21.00 h. En castellà i anglès, tots el dies a les 10.15 h.
- Visita guiada *Girona Walk*, durada especial de 2,5h aproximades, de dimarts a diumenge de 10.15 h a 13.00 h, en anglès i castellà. Els dissabtes també en català.

El llibre de 'Girona, Temps de Flors'

Aquesta és la quarta edició del llibre fotogràfic "Girona, Temps de Flors", en aquesta ocasió amb el pròleg del Sr. Carles Puigdemont, President de la Generalitat de Catalunya i exalcalde de Girona. Aquesta és una col·lecció d'edició anual que recopila la selecció de fotografies dels muntatges efímers i els espais decorats del Barri Vell de l'exposició "Temps de Flors". Constitueix l'únic document gràfic en paper que testimonia i recull, en diverses instantànies, els decorats i muntatges florals, a més, n'explica quina és la interpretació que en fa cada autor. Disponible a les llibreries i oficines de turisme de Girona.

1.3.5. Concursos

Concurs Festival 'Just for Flowers'

1a edició del Festival Internacional floral i primaveral de curts exprés, organitzat per l'Associació *Just for Flowers*. Els participants han disposat de 36 hores per rodar i muntar un film d'una durada màxima de 3 minuts, inclosos els crèdits. El tema ha estat lliure i el film podia ser manipulat de forma digital o informàtica.

Concurs de flors a l'església dels Dolors

En aquesta edició de "Girona, Temps de Flors", s'ha organitzat el concurs de flors per primer cop a l'església dels Dolors, mentre que tradicionalment s'havia organitzat a l'església de Sant Lluc, compartint espai amb la seu dels Manaies de Girona. S'han exposat les flors, rams i plantes que havien presentat els participants. Les diferents categories presentades han estat: rams de roses, rams de flors, rosa individual, test amb flors, plantes de fulles, cactus, azalees i rododendres, orquidàcies i bonsais. També es destina una categoria especial infantil, amb un premi especial per a participants fins a 12 anys.

1.3.6. Comerç

Concurs d'aparadorisme i decoració interior a 'Girona, Temps de flors'

La regidoria de Turisme i Comerç va organitzar el XII Concurs d'aparadorisme i decoració interior amb motiu de la 61a edició del "Girona, Temps de Flors"

El concurs d'aparadorisme i decoració interior s'ha organitzat amb el principal objectiu de fomentar la participació dels comerços i establiments en l'esdeveniment. Amb aquesta iniciativa es pretén alhora promoure la integració del sector comercial i turístic en el conjunt d'activitats que acull la ciutat al llarg de tot l'any.

En l'onzè aniversari del concurs ha destacat un augment constant de participants en cada edició amb 42 inscrits el primer any i 161 en la darrera convocatòria.

Evolució de participants al Concurs d'Aparadors de 'Girona, Temps de Flors'

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Participants	68	85	82	151	121	157	161
Evolució	--	17	-3	69	-30	36	4
Evolució %	--	25,0	-3,5	84,1	-19,9	29,8	2,5

El jurat ha estat format per representants de l'Ajuntament de Girona, associacions de comerciants i restaurants i hostaleria i entitats vinculades a l'organització de "Girona, Temps de Flors". Els criteris que ha valorat el jurat han estat l'originalitat, la qualitat artística, el disseny, el grau de vinculació al tema del concurs i la utilització de flors naturals en la composició de l'obra.

A més dels tres premis del jurat, hi ha hagut tres accèssits i el premi popular que va decidir el públic participant en les votacions a través de la xarxa social *Facebook*. S'han publicat les fotografies dels aparadors participants al [facebook.com/GironaTurisme](https://www.facebook.com/GironaTurisme) i la ciutadania ha pogut votar l'aparador que més va agradar.

Establiments premiats

- Primer premi: Unnati
- Segon premi: EIS Escola d'Idiomes
- Tercer premi: Samarkanda
- Premi popular: l'establiment més votat pel Facebook amb 600 vots és Maridalt, decoració genial
- Accèssit: Patisserie Noguera
- Accèssit: Petits Puputs

- Accèssit: The J&J Lab Estilistes

1.3.7. Cultura

A banda de les activitats culturals que habitualment es programen des dels diferents equipaments culturals, hi ha propostes que es potencien i s'amplien amb la finalitat d'impulsar l'oferta de "Girona, Temps de Flors" amb nous al·licients.

De la mateixa manera, i davant del gran nombre de visitants, és un magnífic aparador per donar a conèixer les propostes dels equipaments culturals municipals, i per tant una bona oportunitat per obrir aquests equipaments a la ciutadania amb la voluntat de trobar nous públics.

Festival 'A Capella'

S'ha consolidat definitivament el Festival "A Capella" en el marc de l'exposició de flors. L'escenari principal, ubicat a la plaça Independència, ha enriquit l'ambient festiu d'aquests nou dies. També s'hi han afegit escenaris com la Casa de Cultura, l'Auditori Girona i l'espai Marfà. La cartellera ha comptat amb professionals de reconegut prestigi.

Dia Europeu de l'Òpera

La plaça del Vi ha tornat a ser l'escenari per a celebrar el dia europeu de l'òpera. El Festival de Peralada i els Amics de l'Òpera de Girona, presenten àries, romances i escenes de les òperes més conegudes.

La celebració s'ha complementat amb una exposició fotogràfica "els millors tenors del món" produïda també pel Festival de Peralada, i s'ha pogut visitar des del dia 29 d'abril fins al 22 de maig a la plaça Salvador Espriu.

Girona Mots i Flors

Girona, mots i flors és una iniciativa del Servei Local de Català de Girona i l'Ajuntament per fer presents la llengua i les flors a la ciutat durant més de tres setmanes: de Sant Jordi al Temps de Flors. Aquesta ha estat la tercera edició. Es presenta en dos formats:

- Els cartells, que es distribueixen en establiments comercials de diversos barris de la ciutat (Barri Vell, Eixample i la Devesa) i en diversos equipaments municipals com ara biblioteques, centres cívics o l'Oficina de Turisme.
- Els punts de llibre, que es poden trobar a les biblioteques de la ciutat, així com al Centre de Normalització Lingüística de Girona.

Els cartells i punts de llibre tenen el nom de flors, la seva etimologia i un fragment literari que les il·lustra. Autors dels països catalans de diverses èpoques en són els protagonistes.

1.3.8. Hostaleria i restauració

Propostes gastronòmiques de dia

A través de la iniciativa *Gastroflors*, diferents establiments de l'Associació d'Hostaleria, Turisme i Restauració de Girona ofereixen menús gastronòmics en els quals les flors són un dels ingredients dels plats. Aquest any hi ha participat 31 establiments.

Propostes gastronòmiques de nit

Per quart any consecutiu, 23 establiments de restauració i d'oci nocturn de la ciutat, associats a la FECASARM, proposen "Flors de nit", una oferta atractiva per allargar les estades a Girona durant els dies de l'exposició floral. A partir de les 19h, van oferir diverses especialitats fetes amb flors: aperitius, còctels, tapes, tisanes o dolços, entre d'altres.

1.3.9. Accessibilitat

Serveis per a les persones amb mobilitat reduïda

Un any més, Bosch Ortopèdics ha posat en marxa una iniciativa que té per objectiu facilitar la visita a l'exposició floral a les persones amb mobilitat reduïda. Atès l'èxit assolit en les darreres edicions, s'ha tornat a repetir l'experiència, posant a disposició dels visitants que presentin alguna dificultat per desplaçar-se la possibilitat de realitzar l'itinerari de "Girona, Temps de Flors" amb una cadira de rodes elèctrica o amb una escúter especial adaptada per a persones amb problemes de mobilitat. Els horaris entre el 7 i l'11 de maig han estat de 10 a 19h, així mateix, els dies 9, 10 i 11 de maig a les 11h s'ha ofert una sortida gratuïta en grup.

Aquests dispositius han estat a disposició del públic, de forma gratuïta durant un període de 2h de temps, en un petit envelat ubicat al Pont de Pedra, a partir d'aquest temps s'han pogut continuar utilitzant amb un preu mòdic.

Altres elements per facilitar l'accessibilitat durant el festival han estat els serveis especials de *trenet* turístic i bus urbà.

El servei de trenet turístic planteja un recorregut alternatiu per tal d'arribar a punts més llunyans i emblemàtics de l'exposició, així com també per evitar el seu pas en zones d'aglomeració. Els trenets han ofert un recorregut especial per "Girona, Temps de Flors" de 45 minuts.

De forma especial durant "Girona, Temps de Flors" la línia 7 d'autobús urbà ha ampliat el seu horari habitual i ha circulat també els dissabtes i diumenges, del 7 al 15 de maig de 2016. Els diumenges 8 i 15 de maig només ha circulat entre la plaça Poeta Marquina i la plaça Sant Domènec. Aquesta línia, que té el recorregut des de Torre Gironella fins a Can Gibert del Pla, té les principals parades per visitar els espais del Barri Vell a la plaça Poeta Marquina, la plaça de Catalunya i la plaça de Sant Domènec (Universitat de Girona).

1.3.10. Patrocini

Des del servei de Turisme s'han dut a terme les gestions per la captació i la relació amb els patrocinadors de l'esdeveniment.

Basada amb el document de presentació de la darrera edició, i amb dades actualitzades, la captació d'espònsors confirma aquest interès creixent per part de la iniciativa privada.

També s'ha seguit comptant amb els suport d'altres administracions com la Diputació de Girona, i el Patronat de Turisme.

La captació de patrocinadors representa uns ingressos que es poden invertir en la promoció i difusió del festival, en la creació d'espais o en la generació de recursos per desenvolupar activitats culturals o educatives, incloses en el programa de "Girona, Temps de Flors".

Cal destacar el conveni amb el Banc BBVA, que ha permès finançar el projecte floral del claustre de la Catedral. L'entitat financera ha participat a l'exposició convidant als seus col·laboradors a participar com un voluntari més, i viure l'experiència del què representa formar part d'aquest gran esdeveniment.

2. Empresa

2.1. Girona Emprèn

Girona Emprèn és el servei municipal de suport i foment a la creació d'empreses de l'Ajuntament de Girona. El servei es finança amb fons propis de l'Ajuntament de Girona i finançament extern via ajuts i subvencions, en concret i per l'any 2016:

- Subvenció atorgada en data 4 d'octubre de 2016 pel Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya, Secretaria d'Empresa i Competitivitat, regulada per l'Ordre EMC/181/2016, de 29 de juny, per la qual s'estableixen les bases per a la concessió de subvencions del Programa integral de foment de l'emprenedoria emmarcat en el programa Catalunya Emprèn.
- Subvenció atorgada en data 11 de desembre de 2015 pel Servei d'Ocupació de Catalunya, i regulada per l'ordre EMO/316/2015 per a la contractació d'un tècnic d'emprenedoria en el marc del programa Garantia Juvenil Singulars del Servei d'Ocupació de Catalunya i cofinançada pel Fons Social Europeu i la Iniciativa d'Ocupació Juvenil.
- Subvenció atorgada en data 17 de setembre de 2015 per a la contractació d'un AODL d'Emprenedoria i Promoció Empresarial (Exp. G-029/15-03), regulada a l'ordre l'Ordre EMO 744/2015, de 16 d'abril. L'AODL és un projecte subvencionat pel Servei d'Ocupació de Catalunya en el marc del Programa de suport al desenvolupament local i cofinançat pel Fons Social Europeu i el Ministerio de Empleo y Seguridad Social - Servei Públic d'Ocupació Estatal.
- Subvenció atorgada en data 12 de desembre de 2014 pel Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya per a la contractació d'un tècnic d'emprenedoria dins el "Programa E. Programes de desenvolupament local" subvencionat pel Servei d'Ocupació de Catalunya en el marc del Projecte Treball als barris i cofinançat pel Fons Social Europeu (expedient GTB-068/15) d'acord a l'establert a l'Ordre EMO/225/2014, de 22 de juliol, per la qual s'estableixen les bases reguladores de les subvencions destinades al Programa de suport als territoris amb majors necessitats de reequilibri territorial i social: Projecte Treball als Barris

Des del servei Girona Emprèn es duen a terme diverses accions:

- Xerrades per fomentar l'esperit emprenedor entre joves estudiants,
- Sessions d'informació i orientació grupals i/o individualitzades en relació als diferents aspectes a tenir en compte si es vol crear una empresa,
- Assessoraments personalitzats, individuals i confidencials, per avaluar la viabilitat de les oportunitats de negoci
- Assessorament per a la constitució i posada en funcionament de l'empresa
- Acompanyament per a la consolidació de l'empresa durant els primers mesos de funcionament
- Així com un ampli ventall de càpsules, tallers i cursos de diferents especialitats que treballen tant les habilitats com les competències necessàries per a gestionar la pròpia empresa

Girona Emprèn forma part de la Xarxa Emprèn del Programa Catalunya Emprèn de la Generalitat de Catalunya.

L'any 2016, el servei Girona Emprèn ha ajudat a crear 92 empreses que han suposat la creació de 109 llocs de treball.

Empreses creades	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Quantitat	78	79	72	41	82	106	92
Llocs de treball	92	121	104	52	108	145	109

2.2. Assessorament per a la creació d'empreses

El servei Girona Emprèn té per finalitat fomentar i donar suport a la creació d'empreses així com a la seva consolidació. Amb aquesta finalitat desplega un conjunt d'actuacions que abasten des de la informació i orientació, a la capacitació empresarial, la mediació financera o la promoció i posada en valor del fet d'emprendre. Descripció de les accions:

Informació i orientació: Accions individuals o grupals on es tracten els principals aspectes a tenir en compte a l'hora d'avaluar la viabilitat d'una idea de negoci i els passos per crear una empresa.

Informació i orientació	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Número d'accions	214	186	127	76	225	348	592
Persones beneficiàries	449	471	330	331	393	456	590

Assessorament: Accions individuals per donar suport en l'elaboració del pla de negoci, des de la proposta de valor fins a l'estructura de costos i necessitats de finançament i/o tresoreria.

Assessorament	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Número d'accions	596	801	564	491	507	654	613
Persones beneficiàries	336	514	351	343	389	446	374

Consolidació: Seguiment telefònic o presencial durant els primers anys de vida del projecte empresarial.

Consolidació	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Número d'accions	264	153	69	59	50	77	125
Empreses beneficiàries	121	73	39	33	29	47	49

Resultats 2016

- S'han creat 92 empreses que han suposat la creació de 109 llocs de treball
- 934 persones beneficiàries
- 353 projectes atesos
- S'han realitzat 592 accions d'informació i orientació a 590 persones
- S'han realitzat 613 accions d'assessorament a 374 persones
- S'han realitzat mediació en finançament a 13 projectes
- S'han realitzat 125 accions de consolidació a 49 persones

- La valoració del servei d'assessorament és d'un 9,81 sobre 10

Perfil de les empreses creades durant el 2016

Durant el 2016 s'han assessorat 378 projectes diferents, dels quals 106 han creat empresa (28%). Analitzant-los podem veure que el 92,06% del total eren projectes iniciats el 2015, mentre que un 5,03% van ser projectes que ja havien iniciat els assessoraments l'any 2014 i un 2,91% provenien d'altres anys.

Origen dels projectes	Projectes	%
Iniciats any 2016	79	85,87%
Iniciats any 2015	7	7,61%
Iniciats anys anteriors	6	6,52%
Total projectes	92	100,00%

Si valorem el tipus d'iniciativa, veiem que gairebé el 84% dels projectes són d'iniciativa individual, mentre que el 16% són col·lectius.

Tipus d'iniciatives	Projectes	%
Uniprenedor	81	88,04%
Multiemprenedor	11	11,96%
Total projectes	92	100,00%

Quant al sector al qual s'han dirigit, veiem que el 95,65% dels projectes han obert negocis del sector serveis, el 3,26% del sector industrial, i l'1'09% restant serien d'agricultura.

Sector	Projectes	%
Primari (agricultura)	1	1,09%
Secundari (indústria)	3	3,26%
Terciari (serveis)	88	95,65%
Total projectes	92	100,00%

Subsector serveis	Projectes	%
Comerç	21	23,86%
Hostaleria	14	15,91%
Serveis a les persones	26	29,55%
Serveis a les empreses	27	30,68%
Total projectes	88	100,00%

Quant a la forma jurídica elegida, la d'empresari individual és la més triada, amb un 91,30% dels projectes, seguida de la societat civil amb un 4,35%, la societat limitada amb un 3,26%, i la cooperativa amb un 1,09% .

Forma jurídica	Projectes	%
Empresari individual	84	91,30%
Societat Civil	4	4,35%
Societat Limitada	3	3,26%
Cooperativa	1	1,09%
Total projectes	92	100,00%

Perfil de les persones promotores

Analitzant el perfil de les persones que han promogut les iniciatives empresarials podem veure que estan impulsades tant per homes com per dones. Aquestes últimes, les dones, tenen un pes relatiu superior.

Home	Dona	Total
61	48	109
55,96%	44,04%	100,00%

Si observem els trams d'edat, podem veure que el gruix principal de persones que constitueixen empresa tenen entre 26 i 45 anys (68,26%), seguits de les persones d'entre 46 i 55 anys, que representen el 21,43%, del total. El 7,94% són persones menors de 25 anys i el 2,38% restant són majors de 55 anys.

Edat	Total persones	%
Entre 18-25 anys	13	11,93%
Entre 26-35 anys	47	43,12%
Entre 36-45 anys	30	27,52%
Entre 46-55 anys	18	16,51%
Més de 55 anys	1	0,92%
Total persones	109	100,00%

Quant a la seva situació laboral en el moment anterior a crear l'empresa veiem que el 52,38% estava a l'atur, i que el 47,62% estava treballant. D'aquest últims, el 22,22% tenia un contracte fix, l'11'90% tenia contracte temporal i el 13,50% restant ja eren autònoms amb alguna altra activitat professional.

Situació laboral	Total persones	%
Aturat	37	33,94%
Ocupats	71	65,14%
Inactius	1	0,92%
Total persones	109	100,00%

I per últim analitzant el seu nivell d'estudis podem veure que el 41,28% compta amb estudis universitaris; mentre que el 21,10% té estudis de secundària superiors, el 14,68% ha cursat secundària i el 22,94% restant comptava amb estudis bàsics.

Situació laboral	Total persones	%
Bàsics	25	22,94%
Secundària	16	14,68%
Secundària superior	23	21,10%
Universitaris	45	41,28%
Total persones	109	100,00%

Si volguéssim fer un perfil mitjà de la persona que ha creat una empresa durant el 2016, podríem dir que majoritàriament es tracta d'un home, de menys de 45 anys, que estava treballant abans d'iniciar l'activitat i que compta amb estudis universitaris.

2.3. Capacitació empresarial

Des del servei Girona Emprèn cada any s'organitzen i es despleguen un conjunt de cursos, tallers, càpsules i xerrades formatives de curta durada per tal de contribuir, amplificar i/o orientar la capacitació empresarial.

Cursos 'FORMA'T'

Durant l'any 2016, s'han realitzat 7 cursos FORMA'T, que sumen un total de 64 hores de formació, amb una assistència de 86 persones. La puntuació mitjana obtinguda com a índex de satisfacció ha estat de 9,4 sobre 10.

Amb la programació formativa del servei Girona Emprèn s'ha volgut millorar la competència de les persones emprenedores, tant a nivell actitudinal com de gestió empresarial, incidint especialment en l'ús de les TIC.

Relació de cursos "Forma't en"	Durada	Assistents	Valoració
Forma't en "Com gestionar l'empresa"	8h	11	9.73
Forma't en "Conceptes financers jugant al Cash Flow"	12h	4	9.83
Forma't en "Aprenent a ser emprenedor"	8h	8	9.48
Forma't en "Wordpress I"	12h	14	9.48
Forma't en "Màrqueteing digital: SEO, SEM i analítica"	8h	16	9.55
Forma't en "Màrqueting digital: xarxes socials, monitorització i email marketing"	8h	18	9.33
Forma't en "Com construir relacions productives"	8h	15	8.43

Any	cursos	Hores	Assistents	Índex de satisfacció
2010	20	178	365	8.92
2011	19	152	395	8.96
2012	12	184	205	9.32
2013	13	104	216	9.15
2014	16	132	240	8.89
2015	16	128	224	9.35
2016	7	64	86	9.40

Càpsules TIC

El servei Girona Emprèn ha fomentat l'ús i un major coneixement per part de les persones emprenedores dels recursos tecnològics que poden ajudar-los en la construcció i gestió del seu negoci. El servei disposa d'una aula informàtica amb 15 ordinadors de sobretaula en la qual s'han programat la majoria d'aquestes píndoles formatives de temàtiques diverses relacionades amb competències digitals.

Les càpsules s'han complementat amb tutories individualitzades per resoldre dubtes al voltant de la incorporació de les tecnologies a l'empresa o a la creació d'empreses de base tecnològica.

El 2016 s'han organitzat un total de 15 càpsules TIC amb temàtiques com l'empresa a Internet, legalitat a la xarxa, *e-mail* màrqueting amb *MailChimp*, introducció als fulls de càlcul, etc. Un total de 114 persones han assistit a aquestes sessions. La valoració mitjana ha estat d'un 8,49 sobre 10.

Temàtica càpsula (2016)	Nombre d'edicions	Hores totals	Persones beneficiàries
Primers passos amb MailChimp	4	14,5	31
Codis QR (generació i usos)	1	2	3
Mobile màrqueting	1	2	6
Com fer una campanya amb Google Adwords	1	2	6
Analítica web	1	2,5	16
Com pot complir la legalitat la meva empresa a Internet	1	2,5	14
L'empresa a Internet conceptes bàsics	1	2,5	9
Què cal saber per obrir un e-commerce	1	2,5	5
Presentacions i fer-les públiques	1	4	3
Enfocar millor l'empresa al client amb els CRM	1	2	6
Posicionament orgànic web i Google Maps	1	2,5	6
Videomàrqueting: com treure profit a les eines per a crear i compartir vídeos corporatius	1	2,5	6

Any	Capsules realitzades	Total hores	Total persones beneficiàries	Nivell de satisfacció
2010	-	-	-	-
2011	33*	137	180	8,7
2012	44*	394	416	8,85
2013	29	164,5	384	8,66
2014	22	62,5	228	8,64
2015	19	56,5	157	8,68
2016	15	41,5	114	8,49

YUZZ

Girona ha acollit l'any 2016 la 6a edició a la ciutat del programa Yuzz. Es tracta d'un programa de suport a joves amb una idea de negoci de base tecnològica. La iniciativa de la "División Universidades del Banco Santander" a Girona és coordinada per l'Associació d'Empreses de Noves Tecnologies de Girona (AENTEG) amb el suport de l'Ajuntament de Girona, entre d'altres entitats i institucions gironines.

Un total de 25 joves han pogut desenvolupar la seva idea de negoci amb el suport d'aquest programa a través de tutories i sessions formatives d'experts en diferents aspectes empresarials. Les guanyadores d'aquesta edició han estat Anna Gelabert i Mar Rivas per el seu projecte Pupila, que pretén millorar l'aprenentatge dels alumnes a partir d'una plataforma educativa audiovisual i convertir-se en una eina de treball del professorat. Els projectes finalistes a Girona han estat els que impulsa Joan Juana i Raül Cabutí, Catapulteam. En tercera posició han empatat els projectes Plataforma Girona Social Media, impulsat per Stefano Zanellato i Marc Johé, i Trip and Tap, de David Martin.

Any	Participants	Projectes
2011	16	14
2012	19	18
2013	18	16
2014	16	12
2015	20	17
2016	25	19

Any	Participants	Projectes
2011	16	14
2012	19	18
2013	18	16
2014	16	12
2015	20	17

2.4. Foment de l'esperit emprenedor

Accions de sensibilització

Les accions de foment de l'esperit emprenedor tenen per finalitat donar a conèixer l'opció de l'emprenedoria com una alternativa més per encarar la trajectòria laboral i personal d'una persona. Mitjançant aquestes actuacions s'ha volgut sensibilitzar la població en general, però en especial als joves i als grups d'aturats.

El 2016 s'han dut a terme un total de 22 accions de sensibilització amb 399 persones beneficiàries. Amb una valoració mitjana de 8,65 punts sobre 10.

En aquest sentit, les actuacions dutes a terme en aquest àmbit, han estat en els següents formats:

- **Xerrades a centres educatius:** adreçades al col·lectiu d'estudiants, són xerrades específiques que tracten temes d'interès pel grup: pla d'empresa, pla econòmic, estudi de mercat, pla de màrqueting, aspectes genèrics relacions amb l'esperit emprenedor, etc. El 2016 s'han realitzat 11 xerrades a 223 estudiants.
- **L'aventura d'emprendre:** jornada adreçada al col·lectiu d'estudiants de batxillerat i cicles formatius per donar a conèixer casos d'èxit de joves emprenedors d'àmbits molt diferents: videojocs, disseny industrial, moda, apps i comerç innovador. Van participar-hi 122 joves de 5 instituts de Girona.
- **Xerrades per al públic en general:** són jornades, seminaris i altres activitats informatives i formatives de curta durada (entre 2 i 3 hores), destinades a millorar els coneixements en matèria de creació d'empresa, destinades a persones que ja tenen certa intenció d'establir-se pel seu compte. El 2016 s'han fet 10 xerrades a les quals han participat 54 persones. Les temàtiques han estat les següents:
 - Guia Bàsica per emprendre, sessió introductòria als principals aspectes que cal tenir en compte a l'hora d'arrencar un projecte emprenedor

- A Girona Emprèn parlem de... un espai per compartir l'expertesa de professionals en actiu que comparteixen coneixements i experiències d'interès a tenir en compte en el desenvolupament d'un projecte empresarial.
- Taller grupal per treballar les competències emprenedores. Sessió per reflexionar sobre el que representa emprendre i analitzar fortaleses i debilitats per desenvolupar-se en aquest nou rol.
- Compartim – Generem. Són trobades entre persones emprenedores, que han estat prèviament ateses al servei, amb la finalitat de compartir l'experiència emprenedora i aprendre del recorregut i coneixement d'altres persones que estan vivint situacions similars. Esdevé una forma d'assessorament entre emprenedors que pot cobrir tant aspectes tècnics com emocionals.
- Reempresa. Sessió informativa sobre el programa que intermedia entre persones que cedeixen el seu negoci i persones que volen emprendre sense partir de zero.
- Foment del cooperativisme. Xerrades per donar a conèixer la fórmula cooperativa.

Sessions de sensibilització de l'esperit emprenedor	edicions	assistència
Guia Bàsica per emprendre	4	29
A Girona Emprèn parlem de...	2	14
Taller Perfil Emprenedor	1	5
Compartim- generem	1	4
Reempresa	1	1
Cooperativa CAE	1	1

Any	sessions	assistents	valoració
2011	8	184	8,58
2012	26	427	8,53
2013	14	299	8,30
2014	12	161	8,64
2015	14	133	8,73
2016	22	399	8,65

2.5. Programa 'Aixequem Persianes'

Des del seu naixement, el 2013, el programa Aixequem Persianes de l'Ajuntament de Girona ha ajudat un total de 24 iniciatives emprenedores a posar-se en marxa, la meitat de les quals aquest 2016. Concretament:

Any	Beneficiaris	Ajuts
2013	1	2.286,90€
2014	6	11.295,90€
2015	4	9.931,01€
2016	16	39.370,74€

En els últims quatre anys, el consistori ha atorgat un total 62.000 euros en forma d'ajudes econòmiques per a la posada en funcionament d'aquestes empreses.

En 2016 s'han atorgat més ajuts coincidint amb la simplificació del programa. Vist l'interès que despertava Aixequem Persianes per obrir negocis als barris de Sant Narcís, Santa Eugènia i Can Gibert de Pla, l'Ajuntament va ampliar en 15.000 euros la convocatòria de 2016.

L'Ajuntament de Girona va crear el programa Aixequem Persianes a finals de maig de 2013 amb l'objectiu de fomentar la implantació d'activitat econòmica en els locals dels carrers i barris més afectats per la crisi. La prova pilot es va iniciar al barri de Sant Narcís, especialment afectat per les obres de la línia d'alta velocitat ferroviària. Posteriorment s'ha anat ampliant arribant també als barris de Santa Eugènia i Can Gibert del Pla.

El programa ofereix dues línies d'ajut. Per una banda, informació, orientació i assessorament tècnic per a l'anàlisi de la viabilitat i creació de l'empresa. Per l'altra, ajuts econòmics directes, a fons perdut i fins a esgotar partida, per a l'establiment i l'inici de l'activitat econòmica amb un import màxim de 3.500 euros.

2.6. Projecte Reempresa

L'Ajuntament de Girona es va incorporar a mitjans d'abril al projecte Reempresa. Es tracta d'una iniciativa impulsada per la patronal catalana Cecot i la Fundació Privada Cp'Ac que té com a objectiu promoure i estructurar la transmissió d'empreses per tal de generar creixement econòmic, evitant així el tancament de negocis econòmicament viables i la destrucció d'ocupació.

A Girona el nou punt d'atenció del Centre de Reempresa de Catalunya és al servei municipal Girona Emprèn. Des del servei Girona Emprèn s'ofereix assessorament tant als empresaris que volen vendre la seva empresa com a les persones reemprenedores disposades a donar-los continuïtat. L'objectiu de la Reempresa és impulsar i estructurar la transmissió d'empreses per tal de generar creixement econòmic, evitant així el tancament de negocis econòmicament viables i la destrucció d'ocupació al municipi.

GIRONA EMPRÈN	REALITZATS 1er Semestre	REALITZATS 2n Semestre	TOTAL ANUAL
Reemprenedors atesos	1	12	13
Cedents atesos	1	6	7

2.7. Punt d'Atenció a l'Emprenedoria

L'Ajuntament de Girona, a través del servei de suport a l'emprenedoria Girona Emprèn, ofereix des del passat 28 d'octubre de 2016 un servei integral per donar d'alta activitats, que inclou a més a més

un punt d'atenció a l'emprenedoria (Punt PAE) gràcies al conveni de col·laboració signat amb el Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

Els Punt PAE s'encarreguen de facilitar la creació de noves empreses, l'inici efectiu de la seva activitat i desenvolupament, a través de la prestació de serveis d'informació, tramitació de documentació, assessorament, formació i suport al finançament.

Els Punt PAE es recolzen en el CIRCE per crear empreses, i en concret en un dels components que el formen: el Sistema de Tramitació Telemàtica (STT).

Els Punt PAE tenen una doble missió:

- Prestar serveis d'informació i assessorament als emprenedors en la definició de les seves iniciatives empresarials i durant els primers anys d'activitat de l'empresa.
- Iniciar el tràmit administratiu de constitució de l'empresa a través del Document Únic Electrònic (DUE).

Any	Alta empreses Punt PAE
2016	8

2.8. Associació Xarxa de Municipis per l'Economia Social i Solidària

En el marc de la I Trobada Internacional de Municipalisme i Economia Solidària que va organitzar el Comissionat d'Economia Cooperativa, Social i Solidària de l'Ajuntament de Barcelona els dies 23 i 23 d'octubre de 2015, es va impulsar el manifest "Cap a una Xarxa de Municipis per l'Economia Social i Solidària" (en endavant, XMESS).

Atesa la finalitat del manifest, l'Ajuntament de Girona s'ha adherit al mateix mitjançant Decret d'Alcaldia, a mitjans de març de 2016. L'Ajuntament de Girona s'ha incorporat tant al Grup Impulsor com a la Comissió Promotora i ha participat en les diferents reunions de treball (14 durant l'any 2016) per tal d'impulsar i construir la futura XMESS.

La finalitat de la XMESS és promoure, reforçar i consolidar l'Economia Social i Solidària (ESS) per mitjà de fixar objectius i estratègies comunes, així com de fomentar la cooperació i l'acció conjunta entre els seus membres i fer-ho, a més, des del diàleg permanent amb els actors de l'Economia Social i Solidària.

La XMESS entén l'Economia Social i Solidària com el conjunt d'iniciatives socioeconòmiques, formals o informals, col·lectives però també individuals, que prioritzen la satisfacció de les necessitats dels seus membres i/o d'altres persones per sobre el lucre; quan són col·lectives, la propietat també ho és i la gestió és democràtica; actuen orientades per valors com l'equitat, la solidaritat, la sostenibilitat, la participació, la inclusió i el compromís amb la comunitat, i apunten cap a la transformació de l'economia i la societat; i són independents dels poders públics.

3. Comerç

3.1. Estat general del comerç gironí

El comerç és un dels principals sectors de l'economia del municipi. Concretament el nombre de treballadors en RGSS (Règim General de la Seguretat Social) del comerç al detall el mes de desembre del 2016 és de 6.564 persones, amb un increment del 7,5% d'afiliats respecte l'any anterior.

Evolució Afiliats al Règim General de la Seguretat Social

RGSS desembre	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Comerç detall, exc. vehicles motor	5.868	6.065	5.853	5.778	4.767	6.106	6.564
Total Serveis	53.531	52.230	49.832	50.116	50.782	54.859	57.036
Total RGSS	58.891	56.917	54.046	54.059	54.791	58.895	60.449
Evolució anual (%)							
Comerç detall, exc. vehicles motor		3,4	-3,5	-1,3	-17,5	28,1	7,5
Total Serveis		-2,4	-4,6	0,6	1,3	8,0	4,0
Total RGSS		-3,4	-5,0	0,0	1,4	7,5	3,0

Font: Observatori d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya

Mentre que el nombre de treballadors al RETA han augmentat lleugerament, un 0,6% respecte l'any anterior, fet que suposa un total de 1.036 persones treballant de manera autònoma en aquest sector.

Evolució Afiliats al Règim d'Autònoms

RETA desembre	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Comerç detall, exc. vehicles motor	1.025	982	992	1.023	1.051	1.030	1.036
Total Serveis	5.160	5.118	5.127	5.261	5.397	5.420	5.516
Total RETA	6.522	6.444	6.407	6.503	6.767	6.859	6.945
Evolució anual (%)							
Comerç detall, exc. vehicles motor		-4,2	1,0	3,1	2,7	-2,0	0,6
Total Serveis		-0,8	0,2	2,6	2,6	0,4	1,8
Total RETA		-1,2	-0,6	1,5	4,1	1,4	1,3

Font: Observatori d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya

L'any 2015 hi havia un total de 630 persones (172 homes i 458 dones) aturades en el sector del comerç al detall, mentre que el 2016 la xifra ha estat de 585 persones (146 homes i 439 dones), fet que suposa un descens del 7,14%, en el nombre d'aturats.

Evolució atur registrat en el Comerç detall, exc. vehicles motor

Atur registrat desembre	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Homes	165	203	218	209	194	172	146
Dones	511	519	529	544	534	458	439
Total	676	722	747	753	728	630	585
Evolució anual	--	46	25	6	-25	-98	-45
Evolució anual %	--	6,80	3,46	0,80	-3,32	-13,46	-7,14

Font: Observatori d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya

Girona disposa d'aproximadament 4.213 establiments comercials en actiu, entre els quals predominen els que pertanyen al sector d'equipament de la persona i dels quals, les franquícies o cadenes, representen gairebé el 30% del total d'establiments.

La ciutat gaudeix d'una oferta variada de models comercials que es complementen entre sí: els nous formats (franquícies, grans superfícies especialitzades, etc.) i comerç tradicional amb el valor afegit de fires i mercats regulars durant tot l'any. Aquesta integració s'aconsegueix gràcies al treball de tots els sectors implicats que treballen de manera conjunta per fomentar la convivència i coexistència d'aquests models.

La seva condició de capital de demarcació fa que Girona també rebi multitud de públic de fora d'aquest àmbit i converteix la ciutat en un nucli amb alta potencialitat de visites. El 62,7% de les persones atretes provenen de poblacions situades a més de 50 km del radi de la ciutat i vénen amb una intenció clarament comercial que es complementa amb una bona i diversificada oferta d'establiments, d'oci i de restauració.

L'oferta comercial és també actualment un atractiu més per als milers de turistes que visiten cada any la ciutat; concretament, es tracta de la tercera consulta més realitzada a les oficines de turisme. Enguany ha suposat gairebé el 7% de les consultes.

Consultes efectuades a l'Oficina de Turisme

	2013	2014	2015	2016
Consultes de comerç	2.587	2.823	2.245	2.357
Consultes totals a l'oficina	29.363	20.604	18.863	34.936
% de consultes comerç	8,81	13,70	11,90	6,74

Font: Oficina de Turisme de l'Ajuntament de Girona

3.1.1. Investigació, prospecció i coneixement del comerç

Des de la secció de comerç s'han impulsat diversos estudis per ampliar el coneixement sobre el territori i la seva composició, així com per detectar-ne possibles necessitats.

En aquest sentit, de gener a juny del 2016 la secció ha pogut comptar, durant 6 mesos, amb 5 persones de Plans d'Ocupació:

- 3 del programa mixt de Treball i Formació.
- 2 del programa Treball i Formació (persones aturades perceptores RMI).

Des de comerç s'ha coordinat i gestionat aquest personal durant 6 mesos, preparant i supervisant les tasques diàries que havien de realitzar.

Les 5 persones contractades han recollit informació de diversa índole que ha facilitat la recollida d'informació:

- Recompte de persones als mercats de Girona:
 - Mercat del Lleó
 - Mercat de la Devesa del dimarts
 - Mercat de Can Gibert del dijous
 - Mercat de la Devesa del dissabte
- Inventari comercial i de serveis en baixos comercials a la ciutat de Girona: 6.891 baixos comercials detectats, dels quals 4.213 estan actius (61,10%).
- Enquestes als comerciants de Girona: 1.429 enquestes realitzades.
- Enquestes als consumidors dels mercats de Girona: 397 enquestes realitzades, 229 en mercats no sedentaris i 168 al Mercat del Lleó.
- Plantejament d'una ruta d'establiments emblemàtics: A través de les enquestes realitzades i de l'inventari, s'ha detectat que podria ser interessant detectar aquells establiments de la ciutat que, per alguna característica arquitectònica, urbanística, d'antiguitat o de singularitat en el que venen, se'ls pugui considerar establiments emblemàtics.

El producte resultant és **“l'informe d'anàlisi de l'inventari comercial i de les enquestes als comerciants 2016, a la ciutat de Girona.”**

3.2. Dinamització comercial

Girona té un comerç ric en varietat d'oferta, tant adreçada a residents com a turistes i visitants, i ric en formats comercials, amb diferents zones clarament identificables com:

- Eix Comercial Girona Centre, amb una gestió professionalitzada i un pla de dinamització que delimita la zona centre i Eixample i actua com a nucli de centralitat per a tot el municipi.
- El mercat municipal, principal centre de distribució d'aliment fresc.
- Els mercats no sedentaris i les fires i mercats al carrer, que complementen el comerç sedentari de la ciutat.
- Els comerços de proximitat que hi ha a la resta de barris, molt centrats en sectors quotidians, que presten servei als residents de la seva àrea d'influència més propera.
- Grans i mitjanes superfícies ubicades als accessos de la ciutat.

3.2.1. Comerç 'd'atractivitat'

L'Ajuntament de Girona col·labora estretament amb les diferents associacions de comerç de la ciutat per tal d'oferir-los eines de suport en el desenvolupament de la seva tasca. Ho fa mitjançant el disseny d'estratègies que permetin augmentar la competitivitat dels comerços urbans i que els

permetin posicionar-se d'acord amb els centres comercials de nova generació i les àrees comercials d'atracció externa.

Taula comparativa de dinamització comercial

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Esdeveniments comercials		5	8	10	15	15
Associacions de comerciants accions	9	5	9	10	12	11
Nadal dinamització	--	3	2	12	19	22
Nadal subvenció directa	5	--	7	8	5	--

Font: Elaboració pròpia. Ajuntament de Girona

Girona Centre Eix Comercial

És l'associació que agrupa els comerços i tot tipus de negocis ubicats a la zona que comprèn el centre històric de la ciutat i fins al carrer Emili Grahit de Girona. Des de la seva creació, l'any 1998, s'ha convertit en l'eix comercial per excel·lència de la ciutat tant per a residents com per a visitants.

Girona té el 57% de la zona del centre ocupada per activitat econòmica amb una concentració molt elevada i molt ben posicionada. Els carrers amb més intensitat comercial són: Rambla Llibertat, Ultònia, Calvet i Rubalcava, Cort Reial, Argenteria, Plaça Catalunya, Migdia, Plaça Santa Susanna, Creu, Santa Clara i Sant Francesc.

Durant l'any 2016 l'associació ha desenvolupat diferents activitats amb la col·laboració de l'Ajuntament de Girona mitjançant suport tècnic:

3.2.2. Convocatòria de subvencions de comerç. Suport al comerç de proximitat.

A partir de la proposta de l'Àrea de Promoció Econòmica, Desenvolupament Local i Turisme, la Junta de Govern Local, en data de 4 de novembre de 2016, ha aprovat la convocatòria per a la concessió de subvencions en règim de concurrència competitiva per finançar activitats realitzades per les entitats representatives del sector comercial que tinguin com a objectiu el foment de la dinamització i promoció del comerç integrat en el teixit urbà de Girona, d'interès econòmic i social general de la ciutat.

El desenvolupament de les polítiques comercials locals requereix la participació activa del sector comercial i de les seves entitats representatives, així com dels agents que actuen en els diferents àmbits del món local, tant públics com privats.

Un element cabdal en el desenvolupament comercial són les actuacions impulsades pel teixit associatiu del sector comercial. En aquest sentit, esdevé convenient el suport a la creació, manteniment i consolidació del teixit associatiu comercial que permeti la implementació de projectes en l'àmbit del comerç urbà.

En aquesta convocatòria de subvencions s'ha inclòs com a despeses subvencionables:

- La captació i fidelització de clientela.
- L'elaboració de campanyes de comunicació, d'elements de comunicació i de lloguer d'espais publicitaris a mitjans de comunicació.

- L'assessorament i contractació externa per a l'elaboració i implementació de campanyes de comunicació.
- L'assessorament extern per a la millora de la imatge interna i externa dels establiments associats.
- La formació i assessorament extern per a la millora de la professionalització dels associats/des.
- Sous i salaris per al pagament de professionals que portin a terme tasques de dinamització comercial en el marc de les associacions.
- Les activitats d'animació per a la dinamització comercial, inclòs el manteniment i lloguer d'equipaments i subministraments per portar-los a terme.

Per a la valoració de les sol·licituds s'han tingut en compte el nombre d'associats, els metres lineals que abasta l'àmbit territorial de l'associació, el nombre d'accions proposades en la memòria, la professionalització de l'associació, els serveis que ofereix l'associació als seus associats, la participació activa i implicació en les accions que es realitzen a la ciutat durant tot l'any, la taxa d'atur del barri superior a la mitjana de la ciutat segons l'enquesta d'activitat realitzada per l'Ajuntament, el grau d'adequació de l'actuació sol·licitada a les necessitats comercials del territori que tinguin afinitat amb els plans i actuacions de l'Ajuntament de Girona, el grau d'innovació de l'actuació i el grau percentual de participació econòmica de l'associació amb recursos propis en el finançament del programa d'actuacions de la proposta actual.

La dotació pressupostària per aquesta convocatòria ha estat de 36.000,00 euros. L'import màxim de la subvenció ha estat definit en 20.000,00 euros per associació i s'ha definit una concessió màxima d'una subvenció anual per associació.

Subvencions destinades a les associacions de comerciants

Associació de Comerciants	Import Subvenció
Associació Girona Centre Eix Comercial	17.312,29 €
Associació de Comerciants del Carrer del Carme i Vista Alegre	5.232,56 €
Associació de comerciants de Santa Eugènia de Ter	7.504,98 €
Associació de Comerciants Zona U	5.950,17 €
Total	36.000,00 €

3.3. Esdeveniments comercials

Mercat nocturn 'Chic&Cheap'

La regidoria de Comerç, ha donat suport per tercer any consecutiu al mercat nocturn Chic&Cheap que es va dur a terme el 15 i 16 de juliol de 19h a 1h. Chic&Cheap és un mercat nocturn organitzat per l'empresa *Le Papier events*, que és realitza a la ciutat per potenciar i promocionar el comerç de Girona. Aquest esdeveniment és un concepte nou de rebaixes, que utilitza un dels espais verds més extensos i relaxants de la ciutat.

Evolució de parades al mercat nocturn 'Chic&Cheap'

Tipologia de parades	2013	2014	2015	2016
Comerç	30	34	28	25
Gastronomia	12	9	8	13
Total	42	43	36	38

L'oferta comercial i gastronòmica es va combinar amb diverses activitats i actuacions paral·leles com un observatori de les estrelles, activitats infantils, actuacions musicals i desfilades que van amenitzar una vetllada per la qual van passar més de 4.000 persones, majoritàriament famílies que buscaven una tarda a la fresca diferent.

Fira DO Empordà

Els dies 3, 4 i 5 de juny es va realitzar la quarta edició de la fira "Tocs de Vi de l'Empordà a Girona", a la plaça Independència, on es va poder gaudir de tastets de vi i gastronòmics als estands dels cellers i restauradors del voltant de la plaça.

Evolució fira "Tocs de vi de l'Empordà a Girona"

	2013	2014	2015	2016
Nombre de persones assistents	8.000	10.000	10.000	10.000
Nombre de degustacions	40.000	50.000	50.000	50.000

Aquesta acció va implicar una elevada dinamització econòmica dels establiments de la plaça de la Independència, a més de la promoció dels productes gastronòmics de la zona, ja que en un cap de setmana van haver-hi més de 10.000 participants i més de 50.000 degustacions.

Es va instal·lar un envelat a la plaça Independència, en el qual van participar un total de 13 cellers: Celler Arché Pagès, Oliveda, La Vinyeta, Peralada, Empordàlia, Espelt, Mas Llunes, Celler Cooperatiu d'Espolla, Vinyes dels Aspres, Mas Vida, Agrícola de Garriguella, Pere Guardiola, Masetplana.

Com a novetat d'enguany, s'han programat onze tastos de vins a diversos espais emblemàtics de la ciutat, com són: els Jardins dels Alemanyans, la terrassa del Museu d'Història, el pati del Museu d'Història dels Jueus, el Museu d'Art, la Casa Masó, l'Església de Sant Lluc i a una de les torres de la muralla de Girona des d'on es projecta una panoràmica magnífica de la ciutat. Aquests tastets es van organitzar per onze cellers diferents i van tenir lloc del dimecres 1 fins el dissabte 4 de juny. Es podia reservar plaça a través del web de la D.O. Empordà, per un preu de 7 euros, que incloïa el tast de vins d'aproximadament una hora de durada i una invitació de cinc tiquets i copa per a la fira de la Pl. Independència. Així, la incorporació aquest any de tastets a espais emblemàtics de la ciutat ha suposat, d'una banda, poder estendre l'esdeveniment més enllà del seu nucli central, la Plaça Independència, per reforçar el coneixement dels valors monumentals de la ciutat i generar activitat en els museus i, d'altra banda, donar l'oportunitat als cellers de mostrar d'una manera més didàctica i atractiva els seus productes i portar a terme una tasca prescriptora més profunda.

Fira de la cervesa artesana

Els dies 15, 16 i 17 d'abril de 2016 es va realitzar la segona edició de la fira de la Cervesa Artesana a la Plaça Independència, on es va poder gaudir de tastets de cervesa i gastronòmics als estands dels cervesers i restauradors del voltant de la plaça.

La fira ha estat organitzada conjuntament per l'Associació El Tirador de Cervesa artesana de les comarques gironines i per l'Associació de Bars i Restaurants de la Plaça Independència. La primera és una associació sociocultural que es constitueix com una entitat sense ànim de lucre. El seu objectiu és agrupar i representar els cervesers artesans de les comarques gironines per ajudar a fer conèixer la cervesa artesana a la demarcació i difondre les seves qualitats i els seus mètodes d'elaboració. Pel que fa a l'Associació de Bars i Restaurants de la Plaça Independència, aquesta té per objectiu promoure i potenciar els comerços d'hostaleria que desenvolupen la seva activitat a la Plaça la Independència i al centre històric de Girona.

Girona Street Food Market

El 17 de desembre de 2016 ha tingut lloc el tercer Girona Street Food Market al carrer Migdia, una trobada de *food trucks* amb encant que durant tot el dia han ofert productes alimentaris per degustar en taules i cadires ubicades a cada extrem del carrer i amenitzades per tres actuacions musicals: una actuació de vermut al migdia, una actuació infantil a la tarda i una sessió de DJ a la nit.

Aquest esdeveniment va estar organitzat per *Le Papier Events* amb la col·laboració de la regidoria d'Ocupació, Empresa i Comerç. Aquest 2016 hi han participat 2 food trucks noves.

Evolució de les parades

Street food market	2014	2015	2016
Nombre de Food trucks	16	21	23

Font: Elaboració pròpia Ajuntament de Girona

3.3.1. Campanya de Nadal: Il·luminació i activitats

La il·luminació de Nadal

L'Ajuntament de Girona està apostant per impulsar noves fórmules per incentivar l'activitat econòmica, comercial i turística de la ciutat i, al mateix temps, fer de la ciutat un referent en desenvolupament sostenible. Per això el consistori, a través de la il·luminació nadalenca, dinamitza el talent creatiu i la innovació, dota la ciutat d'activitats que fomentin els valors socials, culturals i de convivència de la ciutadania, millora la cohesió social, la connexió entre barris i dona la benvinguda als visitants.

Amb aquest objectiu es duu a terme la convocatòria d'un concurs públic per tal de contractar, a una empresa especialitzada en el sector, el servei integral de muntatge, desmuntatge i manteniment de l'enllumenat especial durant les festivitats nadalenques.

Aquesta acció està consensuada amb les associacions de comerciants de la ciutat que, degut a la manca de recursos i la falta de dotació econòmica, deleguen la coordinació i lideratge de la campanya de Nadal al consistori.

L'esforç i l'aposta de millora per part l'Ajuntament es fa evident en el total d'espais treballats l'any 2015 i 2016, que passa de 42 a 62 espais, respectivament, i que queden representats en les següents taules. El canvi de nomenclatura i ordenació del 2015 al 2016, que ha passat d'anomenar els espais amb el nom de 'sectors' en comptes de 'zones', s'ha fet per adaptar-se a la segmentació normalitzada de la UMAT de l'Ajuntament i per ser més precisos en l'extracció de les dades.

Número totals de carrers il·luminats per zones 2011-2015

Zona	2011	2012	2013	2014	2015
Barri Vell	12	10	7	7	10
Mercadal	8	8	3	6	10
Eixample, Salvador Espriu i Carme	12	17	7	8	10
Sant Narcís i Devesa	8	8	7	7	6
Santa Eugènia i Can Gibert	2	2	2	2	3
Pedret, Pont Major, Montjuïc i Fontajau	0	5	0	0	3
Total general	42	50	26	30	42

Número totals d'espais il·luminats per sectors 2016-2017

Sector	2016
Barri Vell	16
Mercadal	11
Carme	1
Eixample Nord	16
Eixample Sud	4
Sant Narcís	2
Santa Eugènia	3
Can Gibert	1
Pont Major	2
Taietà	1
Sant Ponç	1
Fontajau	1
Germans Sàbat	1
Montilivi	2
Total general	62

L'aposta per reforçar l'enllumenat especial sobre els **eixos comercials dels barris** s'ha concretat sobre Pont Major, Taietà, Sant Ponç, Fontajau, Germans Sàbat i Montilivi en els següents espais:

Pl. Sant Feliu	C. Ramon Muntaner
Pont de Pedra	Pl. de la Devesa
Pont Peixeteries Velles / Eiffel	R. Països Catalans
Pujada Pont de pedra	C. Caldes de Montbui
C. Mercaders	Pl. President Lluís Companys
C. Abeuradors	C. Taialà
Pl. de les Castanyes	Pl. Germans Sàbat
C. Figuerola	C. Lluís Pericot
R. Ass. de Catalunya	C. Andreu Tuyet i Santamaria
R. Pedret	R. Santa Eugènia

També s'ha apostat, conjuntament amb l'empresa adjudicatària, per crear i reforçar espais singulars dins l'eix comercial del Barri Vell- Mercadal en els següents espais:

Pl. Sant Feliu
Pj. Sant Feliu
Pont de Pedra
Pont Peixeteries Velles / Eiffel
Pl. Independència
C. Nou
Pl. Calvet i Rubalcaba (Lleó)

Aquest any també s'ha apostat per escollir quatre punts estratègics de connexió entre barris donant vida i visibilitat a nous espais singulars de la ciutat amb la creació de quatre instal·lacions lumíniques de caràcter genuí. Aquests espais són la **rotonda del pont de Pedret, la plaça de l'Assemblea de Catalunya, la rotonda Güell-Santa Eugènia i la plaça dels Països Catalans**. Per a la creació i disseny de les instal·lacions de les rotondes s'ha reflexionat a partir de criteris de sostenibilitat, fent ús de materials reutilitzables de baixa inversió econòmica i adequats a la morfologia existent, per tal d'oferir una nova imatge nocturna de la ciutat.

El concurs públic per la contractació en règim de lloguer del subministrament d'enllumenat ornamental nadalenc 2016 a la ciutat de Girona és per un import de 119.834,71 euros (145.000,00 euros, IVA inclòs). L'empresa Il·luminacions Ximenez SL surt amb la millor puntuació i amb un import total de 115.640,49 euros (139.924,99 euros, IVA inclòs).

Activitats de Nadal

Suport en la campanya de Nadal a la Zona Eix Comercial Girona Centre

L'Ajuntament de Girona ha finançat la il·luminació nadalenca de tota la zona de l'Eix Comercial Girona Centre per fer una campanya de Nadal de comerç i turisme amb elements d'atracció basats en el reforç de les activitats de dinamització comercial i la il·luminació dels carrers comercials.

Així mateix, la secció de comerç ha organitzat diverses actuacions musicals, teatrals i tallers en emplaçaments de l'àmbit de l'eix comercial, com són: la Plaça de la Independència, Plaça Pompeu

Fabra, carrer Migdia, Rambla de la Llibertat i Pujada del Pont de Pedra, així com un taller per la mainada. S'han sufragat les despeses tant directes com indirectes (llum, escenari, equip de so, etc.), amb un cost superior a 6.000 euros.

FiraNadal

La FiraNadal té lloc a la Plaça Independència durant quasi tot el mes de desembre fins el dia de Reis.

És el mercat a l'aire lliure de referència per les compres d'artesanía durant la campanya nadalenca. A les parades s'hi poden comprar objectes nadalencs de diferent tipologia. Aquest any hi ha hagut un total de 32 parades amb productes d'artesanía, alimentació, regal, peces per fer un pessebre, ornaments, plantes i arbres de Nadal, entre d'altres.

3.4. Màrqueting comercial

Desenvolupament de les eines TIC

S'han desenvolupat les següents eines i instruments relacionats amb les noves tecnologies:

- 1) Creació i dotació de continguts de l'apartat de comerç del web municipal www.girona.cat.
- 2) Web de turisme: Creació i dotació de continguts de l'apartat de comerç al web de turisme www.girona.cat/turisme
- 3) Xarxes socials: Perfil específic de turisme i comerç amb dotació diària de continguts a: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram.
- 4) Girona in. Validació de dades i dotació de contingut de l'apartat de "compres" i "professionals" de l'aplicatiu Girona In. Atenció a l'usuari, gestió d'incidències i intermediació entre els serveis tècnics i les persones usuàries.

Girona IN	2012	2013	2014	2015	2016
Empreses actives	536	634	660	754	794

Font: Elaboració pròpia Girona In

Actualment hi ha 794 empreses, 40 més que l'any anterior i 788 negocis que estan actius en el servei www.gironain.cat.

3.5. Autoritzacions a la via pública d'accions de dinamització comercial

La regidoria de Comerç ha tramitat, durant el 2016, les següents accions de dinamització comercial organitzades per col·lectius i/o professionals del sector, donant el suport necessari per dur a terme l'esdeveniment fent d'enllaç entre les diverses àrees (Mobilitat, Atenció al Ciutadà, Policia Municipal, etc.) com en la cessió de material municipal o, en alguns casos, col·laborant en la mateixa organització.

- Mercat nocturn Chic & Cheap, el 15 i 16 de juliol de 2016 a la zona verda de Fontajau, organitzat per Le Papier Barri Vell per ampliar l'oferta d'oci a l'estiu i promocionar els comerços i la gastronomia local de disseny.
- Fira Tocs de Vi de l'Empordà, el 3, 4 i 5 de juny de 2016 organitzada per DO Empordà i l'Associació de Bars i Restaurants de la Plaça Independència.

- Fires i mercats al carrer pel “Girona, 10”, els dies 29, 30 i 31 de gener de 2016.
- Fira de la cervesa artesana, el 15, 16 i 17 d’abril de 2016.
- Street Food Market, el 17 de desembre de 2016.
- Girona Fashion Day, els dies 30 d’abril i 8 d’octubre.
- Fashion Cycle Girona, 8 d’octubre.
- Botiga al carrer:

Entitat organitzadora	Dates	Ubicació
Botiguers de la Plaça de Marquès de Camps i del carrer de Santa Eugènia	21 de maig	Plaça de Marquès de Camps i carrer de Santa Eugènia
Girona Centre Eix Comercial	28 de maig	Creu, Migdia i Pare Claret
Girona Centre Eix Comercial	4 de juny	Santa Clara, Nou, Hortes, Sant Francesc, Rambla, Plaça Catalunya, Argenteria i Plaça del Vi
Associació de comerciants de la Zona U	4 de juny	Carrer Nou i av. Sant Francesc
Associació de botiguers del carrer Ballesteries	4 de juny	Carrer Ballesteries
Associació de veïns i comerciants de Sant Feliu	4 de juny	Plaça de Sant Feliu
Botigues de Taialà	10 de juny	Carretera de Taialà, davant l'Escola de Taialà
Girona Centre Eix Comercial	1 d'octubre	Creu, Migdia i Pare Claret, Santa Clara, Hortes, Nou, Sant Francesc, Rambla, Argenteria, Plaça del Vi i Plaça Catalunya

3.6. Concertació

Taula de Promoció de la Ciutat de l’Agència de Promoció Econòmica

La Taula de Promoció de la ciutat s’emmarca dins l’Agència de Promoció Econòmica sota l’objectiu de crear sinèrgies i treballar conjuntament per a la promoció de la ciutat. La creació d’aquesta taula respon a la voluntat de crear un full de ruta per fer de Girona una destinació turística, comercial i d’interès cultural.

Aquestes taules es presenten amb un ordre del dia i es recull l’acta que, posteriorment, es fa arribar a tots els membres per tal que la validin.

Pel que fa a la sistemàtica de treball de la Taula, la proposta és de 3 reunions ordinàries anuals (maig, octubre i febrer) amb una composició de membres flexibles atenent als objectius que es persegueixin i la creació de grups de treball per guanyar en operativitat.

El dia 14 de juny de 2016, s’ha convocat i creat la primera Taula de Promoció de la ciutat des de l’Agència de Promoció Econòmica.

En aquesta primera reunió, s’ha tractat la missió, composició i funcionament de la taula. S’ha fet la proposta de projectes i de funcionament, també s’ha parlat de les línies de treball i mecanismes que permetin dinamitzar l’economia de la ciutat en l’àmbit del comerç, turisme i cultura.

El dia 25 d'octubre de 2016, s'ha realitzat la segona Taula de Promoció de la ciutat, on s'ha aprovat l'acta de la sessió anterior. S'ha fet la presentació dels projectes en curs i, finalment, s'ha obert un torn obert de paraules per debatre i consensuar els temes d'interès comú dels assistents.

1. REPRESENTACIÓ PLENARI

Representació política

CIU

ERC-MÉS

CUP

PSC

C's

PP

Representació institucions i entitats

Cambra de Comerç

FOEG - Federació d'Organitzacions Empresarials de Girona

PIMEC

Generalitat. Serveis Territorials d'Empresa i Ocupació a Girona

AEROPORT DE GIRONA-COSTA BRAVA. AENA Aeroports

AENTEG - Associació d'Empreses de Noves tecnologies de Girona

AVE RENFE

1. REPRESENTACIÓ SECTORIAL

Secció comerç

Associació de comerciants de la Plaça del Mercat de Girona

Associació Comerciants El Centre Eix Comercial

Associació de Comerciants i serveis Carne - Vista alegre

Associació comerciants Can Gibert del Pla

Associació comerciants Sant Narcís Sector Sud - Pl. Assumpció

Associació comerciants Santa Eugènia

Associació comerciants de la zona U

Secció turisme

Associació d'Hostaleria, Turisme i Restauració de Girona

Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Consell Comarcal del Gironès

Facultat de Turisme de la UDG

Institut de Recerca en Turisme (Insetur)

Girona Bons Fogons

Escola d'Hostaleria i Turisme de Girona

Servei de Turisme Ajuntament de Girona

Girona City Convention Bureau

Palau de Congressos Girona

Fira de Girona

Associació de Guies de Girona

Associació Guies de Natura Gironès

Associació Turística d'Apartaments Costa Brava Pirineu de Girona

Secció cultura

Àrea Cultura Ajuntament de Girona

Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural. ICRPC

ERAM

Casa de la Música / La Mirona

Temporada Alta - Bitó Produccions

Girona Ciutat de Festivals

Sector cinema

Sector creadors

Escola de Teatre Galliner

Festival Inund'art

Festivalot

Associació Athenea de música clàssica de Girona

La Volta

Cookingirona

Reunions de divulgació

Reunió explicativa Reempresa: el dia 14 de novembre, a les 11h a l'auditori de la Mercè, s'ha realitzat una reunió informativa sobre el programa Reempresa. Des de la secció de comerç se n'ha fet el seguiment i la divulgació entre el sector.

Un tècnic del programa ha explicat a les associacions de comerciants quin és el funcionament d'aquest programa i n'ha ofert els serveis.

Reunió amb diverses informacions d'interès: El dia 7 de desembre de 2016 a les 14 h a la Sala Miquel Diumé s'han convocat les associacions de comerciants per donar diverses informacions:

- Informació del dispositiu per disminuir la venda d'alcohol a menors a càrrec de l'Inspector en Cap de la Policia Municipal, el Sr. Joan Jou Matamala.
- Informació del festival "Sea Otter Europe Girona – Costa Brava", a càrrec del Director d'Operacions, el Sr. Oriol Sallent.

Reunions associacions de comerciants

Reunions periòdiques amb totes les associacions de comerciants de la ciutat i establiments de grans superfícies per tractar temes d'interès general i d'importància pel sector, per exemple: llums de Nadal, Girona Temps de Flors, Girona 10 o els festius d'obertura comercial.

Per tercer any consecutiu, la regidoria de Comerç va reunir el sector comercial de la ciutat (associacions de comerciants i grans superfícies) per acordar aquestes dates i consensuar la petició d'establir els dies 12 d'octubre i 4 de desembre de 2016 com a festius d'obertura autoritzada.

Per tant, el calendari oficial de festius amb obertura comercial autoritzada per al municipi de Girona durant l'any 2016 ha estat:

- 3 i 10 de gener
- 3 de juliol
- 15 d'agost
- 12 d'octubre
- 4, 6, 8, 11 i 18 de desembre

Junta de marxants

Reunions periòdiques amb el gremi de marxants de les comarques gironines, l'associació de marxants de Girona i l'associació cultural monàrquica de Girona per tractar temes d'importància del mercat de les Ribes del Ter, com escombraries, aparcament, distribució del mercat, altes i baixes, etc.

Mercat del Lleó

Reunions periòdiques amb el representant del Mercat del Lleó per tractar temes d'importància del Mercat i de Mercagirona, amb qui és té interlocució específica i a qui es convida també a les reunions periòdiques amb la resta d'associacions de comerciants.

Reunions de turisme

Reunions periòdiques amb el sector d'hostaleria, turisme i comerç per decidir temes i accions importants per a la ciutat, per exemple: campanyes de difusió, Girona 10, estratègies conjuntes.

3.7. Comerç no sedentari (mercats a la via pública)

3.7.1. Nova ordenança per a la venda no sedentària en mercats de marxants de Girona

La Directiva 2006/123/CE, del Parlament europeu i del Consell, de 12 de desembre de 2006, relativa als serveis en el mercat interior, obliga els Estats membres de la Unió Europea a la transposició al seu Dret intern d'un principi fonamental general, com és la llibertat d'accés i exercici a les activitats de serveis, amb la transformació del sistema administratiu tradicional del control previ dels requisits exigibles (llicència) a un control posterior del seu compliment (inspecció). Alhora, també estableix les excepcions relatives al principi i, per tant, quan és possible sotmetre a control previ una activitat de serveis, si bé només en els casos i amb subjecció a les condicions previstes a la Directiva.

Pel que fa a la venda no sedentària, mitjançant la Llei 1/2010, d'1 de març, de reforma de la Llei 7/1996, de 15 de gener, d'ordenació del comerç minorista, es va adaptar el marc normatiu estatal en aquesta matèria, d'acord amb els criteris següents:

- a) Manteniment del règim d'autorització administrativa prèvia, tenint en compte que el desenvolupament d'aquesta activitat requereix l'ocupació de sòl de titularitat pública.
- b) La durada de les autoritzacions no pot ser indefinida, atès que el sòl públic disponible és un recurs limitat. En tot cas, la durada de les autoritzacions ha de permetre l'amortització de les inversions i una remuneració equitativa dels capitals invertits.
- c) En el procediment per a l'atorgament de les autoritzacions s'ha de garantir la transparència i la imparcialitat i, en concret, l'adequada publicitat de l'inici, el desenvolupament i la finalització.
- d) Els procediments d'atorgament d'autoritzacions no poden permetre renovacions automàtiques ni avantatges per als titulars cessants ni per a les persones amb què es trobin especialment vinculades.

D'altra banda, la Llei 27/2013, de 27 de desembre, de racionalització i sostenibilitat de l'Administració local, que modifica la Llei 7/1985, de 2 d'abril, reguladora de les bases del règim local, determina que el comerç ambulant forma part de les competències pròpies que correspon exercir als municipis dins del marc normatiu establert per la legislació estatal i les comunitats autònomes.

En l'àmbit territorial de Catalunya, l'aprovació de la Directiva de serveis en el mercat interior ha suposat la modificació del Text refós sobre comerç interior, que també regula la venda no sedentària, dels preceptes de la Llei 1/1983, de 18 de febrer, i la Llei 23/1991, de 29 de novembre, aprovat pel Decret legislatiu 1/1993, de 9 de març, mitjançant el Decret legislatiu 3/2010, de 5 d'octubre, per a l'adequació de normes amb rang de llei a la Directiva de Serveis. Posteriorment el Decret legislatiu 3/2010, en l'apartat relatiu a la venda no sedentària ha estat modificat per la Llei 7/2011, de 27 de juliol, de mesures fiscals i administratives. Correspon als ajuntaments, mitjançant les corresponents ordenances municipals, determinar els criteris d'atorgament de les autoritzacions.

A partir d'aquests antecedents, la Generalitat de Catalunya desenvolupa reglamentàriament el marc normatiu català, per tal de delimitar els aspectes que configuren l'exercici d'aquesta activitat econòmica sotmesa al règim d'autorització prèvia, tot establint les bases i els criteris comuns en què s'han de basar les diferents ordenances que els ajuntaments aproven en exercici de les seves competències. Per tal de disposar d'aquests criteris comuns, aprova del Decret 162/2015, de 14 de juliol, de venda no sedentària en mercats de marxants, que estableix en la seva disposició transitòria que en el termini màxim d'un any a comptar des de la seva publicació, els ajuntaments que ja disposin d'una ordenança municipal de la venda no sedentària han d'adaptar-ne el contingut als termes que estableix el susdit Decret, i els ajuntaments que hagin autoritzat la venda no sedentària sense disposar d'ordenança municipal reguladora d'aquesta activitat han d'aprovar l'ordenança que n'empari l'exercici en el seu terme municipal, d'acord amb els paràmetres continguts en aquest Decret.

En el marc del procediment esmentat fins ara, l'Ajuntament de Girona opta per l'aprovació d'una nova ordenança.

En data 2 de maig de 2016 s'aprova, per comissió informativa, la proposta de modificació esmentada anteriorment.

Finalment, el Ple de la Corporació, en sessió ordinària celebrada el dia 10 de maig de 2016, aprova l'Ordenança per a la venda no sedentària en mercat de marxants de Girona.

L'ordenança municipal regula l'equilibri d'oferta comercial dels mercats de venda no sedentària de Girona, que per cada mercat es distribueix de la següent manera:

L'Ajuntament estableix, com a equilibri d'oferta comercial i per a la gestió d'altres i baixes del mercat setmanal del dimarts al Parc municipal de la Devesa, la distribució que s'indica en el següent quadre:

Tipologia comercial	Dimarts Devesa
Equipament tèxtil de la persona	50-60%
Equipament de la llar	5-10%
Sabateria i accessoris	12-18%
Quotidià alimentari	15-20%
Quotidià no alimentari	1-5%
Bars i venda de menjar preparat	1-5%
Altres	1-5%
Total	100%

L'Ajuntament estableix, com a equilibri d'oferta comercial i per a la gestió d'altres i baixes del mercat setmanal del dissabte al Parc municipal de la Devesa, la distribució que s'indica en el següent quadre:

Tipologia comercial	Dissabte Devesa
Equipament tèxtil de la persona	50-60%
Equipament de la llar	5-10%
Sabateria i accessoris	10-15%
Quotidià alimentari	15-20%
Quotidià no alimentari	1-5%
Bars i venda de menjar preparat	1-5%
Altres	1-5%
Total	100%

L'Ajuntament estableix, com a equilibri d'oferta comercial i per a la gestió d'altres i baixes del mercat setmanal del dijous a Can Gibert del Pla, la distribució que s'indica en el següent quadre:

Tipologia comercial	Dijous Can Gibert
Equipament tèxtil de la persona	40-50%
Equipament de la llar	5-10%
Sabateria i accessoris	10-15%
Quotidià alimentari	25-35%
Quotidià no alimentari	1-5%
Bars i venda de menjar preparat	1-5%
Altres	1-5%
Total	100%

3.7.2. Mercat de Can Gibert

Situació: Carrer de Sant Sebastià

Horari: Dijous de 9 a 13 h

Parades del Mercat de Can Gibert

Mercat Can Gibert	parades	metres
Fruita i verdures	9	73
Altres	12	96
Total	21	169

Evolució del nombre i tipologia de parades del Mercat de Can Gibert

Mercat Can Gibert	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Fruita i verdures	6	6	6	6	6	6	9
Varis	15	21	21	15	14	13	9
Embotits, pesca salada	1	0	0	2	2	2	2
Xurreria	1	1	1	1	1	1	1
Total	23	28	28	24	23	22	21

Font: Elaboració pròpia

Sistema de parades del Mercat de Can Gibert

Caracteritza el mercat de Can Gibert un sistema unificat de parades, el muntatge de les quals es fa mitjançant el servei d'una empresa externa. És per aquest motiu que, mitjançant Decret de l'Alcaldia de data 17 d'abril de 2014, s'ha adjudicat el servei auxiliar corresponent a la guarda, neteja, muntatge i desmuntatge de les parades del mercat ambulant de Can Gibert del Pla a la Fundació Mas Xirgu per un període de 2 anys, prorrogable per un any més, per un cost de 21.417,43 euros anuals (IVA inclòs) i que serà vigent fins al 2017.

3.7.3. Mercat de les Ribes del Ter

El mercat de les Ribes del Ter ha estat testimoni de continus canvis al llarg de la seva història: els canvis en els hàbits de les persones consumidores, l'alta competitivitat, el ressorgiment de noves fórmules comercials, etc. Tot i això, el sector de venda ambulant a la ciutat continua esdevenint un dels seus elements més representatius, conservant la seva essència com a lloc d'intercanvi, de negocis i de punt de trobada social.

Serveis: Tant els marxants com les persones usuàries del mercat poden gaudir dels serveis de recollida selectiva de brossa, oficines per a l'atenció personalitzada, lavabos a disposició del públic i els marxants, canviador de nadons i zona de pícnic propera al mercat.

Horari: Dimarts i dissabtes al matí.

Parades del Mercat de les Ribes del Ter

Mercat Dimarts	parades	metres
Fruita i verdures	34	338
Altres	154	1212
Total	188	1550

Mercat Dissabte	parades	metres
Fruita i verdures	39	379
Altres	175	1285
Total	211	1664

Baixes i canvis de titularitat

Durant el 2016 s'han produït un total de 16 transmissions.

3.7.4. Fires i mercats al carrer

Girona acull, al llarg de l'any, una gran varietat de fires i mercats al carrer, activitats que esdevenen un atractiu més per a molts dels seus visitants i que la converteixen en una ciutat activa i plena de vida.

S'ha renovat el permís anual de les Fires d'artesanía setmanals al Pont de Pedra i Santa Clara, Mercat de la Lleona, Mercat Filatèlic, Artistes Plàstics, Mercat d'alimentació artesana i Artesans de la terra i se n'ha fet el seguiment.

S'ha continuat realitzant un control i seguiment del Mercat de les Flors dels dissabtes a la Rambla de la Llibertat.

Relació de fires i mercats al carrer 2016

Relació de fires i mercats al carrer	
Fira d'artesanía i productes artesans alimentaris plaça Miquel Santaló	Alimentació i artesanía de Fires de Sant Narcís
Fira de productes artesans Pont de Pedra	Fira del dibuix del 1 de novembre
Fira de productes artesans Santa Clara	Fira d'alimentació del 1 de novembre
Fira de pintura del carrer Mercaders i Abeuradors	Fira del mineral del 1 de novembre
Mercat de les flors	Fira de brocanters i demostració artesana del 1 de novembre
Mercat de la Lleona	Firanadal
Fira setmanal d'art	Mercat d'arbres i productes de Nadal
Fira d'alimentació artesana de la Rambla i Argenteria	Fira del Ram
Fira del col·leccionisme	Fira de Sant Jordi

Productes artesans d'alimentació i llibres de Fires de Sant Narcís

Mercat de la Volta Art KM0

Algunes de les fires i mercats de caràcter anual més destacables són:

Sant Jordi

El 23 d'abril, com cada any, s'ha celebrat la diada de Sant Jordi amb la instal·lació de les parades sol·licitades per a la venda de llibres i roses a la Rambla Llibertat i Plaça Catalunya. També s'han concedit parades a entitats sense ànim de lucre per fer difusió de les seves activitats.

Durant la diada, també es permet l'ocupació de la via pública davant dels establiments dedicats professionalment a la venda de llibres i roses que ho han sol·licitat, així com la instal·lació de parades d'artesanía al Pont de Pedra i Santa Clara.

Relació de parades per Sant Jordi

Zones	Parades
A la Rambla Llibertat i Pl. Catalunya	123 de llibreries, floristeries i entitats
A l'interior de la Pl. Catalunya	40 d'estudiants
Al davant d'establiments comercials per tot Girona	26
Total	189

Fira d'alimentació artesana a la Pl. Independència (Fires de Sant Narcís)

Amb la finalitat de donar uniformitat a les parades i millorar la imatge d'aquesta Fira, en aquesta edició s'ha procedit al lloguer i instal·lació de carpes per a tots els paradistes. El cost de l'actuació s'ha assumit a través d'una nova taxa.

S'han instal·lat un total de 43 parades.

Fires de promoció de la ciutat

Girona ha participat en les activitats organitzades en el marc de la tradicional Nit Pastel d'Albi, el dia 4 de juny de 2016.

En aquesta edició de la Nit Pastel, l'Ajuntament de Girona hi ha participat sota la imatge de Catalunya portant un correfoc pels carrers de la ciutat a càrrec dels Diables de l'Onyar, i organitzant un "gastro marché catalan" a la plaça de la Catedral d'Albi. També han comptat amb el comissariat, des del "Bòlit, Centre d'Art Contemporani, Girona", de l'exposició "Le dialogue dels contraires".

3.8. Mercat Municipal d'Abastaments minorista, Mercat del Lleó

El Mercat Municipal d'Abastaments és el centre de distribució de producte fresc de la ciutat: carn, peix, fruites i verdures, queviures, etc. El mercat, que es troba situat a la plaça Francesc Calvet i Rubalcaba, popularment coneguda com a Plaça del Lleó, destaca per l'excel·lent qualitat dels seus productes i el tracte personal i quotidià al client.

El seu horari és de dilluns a divendres de 07:00 a 14:00 h. Divendres tarda de 17:00 a 20:30 h. Dissabtes i vigílies de festius de 06:00 a 14:30 h.

Té una superfície de planta de 1.712m² distribuïts, quasi a parts iguals, entre parades i passadissos i amb un lineal de venda de quasi mig quilòmetre.

Parades

Hi ha 59 punts de venda: 11 de vianda (carnisseries, cansaladeries, xarcuteries), 10 de peix i marisc, 9 de fruites i verdures, 6 d'aviram i cacera, 8 de plats cuinats, 3 de pesca salada, 3 fruits secs i llaminadures, 2 fleques i 7 d'altres activitats.

A l'exterior, encerclant l'edifici, hi ha una gran diversitat de parades amb productes de pagès i venedors d'articles no alimentaris.

Actuacions i/o millores rellevants

- S'ha procedit a la pintura total de l'edifici. Parets interiors i exteriors, finestrals, encavallades, soterrani i atells.
- S'han instal·lat, en consideració al descans de les persones usuàries, especialment les de més edat, set bancs de dimensions ajustades als espais que permeten els passadissos.
- S'ha reordenat i regulat l'estacionament dels vehicles industrials dels paradistes interiors i exteriors. Partint d'una situació de mal ús de l'espai i d'aparcament indiscriminat a la Plaça d'en Francesc Calvet i Rubalcaba, s'ha delimitat una zona d'aparcament i una altra per a les parades dels pagesos. Controlat mitjançant un sistema d'identificacions únicament s'autoritza l'estacionament, durant les hores de mercat, dels vehicles acreditadament industrials dels concessionaris interiors o paradistes exteriors del mercat.
- S'ha elaborat el projecte d'il·luminació de l'edifici del Mercat i d'elements adjunts com ara la rotonda que confronta el carrer Ultònia amb la plaça Calvet i Rubalcaba, el monument del lleó i el plàtan de la mateixa, amb la proposta de generar una continuïtat lumínica que enllaci les zones comercials de l'Eixample i el Barri Vell.
- S'ha assolit un nou el conveni de col·laboració amb l'Associació de Comerciants de la Plaça Mercat per a la promoció comercial.
- S'ha col·laborat amb els actes promoguts o participats per l'Associació de Comerciants de la Plaça Mercat, "Girona 10", "Carnestoltes" i "Nit de Flors i Sabors", facilitant la vigilància de les instal·lacions, la logística de neteja, el subministrament de tanques i cubells i coordinant-ne les activitats pròpies de l'interior del Mercat amb les actuacions de caire general a l'exterior del mateix.

Evolució de les parades del Mercat del Lleó i tipologia

Mercat del Lleó	1982	1990	2000	2010	2016
Carnisseria, cansaladeria i xarcuteria	23	22	16	11	11
Peix i marisc	16	14	9	9	10
Fruïtes i verdures	38	25	13	9	9
Plats cuinats	1	4	4	5	6
Aviram i cacera	10	10	7	6	5
Pesca salada	5	5	4	3	4
Altres activitats	16	14	13	15	14
Total	109	94	66	58	59

Font: Elaboració pròpia

Si observem l'evolució de les parades del Mercat del Lleó veiem que, amb el pas dels anys, ha disminuït el nombre de titulars o, vist d'altra manera, les parades s'han fet més grans.

3.9. Mercat Municipal d'Abastaments majorista, Mercagirona

MercaGirona és el centre d'abastament a l'engròs de fruita i verdura més important de la demarcació de Girona i exerceix com un dels eixos dinamitzadors del comerç de producte fresc. A més d'abastir els centres d'alimentació en diferents formats, té presència destacada als mercats municipals, a l'hostaleria, a la restauració i en instal·lacions diverses com escoles, residències i hospitals. Un 62% dels seus productes provenen d'altres centrals majoristes; un 27%, del País Valencià, Múrcia i Almeria; un 9% són gironins o catalans i un 2% provenen de diferents zones de l'estat espanyol i resta del món.

Actuacions i/o millores rellevants

- S'ha construït un mur perimetral de 75 metres lineals que acaba de delimitar el total perimetral del mercat. S'hi ha instal·lat una tanca superior i s'ha fet distribució d'espais d'emmagatzematge.
- S'ha procedit a la instal·lació de vinils a les lluernes per esmorteir l'impacte solar i de temperatura a l'interior de l'edifici.

Evolució de la procedència de fruites i verdures (Kg)

		Comarques gironines	Zona del Maresme	Centrals majoristes	Resta de Catalunya	València, Múrcia i Almeria	Resta de zones	Total en Kg
Total	2012	2.307.270	1.490.170	22.809.000	969.900	15.666.000	2.567.100	45.809.440
% s/	2011	-16,89	-11,99	17,36	-7,73	11,96	-12,09	9,41
Total	2013	2.376.860	1.283.700	21.382.500	1.281.100	15.031.600	2.190.500	43.546.260
% s/	2012	3,02	-13,86	-6,25	32,09	-4,05	-14,67	-4,94
Total	2014	2.163.450	1.093.010	21.563.300	1.434.000	13.586.500	2.035.000	41.875.260
% s/	2013	-8,98	-14,85	0,85	11,94	-9,61	-7,10	-3,84
Total	2015	2.176.230	974.920	25.456.800	1.689.000	13.917.000	2.295.500	46.509.450
% s/	2014	0,59	-10,80	18,06	17,78	2,43	12,80	11,07
Total	2016	1.640.000	1.010.425	29.307.400	1.547.500	12.678.400	1.153.000	47.336.725
% s/	2015	-24,64	3,64	15,13	-8,38	-8,90	-49,77	1,78

Font: Elaboració pròpia

El volum de comercialització de fruites i verdures ha tingut un creixement rellevant en els darrers exercicis, tot i que durant els anys 2013 i 2014 s'apreciés un lleuger retrocés. Durant l'exercici 2015 es va reprendre un rellevant increment que s'ha consolidat aquest 2016 amb un valor de 47.337 tones i que ha esdevingut el rècord dels trenta-dos anys de funcionament del mercat.

Evolució entrades de vehicles

		Turismes	Furgonetes	Camions (≤3.500kg)	Camions (>3.500kg)	Total vehicles
Total	2012	10.205	13.793	8.701	9.467	42.166
% s/	2011	11,25	-0,12	9,16	4,67	5,42
Total	2013	9.875	14.384	8.291	8.868	41.418
% s/	2012	-3,23	4,28	-4,71	-6,33	-1,77
Total	2014	11.559	14.655	8.357	9.218	43.789
% s/	2013	17,05	1,88	0,80	3,95	5,72
Total	2015	11.782	15.256	8.685	9.528	45.251
% s/	2014	1,93	4,10	3,92	3,36	3,34
Total	2016	12.448	15.790	8.460	9.838	46.536
% s/	2015	5,65	3,50	-2,59	3,25	2,84

Font: Elaboració pròpia

L'evolució en l'entrada de vehicles segueix, amb matisos, un comportament similar i a l'alça. Cal tenir en compte la concentració de bona part de l'activitat en dos dies a la setmana, dilluns i dijous, i la creixent refrigeració de les instal·lacions i vehicles dels compradors, que permeten espaiar les assistències.

Evolució gestió de residus (Kg)

		Orgànica	Fusta	Cartró	Plàstic	Total
Total	2012	193.540	173.060	195.140	85.460	647.200
% s/	2011	-18,09	-4,51	-9,35	0,64	-9,82
Total	2013	162.220	125.760	187.760	80.460	556.200
% s/	2012	-16,18	-27,33	-3,78	-5,85	-14,06
Total	2014	232.520	199.000	176.880	68.730	677.130
% s/	2013	43,34	58,24	-5,79	-14,58	21,74
Total	2015	277.780	192.560	169.240	66.780	706.360
% s/	2014	19,46	-3,24	-4,32	-2,84	4,32
Total/	2016	344.700	254.120	199.300	72.600	870.720
% s/	2015	24,09	31,97	17,76	8,72	23,27

Font: Elaboració pròpia

Mercagirona realitza la separació dels residus originats en l'activitat del mercat, bàsicament la fracció orgànica derivada de la gestió perible de la fruita i verdura i els diferents tipus d'envasos i embalatges. Cal remarcar que el volum de quilos de matèria orgànica representa un 0,7% (un 7 per mil) del total de les fruites i verdures comercialitzades.

4. Turisme

4.1. Informació turística

4.1.1. Polítiques Generals de Promoció Turística

En l'àmbit turístic, en el transcurs de l'any 2016 s'ha continuat treballant per assolir els compromisos adquirits al Pla de Govern amb l'objectiu d'impulsar la indústria turística com un dels pilars fonamentals de l'economia de la ciutat i, especialment, per desestacionalitzar l'arribada dels visitants i allargar la seva estada mitjana.

Així, les actuacions desenvolupades s'han orientat a dinamitzar i promocionar la gran varietat de productes turístics que ofereix la ciutat, i que contribueixen a fer de Girona una destinació turística completa, integrada i equilibrada. Tot això, sempre des d'una perspectiva d'actuació turística responsable, primant la qualitat per sobre de la quantitat i dedicant una especial atenció a l'accessibilitat, per garantir que tothom pugui gaudir de la millor experiència a la ciutat.

En matèria de promoció i màrqueting, s'ha realitzat un esforç important per posicionar la marca Girona durant tot l'any, augmentant la seva presència a les xarxes socials i amb campanyes SEM específiques durant períodes clau com Setmana Santa i Temps de Flors. Com a públic prioritari, s'ha apostat pel mercat francès, intensificant-hi els esforços publicitaris, programant convocatòries de press-trips per a periodistes de mitjans francesos i amb actuacions singulars com la participació a la Nit Pastel d'Albi amb un Gastro-marché i un estand de promoció turística.

El Servei de Turisme aposta també per la creació constant de nous materials promocionals que contribueixin a millorar el servei i informació que es dona als turistes. Així, cal destacar l'elaboració de la nova guia pràctica "Girona Pass", editada en 4 idiomes i disponible a les Oficines de Turisme. L'objectiu d'aquesta guia és presentar l'oferta integrada de la ciutat en un format actual i fresc, per tal de mostrar als visitants l'àmplia gamma de possibilitats que ofereix la ciutat.

Paral·lelament, per tal de millorar l'experiència turística de la ciutat per a les persones amb diferents tipologies de discapacitat, s'ha editat una versió adaptada del plànol turístic per a persones amb mobilitat reduïda, en la qual s'ha inclòs informació relativa a les necessitats específiques d'aquest col·lectiu, i s'ha desenvolupat una campanya publicitària específica al portal líder estatal en matèria de turisme accessible.

En matèria de turisme responsable, cal destacar l'adhesió a la Xarxa de Ciutats Educadores Turisme Responsable, una xarxa de debat i intercanvi d'experiències d'abast estatal (amb 15 ciutats participants) creada amb l'objectiu d'incorporar la perspectiva responsable a les polítiques turístiques de la ciutat. A més de la participació en les trobades de la xarxa, en el marc d'aquesta actuació s'han localitzat, descrit i inventariat els Espais de Convivència Turística de la ciutat.

En l'àmbit del turisme esportiu, després de l'assoliment de la certificació Destinació Turisme Esportiu, l'any 2016 s'han centrat els esforços en la consolidació de la marca i el posicionament de la ciutat en aquest àmbit, potenciant la presència a fires i workshops i desenvolupant una campanya promocional en col·laboració amb els hotels i establiments certificats, per a la captació de turistes esportius en cap de setmana.

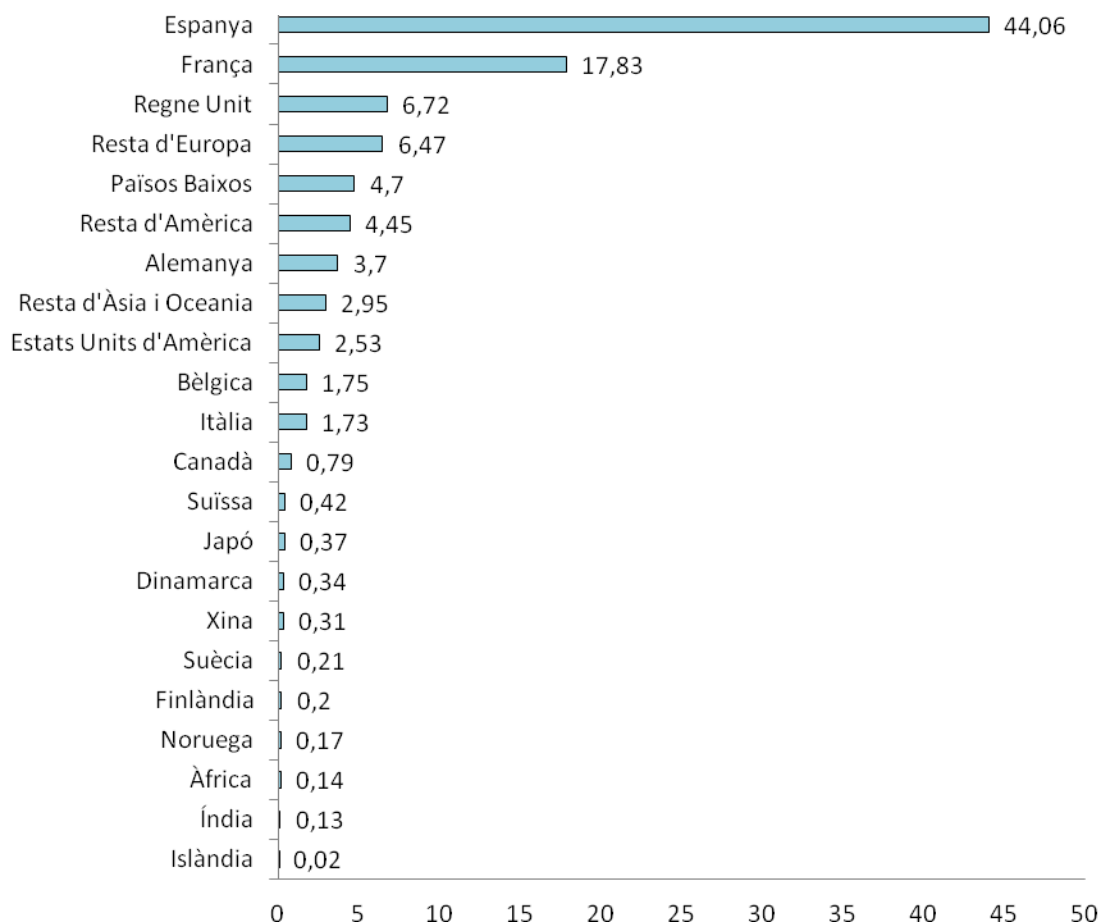
4.1.2. Oficina de Turisme de la Rambla

Comparativa de les enquestes registrades a l'Oficina de Turisme de la Rambla 2015-2016

Les dades de l'Oficina de Turisme confirmen que la campanya turística del 2016 ha resultat molt positiva a la ciutat de Girona, amb un increment del 12,19% en les enquestes registrades per part d'aquest servei d'atenció turística de la ciutat. En aquest sentit, podem afirmar que a dia d'avui, la ciutat de Girona és visitada al llarg de tot l'any i que els mesos que s'han considerat tradicionalment de temporada baixa estan registrant increments destacats en el nombre de visitants com és el cas del gener (13,62%), febrer (25,75%), el novembre (4,46%) o el desembre (6,18%).

Enquestes registrades Oficina Turisme de la Rambla

Mesos	2016	2015	% variació
Gener	3.554	3.128	13,62
Febrer	3.956	3.146	25,75
Març	7.675	4.691	63,61
Abril	8.048	8.099	-0,63
Maig	11.947	8.714	37,10
Juny	7.263	6.550	10,89
Juliol	10.707	10.141	5,58
Agost	14.229	13.202	7,78
Setembre	10.119	10.229	-1,08
Octubre	8.277	8.087	2,35
Novembre	3.892	3.726	4,46
Desembre	4.260	4.012	6,18
Total	93.927	83.725	12,19

Procedència de les enquestes per nacionalitats, any 2016

L'any 2016, els turistes procedents de les diferents CCAA espanyoles continuen encapçalant el rànquing de visitants que s'han adreçat a l'Oficina de Turisme, i que representen un 44,06% respecte el total. Seguit de França, amb un 17,83%; Regne Unit, amb un 6,72%; resta d'Europa, amb un 6,47% i resta d'Amèrica, amb un 4,45%.

Cal destacar que la majoria de visitants procedents dels països asiàtics han estat de Corea del Sud. Un dels motius per visitar la ciutat que exposen és el fet que Girona ha estat l'escenari d'una de les sèries més populars d'aquest país, *The legend of the blue sea*.

Procedència de les enquestes per nacionalitats, comparativa 2015-2016

Pel que fa a les procedències europees, els mercats que han registrat uns increments més notables han estat en primer lloc el Regne Unit (26,57%), França (13,52%), Espanya (10,90%), Alemanya (5,15%) i Bèlgica (4,93%). Cal destacar també els països de la resta d'Europa, que han experimentat un lleuger augment del 8,04%, respecte la temporada anterior. Les dades corroboren una recuperació pel que fa a visitants procedents de països com Polònia, Ucraïna, Rússia o Bielorrússia, que havien experimentat un descens el darrer any.

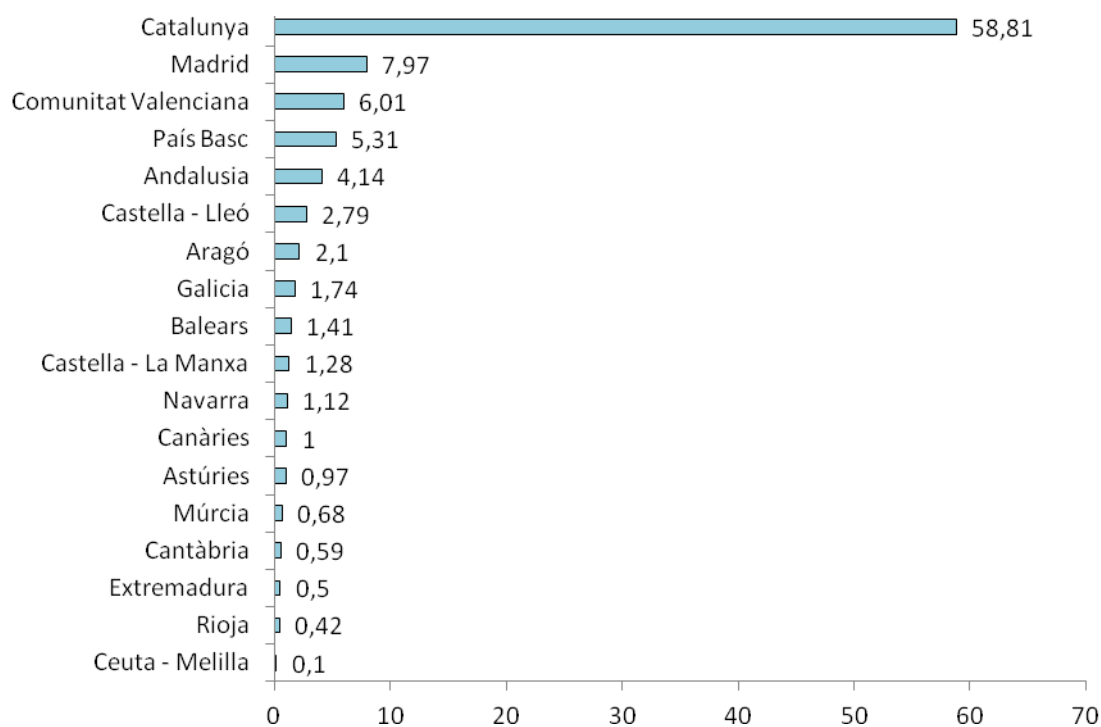
És important remarcar el creixement que s'està detectant pel que fa als turistes i visitants d'altres continents, sobretot de països de Sud-Amèrica (Colòmbia, Argentina, Xile i Brasil,) que han crescut un 40,67%; seguits dels australians, en un 17,84% i dels nord-americans, amb un augment del 15,73%.

Comparativa segons procedència 2015-2016

País	2016	2015	% variació
Espanya	41.388	37.319	10,90
França	16.755	14.760	13,52
Alemanya	3.474	3.304	5,15
Regne Unit	6.316	4.990	26,57
Itàlia	1.626	1.719	-5,41
Bèlgica	1.640	1.563	4,93
Països Baixos	4.415	4.393	0,50
Suïssa	387	358	8,10
Noruega	162	142	14,08
Suècia	197	219	-10,05
Dinamarca	323	245	31,84
Finlàndia	192	197	-2,54
Islàndia	23	31	-25,81
Resta d'Europa	6.074	5.622	8,04
Estats Units d'Amèrica	2.377	2.054	15,73
Canadà	746	725	2,90
Resta d'Amèrica	4.178	2.970	40,67
Índia	119	77	54,55
Xina	288	215	33,95
Japó	346	327	5,81
Resta d'Àsia i Oceania	2.767	2.348	17,84
Àfrica	134	147	-8,84
Total	93.927	83.725	12,19

Procedència de les enquestes de l'Estat Espanyol, any 2016

L'any 2016, i quant al rànquing a nivell nacional, els catalans són els que més visiten la ciutat, suposant prop del 60% del total (58,81%). A continuació, seguiria la Comunitat de Madrid (7,97%), els turistes procedents de la Comunitat Valenciana (6,01%), del País Basc (5,31%) i d'Andalusia (4,14%).



Procedència de les enquestes de l'Estat Espanyol, comparativa 2015-2016

La tendència detectada pel que fa als visitants nacionals és la d'un increment en totes les procedències, excepte de l'Aragó, Navarra o La Rioja, que han experimentat una lleugera disminució. Els increments més importants han estat els dels visitants procedents d'Astúries (37,54%), Extremadura (33,77%), Galícia (31,93%), Andalusia (23,31%) i el País Basc (23,29%).

Aquestes diferents procedències confirmen l'interès que demostren per la ciutat els turistes procedents tant de destinacions més properes com més llunyanes.

Comparativa procedència per comunitats autònomes

Comunitat autònoma	2016	2015	% variació
Andalusia	1.714	1.390	23,31
Aragó	867	931	-6,87
Astúries	403	293	37,54
Balears	584	518	12,74
Canàries	415	369	12,47
Cantàbria	243	211	15,17
Castella - La Manxa	531	474	12,03
Castella - Lleó	1.156	1.070	8,04
Catalunya	24.339	22.601	7,69
Comunitat Valenciana	2.489	2.141	16,25
Extremadura	206	154	33,77
Galícia	719	545	31,93
Madrid	3.297	3.033	8,70
Múrcia	280	241	16,18
Navarra	462	482	-4,15
País Basc	2.197	1.782	23,29
Rioja	173	203	-14,78
Ceuta - Melilla	8	8	0,00
No indicada	1.305	873	49,48
Total	41.388	37.319	10,90

Comparativa de les pernoctacions per mesos

Mesos	2016	2015	% variació
Gener	302	308	-1,95
Febrer	434	423	2,60
Març	671	475	41,26
Abril	535	832	-35,70
Maig	996	755	31,92
Juny	667	436	52,98
Juliol	819	470	74,26
Agost	1.389	866	60,39
Setembre	819	750	9,20
Octubre	955	1.124	-15,04
Novembre	463	357	29,69

Turisme

Desembre	527	485	8,66
Total	8.577	7.281	17,80

Anys enrere, el concepte que es tenia del turista que visitava la ciutat de Girona era el de visitant d'un dia que venia de Barcelona, del sud de França o turistes que passaven les seves vacances a la Costa Brava o a la Costa de Barcelona. Aquesta tendència ha canviat en els darrers anys, i cada vegada són més els turistes que pernocten a la ciutat, tal i com es pot observar a la taula.

Durant el 2016, es pot apreciar que el nombre de persones enquestades i de visitants que han pernoctat a la ciutat ha augmentat en comparació amb l'any passat (excepte els mesos de gener, abril i octubre). A la taula es pot apreciar que el nombre de pernoctacions ha augmentat pràcticament durant tots els mesos de l'any, sobretot el mes de juliol, amb un 74,26%; el mes d'agost, amb un 60,39%, i el mes de juny, amb un 52,98%. Cal destacar també augments importants en mesos considerats de temporada baixa, com siguin el novembre, amb un increment del 29,69%; el setembre, amb un 9,20%, o el desembre, amb un 8,66%, fet que corrobora l'efecte de la desestacionalització.

L'increment global anual se situa en un 17,80%.

Punts d'interès sol·licitats

Punt d'interès	2016	% respecte el total
Centre Històric	80.625	48,59
Carrers	24.395	14,7
Museus	20.475	12,34
Girona Jueva	15.757	9,5
'Girona, Temps de Flors'	6.497	3,92
Activitats i Esdeveniments	5.602	3,38
Serveis	2.903	1,75
Visites guiades	2.241	1,35
Gastronomia	1.496	0,9
Circuits d'orientació	1.190	0,72
Fires de Sant Narcís	1.035	0,62
Joc de Trons	836	0,5
Cicloturisme	777	0,47
Ciclisme	720	0,43
Setmana Santa	530	0,32
Oci Nocturn	266	0,16
Girona 10	223	0,13
Circuits accessibles	189	0,11
Camí de Sant Jaume	89	0,05
Festival de Temporada Alta	69	0,04
Total	165.915	100 %

El punt d'interès més sol·licitat el 2016 ha estat, seguint amb la tendència, el relacionat amb el casc antic de la ciutat (48,59%), seguit de les consultes sobre carrers (14,70%), els museus de la ciutat (12,34%), la Girona Jueva (9,50%) i "Girona, Temps de Flors" (3,92%).

Cal apuntar que, enguany, s'ha introduït un nou ítem en aquest apartat del gestor estadístic de l'Oficina de Turisme. Concretament, la consulta sobre Joc de Trons, atès que el volum d'informació sol·licitada sobre aquest aspecte ha estat força destacat, es pot apreciar que aquesta consulta supera altres demandes d'informació sobre aspectes arrelats turísticament a la ciutat, com poden ser Temporada Alta, Girona10 o el Camí de Sant Jaume, entre d'altres.

Comercialització

El servei de comercialització a l'Oficina de Turisme es va implantar l'estiu del 2014 i ofereix la venda de productes de record de l'Agència Catalana de Turisme i marxandatge propi de l'Ajuntament de Girona, així com de proveïdors externs.

Els resultats han estat altament positius, tal com s'observa en la comparativa anual, amb un increment en la facturació registrada del 89,59%.

A nivell de productes, l'any 2015 se'n van vendre un total de 3.191; mentre que el 2016, la xifra de productes venuts ha estat de 6.491, fet que representa un increment del 103,41%.

La novetat a destacar d'aquest servei ha estat la incorporació de nous productes per part de l'Ajuntament de Girona, fet que ha permès ampliar la cartera de productes de record sobre la ciutat entre els visitants:

- Paraigües de "Girona, Temps de Flors"
- *Buff* de "Girona, Temps de Flors"
- Llibreta fulls blancs model Moleskine de Girona
- Tassa de la Destinació de Turisme Esportiu
- Bidó d'aigua de bicicleta de Joc de Trons

Ingressos de Marxandatge de l'Oficina Turisme

Mesos	2015	2016	% variació
Gener	221,50 €	800,30 €	261,31%
Febrer	241,10 €	656,90 €	172,46%
Març	326,40 €	1.632,90 €	400,28%
Abril	585,70 €	1.506,20 €	157,16%
Maig	788,20 €	3.322,10 €	321,48%
Juny	791,60 €	1.885,40 €	138,18%
Juliol	1.866,90 €	2.575,40 €	37,95%
Agost	4.408,80 €	4.841,20 €	9,81%
Setembre	1.621,95 €	3.361,60 €	107,26%
Octubre	1.662,26 €	3.034,65 €	82,56%
Novembre	767,80 €	1.298,05 €	69,06%

Turisme

Desembre	569,60 €	1.346,85 €	136,46%
Total	13.851,81 €	26.261,55 €	89,59%

'Tax Free'

Des de l'estiu del 2014, l'Oficina de Turisme de Girona ofereix un nou servei al visitant, la devolució de l'IVA (Tax Free) per a turistes extracomunitaris. Aquest servei té un doble objectiu: per una banda, establir un punt de diferenciació respecte altres destinacions catalanes i, per altra banda, dinamitzar econòmicament les empreses turístiques, comercials i de restauració de la ciutat, ja que molts dels turistes que fan ús del servei realitzen despesa directa a la ciutat abans de tornar als seus països d'origen.

El 2016 s'han gestionat un total de 269 devolucions de taxes a l'Oficina de Turisme, fet que representa un increment del 35,86% respecte l'any anterior (2015: 198 devolucions).

El juliol del 2016, l'Oficina de Turisme ha començat a registrar els llocs de procedència de les persones usuàries que sol·liciten les devolucions de *Tax Free*. Això ha permès detectar, de les 162 devolucions analitzades (de juliol a desembre de 2016), que aquestes han vingut de visitants de: Rússia (18,51%), EEUU i Argentina (9,87% cadascun), Xina, Corea del Sud i Canadà (5,55% cadascun) i procedències diverses (45,10% restant).

Actualment, a l'Oficina de Turisme es treballa amb dues empreses per realitzar aquest servei: Global Blue i Innova *Tax Free*.

Global Blue	2015	2016	% variació
Gener	112 €	465,63 €	315,74%
Febrer	443,81 €	681,85 €	53,64%
Març	58 €	78 €	34,48%
Abril	197 €	415,50 €	110,91%
Maig	289 €	833,16 €	188,29%
Juny	478 €	813 €	70,08%
Juliol	1.555,36 €	1.841,61 €	18,40%
Agost	1.788,30 €	790,62 €	-55,79%
Setembre	935,04 €	1.723,76 €	84,35%
Octubre	517,50 €	1.294,12 €	150,07%
Novembre	100,55 €	548,53 €	445,53%
Desembre	474,00 €	263,00 €	-44,51%
Total	6.949 €	9.748,78 €	40,30%

Innova 'Tax Free'	2015	2016	% variació
Gener	13 €	116,50 €	796,15%
Febrer	10,50 €	22 €	109,52%
Març	0	60,50 €	-
Abril	0	495,92 €	-
Maig	124 €	86,50 €	-30,24%
Juny	157,50 €	347,90 €	120,89%
Juliol	248 €	693,64 €	179,69%
Agost	491 €	109,50 €	-77,71%
Setembre	515 €	240,50 €	-53,30%
Octubre	235 €	315,50 €	34,26%
Novembre	73 €	124,47 €	70,51%
Desembre	137 €	127,99 €	-6,58%
Total	553 €	1.822,96 €	229,65%

En ambdós casos, s'observa un increment en els imports retornats, d'un 40,30% en el cas de Global Blue, i d'un 229,65% en el cas d'Innova Tax Free.

4.1.3. Punt de Benvinguda Girona-Gironès

Des del mes d'abril del 2015, l'oficina del Punt de Benvinguda Girona – Gironès és gestionada de forma conjunta per l'Ajuntament de Girona i el Consell Comarcal del Gironès.

Durant el 2016 s'han registrat un total de 16.142 enquestes al Punt de Benvinguda Girona Gironès procedents de diferents visitants que han fet ús del servei d'atenció turística de la ciutat de Girona, entre visitants individuals i visitants en grup.

Enquestes registrades al Punt de Benvinguda Girona–Gironès, comparativa 2016-2015

Enquestes	Total
2015	18.896
2016	16.142

Procedència de les enquestes registrades per nacionalitat, Punt de Benvinguda Girona – Gironès

País	2016	% respecte total
Espanya	8.094	50,14%
França	2.339	14,49%
Alemanya	522	3,23%
Regne Unit	703	4,35%

Turisme

Itàlia	212	1,31%
Bèlgica	144	0,89%
Països Baixos	434	2,69%
Suïssa	43	0,27%
Noruega	31	0,19%
Suècia	16	0,09%
Dinamarca	31	0,19%
Finlàndia	17	0,10%
Islàndia	2	0,01%
Resta d'Europa	1.076	6,67%
Estats Units d'Amèrica	1.042	6,45%
Canadà	93	0,58%
Resta d'Amèrica	590	3,65%
Índia	29	0,18%
Xina	39	0,24%
Japó	62	0,38%
Resta d'Àsia i Oceania	601	3,72%
Àfrica	22	0,14%
Total	16.142	100%

Si desglossem les dades del 2016, tal com s'observa en la taula, per nacionalitats, el gruix més important de les enquestes provenen dels visitants d'Espanya (50,14%), seguit dels de França (14,49%), resta d'Europa (6,67%), Estats Units (6,45%), Regne Unit (4,36%), resta d'Àsia i Oceania (3,72%) i resta d'Amèrica (3,65%).

Procedència de les enquestes registrades de l'estat Espanyol, Punt de Benjnguda Girona – Gironès

Comunitat autònoma	2016	% respecte total
Andalusia	221	2,73%
Aragó	176	2,17%
Astúries	55	0,68%
Balears	87	1,07%
Canàries	45	0,56%
Cantàbria	35	0,43%
Castella – La Manxa	101	1,25%
Castella – Lleó	206	2,54%
Catalunya	5.277	65,20%
Comunitat Valenciana	455	5,62%

Extremadura	27	0,33%
Galícia	82	1,01%
Madrid	627	7,75%
Múrcia	50	0,62%
Navarra	82	1,01%
País Basc	357	4,41%
La Rioja	29	0,36%
Ceuta – Melilla	8	14,29%
No indicada	182	2,25%
Total	8.094	100%

Si desglossem les dades de les enquestes procedents de l'estat Espanyol durant el 2016, s'observa que els visitants catalans són els que han fet el major nombre de consultes (65,20%), seguits dels de Madrid (7,75%), dels de la Comunitat Valenciana (5,62%), del País Basc (4,41%) i d'Andalusia (2,73%).

4.2. Convenis de col·laboració

Durant el 2016, el servei de Turisme ha realitzat diferents col·laboracions amb associacions i institucions turístiques del territori.

Entitats	Continguts del conveni
Universitat de Girona	Col·laboració per acollir estudiants en pràctiques a l'Oficina Municipal de Turisme
Escola d'Hostaleria i Turisme de Girona	Col·laboració per acollir estudiants en pràctiques a l'Oficina Municipal de Turisme
Generalitat de Catalunya	Prestació del servei d'informació, difusió i atenció turística de Catalunya a la ciutat de Girona
Associació d'Hostaleria Turisme i Restauració de Girona	Difusió de l'oferta turística i de serveis de la ciutat de Girona
Associació de Càmpings de Girona	Promoció de la fira Girocamping i del conjunt del territori
Consell Comarcal del Gironès	Promoció, difusió i informació turística
Consorci de les Gavarres	Foment i divulgació dels valors del suro a través del projecte ecoturístic From Bark to Bottle
Farré Garriga	Utilització temporal d'imatges de la ciutat de Girona en etiquetes i plaques de cava

4.3. Trenet turístic

Novetats

Les principals novetats a destacar en el servei del trenet turístic durant l'any 2016 són:

La incorporació d'una nova tarifa de bitllet obert, la qual permet a les persones usuàries baixar del tren turístic per visitar els punts més emblemàtics de la ciutat a peu i pujar posteriorment per seguir el recorregut amb el trenet. Aquest nou tarifet ha permès millorar el servei als turistes que visiten la ciutat, incrementar el nivell de satisfacció dels usuaris, millorar la mobilitat, especialment per aquells col·lectius que presenten més dificultats de desplaçament com són la gent gran i els infants, aportar més valor afegit a la qualitat del servei, incrementar l'oferta d'activitats turístiques d'una forma més flexible i diversificada i impulsar la dinamització turística i comercial del barri vell, afavorint l'increment en el trànsit de visitants pels comerços, restaurants i empreses de serveis ubicades a la zona d'influència afectada pel recorregut del tren turístic

La modificació del recorregut del trenet, eliminant la parada ubicada a l'estació de trens. El canvi es deu a la baixa afluència d'usuaris registrats en aquest punt d'inici de l'itinerari i s'ha fet amb la voluntat de minimitzar les cues i reduir el temps d'espera per fer ús del servei, sobretot en èpoques de gran afluència turística, incrementar la freqüència de sortides en benefici de l'usuari i de l'oferta turística de la ciutat, incrementar el nivell de satisfacció dels usuaris del servei i millorar la mobilitat urbana i els fluxos viaris de les principals vies de circulació de la ciutat.

Comparativa d'usuaris

El nombre d'usuaris del trenet turístic ha pujat un 33'06 % respecte l'any anterior.

Comparativa usuaris 2015–2016

2015	2016	Variació
35.964	47.854	33,06%

4.4. Esdeveniments turístics

Girona 10 (29, 30 i 31 de gener)

L'Associació d'Hostaleria, Turisme i Restauració de Girona, amb la col·laboració de l'Ajuntament de Girona, ha organitzat la cinquena edició l'esdeveniment Girona 10. Una iniciativa que ofereix places d'hotels i menús gastronòmics al preu simbòlic de 10€ per persona, complementada amb ofertes a comerços, jornada de portes obertes als museus de la ciutat, activitats esportives, visites guiades, degustacions al Mercat del Lleó, gratuïtat en els busos urbans, entre d'altres promocions.

La col·laboració del servei de Turisme en la campanya es concreta en:

- Suport en l'acte de presentació a premsa.
- Difusió de la campanya amb anuncis en ràdio, premsa i mitjans en línia.
- Organització de dos viatges de premsa.
- Ampliació dels horaris d'obertura de l'Oficina Municipal de Turisme durant el cap de setmana.

- Ubicació d'un punt d'informació sobre la Destinació de Turisme Esportiu a l'entrada de l'Ajuntament.
- Coordinació amb l'àrea de Cultura per a l'organització dels espectacles de carrer i actuacions musicals i per la jornada de portes obertes als equipaments culturals i les promocions especials al Teatre Municipal i a l'Auditori Palau de Congressos.
- Coordinació amb l'àrea d'Esports per a l'organització de les activitats esportives.
- Coordinació amb l'àrea de Mobilitat per a la gratuïtat dels busos urbans.
- Edició d'un fulletó amb les activitats programades.
- Difusió de la campanya a través de les xarxes socials, web de turisme i newsletter.
- Suport tècnic a l'Associació d'Hostaleria per al desenvolupament de la campanya: elaboració del material promocional i reforç en la comunicació.

Girocamping (5-6 de març)

Quarta edició de la Fira Girocamping, dedicada al món de les caravanes i tota l'oferta d'allotjament de càmpings de la demarcació de Girona, així com moltes activitats de lleure per a tota la família. El servei de Turisme ha coordinat el conveni de col·laboració entre l'Ajuntament de Girona i l'Associació de Càmpings de Girona per a la promoció de la fira i per a la dinamització econòmica del conjunt del territori a través d'aquesta tipologia d'allotjament turístic.

MIC 2016 (22-27 de març)

El mes de març la ciutat de Girona ha acollit el Torneig internacional de futbol base (MIC) 2016, un esdeveniment esportiu d'àmbit internacional que s'ha celebrat a l'estadi de Montilivi. El servei de Turisme ha realitzat diferents accions en el marc d'aquest esdeveniment:

Ubicació d'un estand turístic de la ciutat a l'estadi de Montilivi per fer promoció de Girona i de la Destinació de Turisme Esportiu entre el públic assistent.

Elaboració d'un document directori sobre les activitats de ciutat durant l'esdeveniment.

Difusió a través de les xarxes socials, web de turisme i *newsletter*.

Setmana Santa (25-28 de març)

Durant la Setmana Santa, la ciutat de Girona rep un gran nombre de visitants atrets pels esdeveniments i les activitats tradicionals i populars pròpies d'aquestes dates (Manaies, Processó del Sant Enterrament, gastronomia típica, etc). En aquest sentit, i amb l'objectiu de donar a conèixer els actes programats durant la Setmana Santa gironina, des del servei de Turisme s'ha desenvolupat una campanya en línia a través de les xarxes socials adreçada al públic català i francès. La campanya ha consistit en:

- *Viralització* de vídeos de la Catedral de Girona.
- Difusió a través de les xarxes socials de les activitats de Setmana Santa.
- Difusió dels esdeveniments esportius que s'han celebrat a Girona coincidint amb la Setmana Santa.

Girona Cycling Festival (6-11 de juny)

El Girona Cycling Festival és un dels esdeveniments esportius més importants que es celebren a Girona. Dins la mateixa setmana es porten a terme quatre proves ciclistes: cronoescalada als Àngels,

nocturna pel Barri Vell de Girona, descens Urbà i el Girona Gran Fondo. El servei de Turisme, en el marc d'aquest esdeveniment ha impulsat la:

- Ubicació d'un estand promocional de la DTE en el *village* de l'esdeveniment.
- Realització i difusió de l'esdeveniment a través de les xarxes socials, web de turisme i newsletter.
- Incorporació d'una de les proves ciclistes en el programa d'activitats del fam trip internacional en ciclisme de carretera organitzat per l'ACT, el Patronat de Turisme i l'Ajuntament de Girona.

Cursa 'Rac1' (19 juny)

La cursa de Rac1 ha aplegat 5.000 corredors a Girona, convertint-la en la cursa més multitudinària de la ciutat. L'actuació del servei de Turisme en aquesta acció s'ha concretat en:

- Assistència a les reunions tècniques de coordinació amb l'organització i el servei d'Esports.
- Difusió a través de les xarxes socials, web de turisme i *newsletter*.
- Participació en la organització del concurs *Instagram* de la cursa, mitjançant la intermediació amb hotels i restaurants per a l'aportació de premis.

Festival Internacional de Mapping (15 al 25 de juliol)

Per tercer any, l'Ajuntament de Girona ha organitzat el "Festival Internacional de Mapping", festival d'estiu que enllaça el patrimoni cultural de Girona i la creació contemporània mitjançant la innovació i les arts audiovisuals.

Des del servei de Turisme s'ha coordinat el personal d'atenció del punt de informació turística del Festival i s'ha fet difusió de l'esdeveniment a través dels canals propis de comunicació, sobretot en línia i xarxes socials.

Cursa de la Dona (2 d'octubre)

El dia 2 d'octubre, Esports Parra, juntament amb l'Ajuntament de Girona i el Club Atletisme Girona, han organitzat la 3a Cursa de la Dona Girona. Es tracta d'una cursa solidària dedicada exclusivament al gènere femení. Des del servei de Turisme, en el marc d'aquest esdeveniment esportiu s'ha:

- Coordinat amb Renfe els descomptes en els desplaçaments en tren per a les participants de la cursa.
- Donat suport a la difusió de l'esdeveniment.
- Donat suport al servei d'Esports per a l'edició d'un vídeo sobre la cursa.

GerunDona Road (9 d'octubre)

Girona ha acollit la primera edició de la "Marxa Cicloturista GerunDona", una cursa exclusiva per a dones, que neix per donar total protagonisme a les dones que gaudeixen del ciclisme. Amb l'objectiu de donar un impuls a aquest esdeveniment en el marc de Girona Destinació de Turisme Esportiu, des del servei de Turisme s'ha gestionat el patrocini de l'esdeveniment ciclista per mitjà de la incorporació de la imatge de ciutat en els mallots oficials de la cursa.

Fira de Mostres (28 d'octubre - 1 de novembre)

La Fira de Mostres, que se celebra durant les Fires de Sant Narcís, és el lloc idoni per a que el consistori doni a conèixer les iniciatives o novetats més destacades als habitants de la ciutat i de les comarques de proximitat, degut a l'elevat nombre de visitants que rep el certamen.

En aquest sentit, és important seleccionar quin serà el tema, el contingut i la imatge de l'estand que representa a l'Ajuntament per tal que sigui atractiu, interessant i efectiu amb l'objectiu de comunicació que es vol aconseguir. Per a l'edició de 2016, la temàtica de l'estand ha estat Girona Ciutat Educadora. Entre les accions realitzades pel servei de Turisme, en destaquen:

- Elaboració de la infografia turística per a l'estand, relacionada amb la temàtica turisme i ciutat educadora.
- Suport amb personal en l'estand promocional de la ciutat i del material present.
- Difusió a través de les xarxes socials, web de turisme i butlletí.

Cursa de Sant Silvestre (31 de desembre)

La cursa de Sant Silvestre és un dels esdeveniments esportius amb més tradició a la ciutat de Girona. Per tal de donar un impuls al seu posicionament dins el calendari d'esdeveniments de la Destinació de Turisme Esportiu Girona, des del servei de Turisme s'ha dut a terme la seva incorporació a la plataforma Costa Brava Pirineus *Sports Friendly*, vinculada a l'aplicació *Wefitter*, amb la proposta d'un repte esportiu a l'entorn de la cursa, la qual cosa ha permès donar-li més visibilitat i promoció a través d'aquest canal.

Campanya de Nadal (Desembre)

Per tal de donar un impuls a la campanya comercial de Nadal, i donar suport al sector, fent difusió de l'oferta turística i comercial de la ciutat, s'han realitzat diverses accions:

- Disseny i producció d'un targetó en diversos idiomes que resumeix les activitats més atractives pels visitants de la ciutat (castellà, anglès i francès).
- Coordinació d'una campanya de publicitat en ràdios (Fem Girona, Ràdio Olot i Ràdio Platja d'Aro).
- Concurs de fotografia per *Instagram* #nadaldemocions, organització, jurat i premis.
- Edició d'un vídeo de Nadal per difondre a través de les xarxes socials.

4.5. Eines de promoció turística

La secció de Turisme ha completat el pla d'accions previst per difondre la imatge de la ciutat de Girona com a destinació turística, amb una diversificació de productes consolidats, com el cultural, gastronòmic, negocis, de compres i natura, i productes emergents pels quals s'han realitzat accions específiques, com el producte esportiu, donant continuïtat a l'impuls realitzat a partir de la certificació del segell de la DTE (Destinació en Turisme Esportiu).

Si bé els mercats català i espanyol continuen sent prioritaris, s'han realitzat accions amb altres mercats internacionals destacant el francès, el britànic i l'alemany per la tendència de creixement que donen les estadístiques de l'Oficina de turisme.

4.5.1. Assistència a fires

Durant el 2016 s'han assistit a les següents accions de promoció:

- FITUR, Madrid, del 20 al 24 de gener, coexpositors amb el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, i assistència amb una informadora turística.
- B-Travel Barcelona / B-Delicious, del 15 al 17 d'abril, espai de turisme i gastronomia amb informadora turística i degustació de tastets autòctons.
- Albi, França, 3-5 juny, coordinació i muntatge d'una fira gastronòmica a la ciutat d'Albi en motiu de la celebració del 30è aniversari de l'agermanament entre les dues ciutats. Assistència tècnica per coordinar l'esdeveniment.

4.5.2. 'Workshops' i presentacions

D'altra banda, s'han realitzat presentacions de la destinació, assistit a jornades temàtiques i a jornades de treball amb entrevistes personalitzades de diferents temàtiques:

- *Workshop* "Ciclisme de carretera", 7 de juny, assistència tècnica per presentar el nou segell de DTE a tour operadors de diferents mercats internacionals.
- Sessió *Afterwork* a l'agència de viatges Pangea, Madrid, 7 i 8 de juny, organitzada pel Patronat de Turisme Costa Brava. Assistència tècnica per presentar la ciutat com a destinació de *City Break i networking* amb els agents de viatges espanyols.
- *Networking Club* Cultura i Identitat amb tour operadors americans, Girona, 17 de juny.
- Ciutat Educadora i Turisme Responsable, Cuenca, del 7 al 9 de juny, assistència a les jornades organitzades per la Xarxa de Ciutats Educadores i Turisme Responsable.
- *Workshop* OET Frankfurt, Girona, 23 de setembre. Assistència tècnica per presentar la ciutat a TTOO alemanys participants en el *Fam Trip* de l'OET de Frankfurt.
- Presentació "Girona & Joc de Trons", Girona, 11 de novembre, davant d'alumnes de la Universitat Internacional de Catalunya.

4.5.3. 'Fam Trips'

Durant el 2016 s'han organitzat els següents viatges de familiarització (estades de professionals del turisme que puguin comercialitzar, promocionar o fer de prescriptors de la destinació Girona):

- 27 *Fam Trips*, per ensenyar la ciutat a professionals de vendes de viatges, especialitzats en luxe, creuers, *City breaks*, senderisme, esport, cultura, etc.
- 389 prescriptors a la ciutat, entre *Tour Operadors* i agents de viatge.
- Origen per països: Rússia, Xina, Alemanya, Països de l'Est, Brasil, Canadà, EUA etc. Regne Unit, EEUU, Xina, Països de l'Est, Israel, Països Nòrdics, Ucraïna, Brasil, Alemanya, Mèxic, Austràlia, Rússia, Nova Zelanda.

4.5.4. Visites guiades institucionals

Durant el 2016 s'han organitzat 12 visites guiades institucionals amb un total de 414 participants amb diferents orígens (Espanya, Catalunya, França, Andorra, etc.) La tipologia dels participants eren

bàsicament representants de festivals de la ciutat, patrocinadors, suport a esdeveniments esportius, suport a actes institucionals, etc.

4.6. Màrqueting turístic

4.6.1. Desenvolupament de les eines TIC

En matèria de les eines TIC s'ha desenvolupat:

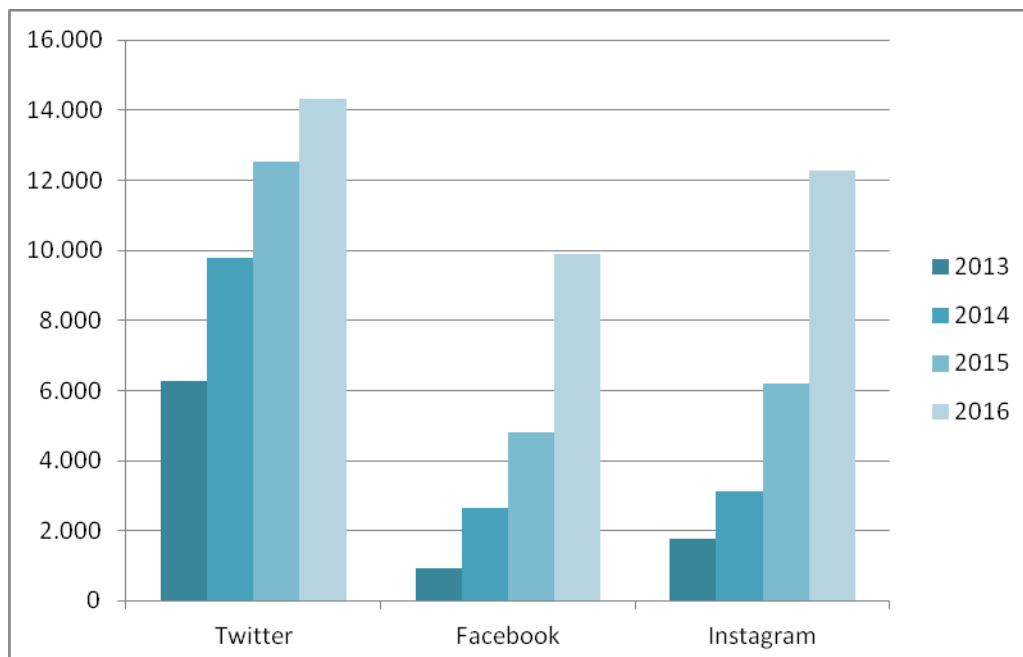
- Actualització de nous continguts d'agenda i notícies per la web de Turisme Girona
- Actualització del directori d'establiments i recursos turístics de la ciutat al web de Turisme

El Web de turisme, durant tot l'any, ha rebut un total de 372.562 visitants únics (+8,45% respecte el 2015). Destaca també la xifra total d'1.654.737 pàgines vistes i una durada mitjana de 2,48 minuts per visita.

A més, és destacable la nova creació de continguts audiovisuals pel canal *Youtube*:

- 111 càpsules de punts d'interès dels itineraris Natur'acc en llengua de signes
- Càpsula Girona10
- Càpsula Catedral de Girona (català, anglès i francès)
- Presentació del cartell de "Girona, Temps de Flors"
- Càpsula promocional de "Girona, Temps de Flors"
- Càpsula agraïments de "Girona, Temps de Flors"
- Vídeo resum de "Girona, Temps de Flors" 2016
- Càpsula promocional d'Un Nadal d'emocions 2016
- Actualització i potenciació de tots els perfils a les xarxes socials:
 - *Facebook*: de 4.577 a 9.880 fans (+5.303)
 - *Twitter*: de 12.512 a 14.305 seguidors (+1.793)
 - *Instagram*: de 6.204 a 12.180 seguidors (+5.976)
 - *Youtube*: de 258 a 400 subscriptors (+142)

Nombre de seguidors dels perfils oficials de Girona Turisme. Evolució 2013-2016



S'han realitzat les següents campanyes publicitàries en línia per promocionar els diferents productes turístics i esdeveniments del calendari anual:

- Campanya amb *Equalitas Vitae* per promocionar Girona com a destinació de turisme accessible durant tot l'any a través de les xarxes socials.
- Campanya Girona10 a través de les xarxes socials.
- Campanya per promocionar les activitats de Setmana Santa i l'agenda esportiva del període vacacional de pasqua a través de les xarxes socials i d'un concurs a través de *Facebook*.
- Campanyes per "Girona, Temps de Flors", adreçada al mercat espanyol a través d'un sorteig, anuncis a les xarxes socials, així com d'eines de màrqueting i adreçades al mercat francès a través de *banners* i vídeos.

També s'ha impulsat la col·laboració amb Hecktic Travells i Ottsworld per l'elaboració d'un l'ebook de Girona amb fotografies i propostes realitzades per viatgers professionals.

S'ha donat un nou format al butlletí mensual de turisme a través de *Mailchimp*, per fer difusió de les novetats i notícies del servei de turisme i l'agenda d'activitats mensual. S'han creat quatre llistes de distribució segons idioma, les quals, respectivament disposen de les següents subscripcions: 1.322 en català, 73 en castellà, 46 en anglès i 20 en francès.

4.6.2. Material i recursos propis per a la promoció

Durant el 2016 s'ha elaborat el següent material promocional de la ciutat:

Plànols, guies i fulletons:

Reedició del plànol turístic de la ciutat en format talonari.

Reedició del plànol turístic de la ciutat desplegable en 7 idiomes.

Actualització del fulletó Girona Ciutat Sorprenent (català, castellà, anglès, francès).

Nova Guia Pràctica de Girona "Girona Pass" (català, castellà, anglès i francès).

Disseny i producció de la Guia d'Estiu per a visitants 2016 (castellà, anglès i francès).

Disseny i producció de la Guia de Nadal per a visitants 2016 (castellà, anglès i francès).

Fulletons i guies per esdeveniments específics

Disseny i producció del fulletó de Girona 10.

Nou fulletó amb l'oferta de cap de setmana dels hotels de la Destinació de Turisme Esportiu.

Nou material per a rutes de natura i circuits d'orientació

Nova edició dels circuits d'orientació amb diferents rutes.

Edició de noves rutes de natura.

Objectes de marxandatge i de suport per l'Oficina de Turisme

Bosses dels circuits d'orientació.

Mapes del camí de ronda circular.

Llibres de "Girona, Temps de Flors".

Tasses de la Destinació de Turisme Esportiu.

"Guies Pirinexus" per l'itinerari cicloturístic.

Buffs de "Girona, Temps de Flors".

Paraigües de "Girona, Temps de Flors".

Bidons d'alumini amb el segell "Gel i Foc" relacionat amb Joc de Trons.

Llibretes *Moleskine*.

4.6.3. Insercions publicitàries

Per tal de fer difusió genèrica del destí turístic, s'han contractat diverses insercions:

- Suports digitals: lindependant.fr, midilibre.fr.
- Mitjans audiovisuals: Ràdio Platja d'Aro, Ràdio Fem Girona, 100% radio, Ràdio Olot, Ràdio Virgin, Ràdio FM Narbonne.
- Premsa escrita: Girona Gastronòmica, Revista Das Erbe unsere welt (National Geographic), Cap Catalogne, Revista del Gremi d'Hostaleria de Lloret, Costa Brava Prestige, Costa Brava Verd Hotels, Revista Viajar con Hijos, Revista Top Girona, Grup Midi Libre (L'Independant i Midi Libre).

4.6.4. Recull de premsa especialitzada en viatges

Durant el 2016 s'han recollit prop de 70 articles, tant en mitjans nacionals com internacionals, que destaquen els atractius de la ciutat per la seva visita en diferents ocasions al llarg de l'any, gràcies a periodistes i *bloggers* que visiten la ciutat i que comparteixen les seves experiències i sensacions amb els seus lectors i seguidors.

Del recull realitzat, destaquen:

- Revista Elle (França): *Étonnante Gérone*
- Diari Le Monde (França): *48 Heures à Gérone*
- Euphoria Travel Magazine (Canadà): *Gerona, such a lovely Catalan secret*
- El Confidencial (Espanya): *Juego de tronos: ruta por los escenarios de la serie en Girona*
- Financial Times (Regne Unit): *A gastronomic safari through Catalonia*
- La viajera empedernida (Espanya): *Girona, ciudad de cine y escenario de Juego de Tronos*
- El País – El Viajero (Espanya): *La leona quiere un beso*
- Otts World (Estats Units): *Travel made me a Game of Thrones Fan Geek*
- Metro Magazine (Regne Unit): *A fiesta of coffee & cocktails*
- Turismo Rural (Espanya): *Girona, Tierra hospitalaria como pocas*
- Telegraph (Regne Unit): *The Roca brothers' Costa Brava: Gourmet Getaways*
- Lonely Planet (Regne Unit): *Get your caffeine fixie: Europe's best cycle cafes*
- Le Progres (França): *Gérone, l'autre perle du patrimoine catalan*
- New York Post (Estats Units): *Game of Thrones" puts this Spanish city on the map*
- The Guardian (Regne Unit): *10 of the best alternative city breaks in Europe*

La valoració parcial del recull de premsa especialitzada en viatges supera els 590.000 euros.

Cal destacar les mencions que han fet de la ciutat, portals com *Wanderlust Circle*, comunitat de més de 300 bloguers, que van escollir Girona com una de les millors destinacions per visitar durant el 2016; la revista "Mas Viajes digital", que ha inclòs Girona en el "Top 5 dels "Destins Michelin" pel 2016, o el blog "Capitales más bonitas", que ha recollit Girona com una de les 7 capitals de província més boniques d'Espanya segons els usuaris de Facebook

4.6.5. Accions amb els mitjans de comunicació

- Durant el 2016 s'han realitzat les següents accions amb mitjans de comunicació:
- 32 *Press Trips* o *Viatges de premsa*
- 92 periodistes.
- Origen per països: França, Regne Unit, Índia, Alemanya, Xina, Catalunya, Àustria, EEUU, Països Baixos, Brasil, Irlanda, Dinamarca, Noruega, Canadà.
- 16 *Blog Trips* o viatges per bloguers.

- 43 bloguers especialitzats en *city break*, cultura, gastronomia, turisme accessible, salut i bellesa.
- Provenients de: Estats Units, Itàlia, Alemanya, Espanya, França, Regne Unit, Holanda.
- 36 col·laboracions amb mitjans de premsa i portals en línia, facilitant informació, documentació i material fotogràfic.

4.7. Productes turístics

4.7.1. Turisme cultural

Les accions destacades de l'any 2016 en l'àmbit del turisme cultural han estat:

- Participació i seguiment de les accions realitzades amb el Club Cultura i Identitat del Patronat de Turisme Costa Brava.
- Campanya promocional i publicitària del “Festival Internacional de Mapping” al mercat català i francès.
- Assistència a fires i *workshops* per donar a conèixer l'oferta cultural al públic professional (FITUR, Girocamping, B-Travel / B-Delicious).
- Reedició i actualització del fulletó “Girona Ciutat sorprenent” en 4 idiomes.
- Actualització plànol turístic de la ciutat en 7 idiomes.
- Nova edició de la “Guia d'Estiu” en 4 idiomes.
- Nova edició de la “Guia d'activitats de Nadal” en 4 idiomes.
- Ampliació del banc d'imatges amb l'adquisició de noves imatges d'esdeveniments de la ciutat, com Girona10, “Girona, Temps de Flors”, etc.
- Campanya de publicitat anual per fer difusió de la destinació com a ciutat per *City Breaks* amb el producte cultural.
- Suport a l'Associació de Guies de Girona en el disseny i la difusió de les noves visites guiades sobre cinema i Joc de Trons.
- 60 visites guiades amb els/les guies de la ciutat, oferint explicacions dels principals atractius patrimonials i històrics, destacant el Call Jueu, la Catedral, els Banyes Àrabs, Sant Feliu o els diferents museus de la ciutat, com el del Cinema o la Casa Masó, entre d'altres.

Participació en esdeveniments vinculats al turisme cultural

Turisme cultural		
Fires i Congressos	Dates	Organitza
FITUR	29-31 gener	Madrid
Mercat d'escapades (amb el CC Gironès)	6-8 maig	Barcelona
Mercat de Mercats (amb el CC Gironès)	21-23 octubre	Barcelona
'Workshops' i presentacions		

Networking Cultura i Natura	27 gener	Girona
WS Afterwork	9 juny	Madrid
Networking Cultura i Identitat	16 juny	Girona
WS OET Frankfurt	23 setembre	Girona
'Fam Trips'		
FT Calypso Tours (Regne Unit)	28 gener	Patronat de Turisme
FT Travaillance / Virtuoso (Estats Units)	9 març	Patronat de Turisme
FT Concurs online (Xina)	19 abril	Patronat de Turisme
FT Hotel Beds (Multimercat)	7 maig	Patronat de Turisme
FT Anextour (Països de l'Est)	7 maig	Patronat de Turisme
FT Natalie Tours (Ukràina)	7 maig	Patronat de Turisme
FT ECT Travel (Regne Unit)	7 i 10 maig	servei de Turisme
FT Shangai (Xina)	13 maig	Patronat de Turisme
FT Israel	17 maig	Patronat de Turisme
FT Coral Travel (Rússia)	23 maig	Patronat de Turisme
FT Tam Viagens (Brasil)	27 maig	Patronat de Turisme
FT Cultura New York (Estats Units)	17 juny	Patronat de Turisme
FT Cultura OET Milà (Itàlia)	29 juny	Patronat de Turisme
FT OET Frankfurt (Alemanya)	23 setembre	Patronat de Turisme
FT Buy Catalunya (Internacional)	28 setembre	Patronat de Turisme
FT Thomas Cook (Regne Unit)	11 octubre	Patronat de Turisme
FT Luxe Mèxic	19 octubre	Patronat de Turisme
FT Signature (Estats Units)	22 octubre	Patronat de Turisme
FT Luxe Austràlia	24 octubre	Patronat de Turisme
FT Països de l'Est	22 novembre	Patronat de Turisme
FT Luxe Rússia	30 novembre	Patronat de Turisme
FT Lux Iltm (Internacional)	2 desembre	Patronat de Turisme
FT Rail Europe (Brasil)	10 desembre	Patronat de Turisme
'Press Trips'		
PT Le Progres (França)	29-31 gener	Patronat de Turisme
PT Tryptic (França)	29-31 gener	Servei de Turisme
PT Le Figaro (França)	1-3 febrer	Servei de Turisme
PT Brittany Ferries (Regne Unit)	6-8 febrer	Patronat de Turisme
PT Petit Futé (França)	1 març	Patronat i Consell Comarcal
PT Metro (Regne Unit)	1 abril	Patronat de Turisme
PT Zimmerman (Austria)	7 maig	Patronat de Turisme
PT Tryptic (França)	10 maig	Servei de Turisme

PT New York Times (Estats Units)	10 maig	Servei de Turisme
PT Patricia Schultz (Estats Units)	3 juny	Patronat de Turisme
PT National Geographic (Països Baixos)	20 juny	Patronat de Turisme
PT Financial Times (Regne Unit)	29 juny	Patronat de Turisme
PT Elle (França)	7 juliol	Servei de Turisme
PT Le Monde (França)	7-10 juliol	Agència Catalana Turisme
PT Kampionen (Països Baixos)	1 setembre	Patronat de Turisme
PT Brasil	8 setembre	Patronat de Turisme
PT OET Dublin (Irlanda)	26 setembre	Patronat de Turisme
PT Costa Brava Internacional	28 setembre	Patronat de Turisme
PT USA	3 octubre	Patronat de Turisme
PT Huffington Post (Canadà)	27 octubre	Patronat de Turisme
'Blog Trips'		
BT Hopscotch The Globe (USA)	17 gener	Patronat de Turisme
BT Tourism With Me (Catalunya)	12-13 febrer	Patronat de Turisme
BT Stefano Bagnasco (Itàlia)	14 març	Patronat de Turisme
BT Nicole Biarnes (Alemanya)	18 març	Patronat de Turisme
BT 365 Sabados Viajando (Espanya)	26 març	Servei de Turisme
BT Hecktic Travel (Canadà)	26 abril	Patronat de Turisme
BT Periscope (Espanya)	10 maig	Patronat de Turisme
BT Monnuage (França)	10 maig	Patronat de Turisme
BT Six Legs will Travel (Regne Unit)	29 maig	Patronat de Turisme
BT Forget some day (Estats Units)	8 juny	Patronat de Turisme
BT The Girl with the luggage (Itàlia)	20 juny	Patronat de Turisme
BT Budget Traveler (Països Baixos)	27 juny	Patronat de Turisme
BT Salut i Bellesa (Espanya)	22 novembre	Patronat de Turisme
Altres visites guiades		
FT from bark to bottle (Multimercat)	25 juny	ConSORCI Gavarres
FT from bark to bottle (Multimercat)	29 juny	ConSORCI Gavarres
VG Premis Europa (Multimercat)	8-9 juliol	Alcaldia

4.7.2. Turisme gastronòmic

La gastronomia ha estat un producte clau per situar Girona en el mapa internacional com una de les destinacions de referència, gràcies al lideratge del Cellar de Can Roca com a segon millor restaurant del món.

En el marc d'aquest producte turístic, Girona s'ha incorporat al programa Catalunya, Regió Europea de la Gastronomia, participant en algunes de les jornades organitzades, i ha fet difusió del producte gastronòmic a partir de diverses activitats:

13 visites guiades amb els guies de la ciutat, destacant els atractius gastronòmics de la ciutat, des del mercat, als productes autòctons, establiments singulars, especialitats de la restauració, etc.

Participació amb estand propi a l'apartat B-Delicious de la fira turística B-Travel oferint tastets representatius del nostre territori.

Col·laboració amb els col·lectius gastronòmics

S'ha donat suport a les activitats que l'Associació d'Hostaleria Girona i Radial ha programat al llarg del 2016, com la Setmana Gastronòmica Gironina, la mostra Destapa't Girona, la Mostra de Cuina amb Flors, les Jornades de la cuina de la tòfona o de l'arròs, entre d'altres.

S'han portat a terme, amb el suport de l'Associació d'Hostaleria i el Grup Girona Bons Fogons, activitats de promoció i d'acompanyament per tal de donar projecció a la gastronomia de la ciutat en el marc de viatges de familiarització (fam trips), viatges de premsa (press trips), etc.

Participació en esdeveniments vinculats al turisme gastronòmic

Turisme gastronòmic	Dates	Organitza
Fires i Congressos		
B-TRAVEL / B-DELICIOUS	15-17 abril	Barcelona
Fam Trips		
FT Wine Style Travel (Internacional)	1 abril	Patronat de Turisme
FT IWINETC (Multimercat)	9 abril	Patronat de Turisme
FT Senderisme i gastronomia (Països Nòrdics)	25 maig	Patronat de Turisme
Press Trips		
PT Suprio Bose (Índia)	27 febrer	Patronat de Turisme
PT Kulinariker / Georeisen (Alemanya)	15 març	Patronat de Turisme
PT IWINETC (Multimercat)	8 abril	Patronat de Turisme
PT Gourmet Traveller (Xina)	17 abril	Patronat de Turisme
PT Rincones con Sabor (Catalunya)	22 abril	Servei de Turisme
PT Nina Caplan (Regne Unit)	29 abril	Patronat de Turisme
PT OET New York	21 octubre	Patronat de Turisme
Blog Trips		
BT Chiara Maci (Itàlia)	1 març	Patronat de Turisme
BT Food & Wine (Itàlia)	8 octubre	Patronat de Turisme
BT 2 Food Trippers (Estats Units)	25 novembre	Patronat de Turisme

4.7.3. Turisme esportiu

L'any 2015, la ciutat de Girona ha estat certificada per l'Agència Catalana de Turisme com a Destinació de Turisme Esportiu (DTE), un segell que reconeix la ciutat com una destinació que ofereix recursos i serveis d'alta qualitat, instal·lacions esportives, allotjaments adaptats i serveis especialitzats tant per als i les esportistes professionals com per als i les turistes que vulguin practicar activitats esportives.

Girona ha obtingut la certificació de Destinació de Turisme Esportiu en la modalitat “Multiesports”, que abasta les següents especialitats esportives: *running*, ciclisme (carretera i BTT), natació, atletisme i tennis.

La marca DTE posiciona la ciutat de Girona com una destinació turística adaptada a les necessitats dels i de les esportistes que busquen poder realitzar els seus entrenaments i millorar el seu rendiment físic i tècnic.

Durant l'any 2016 s'han desenvolupat les següents actuacions:

- Reunions amb clubs de *running*, empreses certificades de ciclisme, esportistes de renom de la ciutat, la Fàbrica, hotels certificats i Associació d'Hostaleria per a la concreció del pla d'accions 2016.
- Elaboració i buidatge d'enquestes per a empreses i professionals del sector *running*, ciclisme, hotels i entitats esportives per a la concreció del pla d'accions 2016.
- Encàrrec extern i desenvolupament del pla de comunicació de la DTE 2016, amb l'objectiu de captar esportistes professionals, esportistes amateurs i turisme familiar .
- Creació i presentació del nou logo “Girona Enjoy Sport”.
- Incorporació de 3 noves empreses i entitats a la DTE Girona: Cenit, Servei d'Esports de la UdG i Sporcat.
- Visites tècniques de seguiment amb l'Agència Catalana de Turisme als allotjaments, empreses i entitats certificades.
- Coordinació de 2 reunions de la Comissió Gestora de la DTE Girona.
- Presència de la DTE Girona en esdeveniments de ciutat amb estand promocional: Girona10, MIC 2016, Cursa Rac1, Girona Gran Fondo.
- Suport a l'Agència Catalana de Turisme en l'acte de presentació del nou segell de Turisme Esportiu a Girona el dia 26 de maig.
- Coordinació amb els allotjaments certificats per l'elaboració de l'oferta de cap de setmana dels hotels de la DTE Girona.
- Edició del fulletó promocional de la oferta de cap de setmana dels hotels de la DTE Girona en 4 idiomes.
- Elaboració de candidatures per a la captació d'esdeveniments esportius.
- Incorporació de marxandatge relacionat amb la DTE Girona a la botiga de l'Oficina Municipal de Turisme: tasses i bidons per a bicicletes.
- Presència de la DTE Girona en el material promocional de l'Agència Catalana de Turisme: catàleg de ciclisme de carretera, catàleg Catalunya és esport i mapa Catalonia Road Cycling.
- Presència de la DTE Girona en les accions promocionals de l'Agència Catalana de Turisme (fires i esdeveniments esportius) amb material propi: Garmin Velothon de Berlín, Marató d'Estocolm, Fira CMT de Stuttgart, Fira Free Munich, Fira Reisen Hamburg, Ironman Frankfurt, Challenge Roth, Eurobike Friedrichshafen, entre d'altres.
- Presència de la DTE Girona en les accions promocionals de l'Agència Catalana de Turisme (workshops i fam trips): fam trip en cicisme de carretera i workshop a Girona el juny, i workshop en turisme esportiu a Hospitalet de Llobregat el mes d'octubre.
- Incorporació de la DTE Girona a la plataforma Costa Brava Pirineus Sports Friendly amb el repte de la cursa de Sant Silvestre.

- Promoció dels esdeveniments esportius de la ciutat en clau DTE (cursa Sant Silvestre, Gerundona Road, Cursa de la Dona, Cursa de Rac1, Girona Cycling Festival, Girona MTB Challenge, etc).
- Presentació de la DTE Girona als alumnes de la Facultat de Turisme de la Universitat de Girona.
- Assistència a les jornades de treball del Club de Turisme Actiu i de Natura del Patronat de Turisme.
- Difusió de la DTE Girona a través de xarxes socials (Twitter, Instagram, Facebook i YouTube).

Participació en esdeveniments vinculats al turisme esportiu

Turisme esportiu	Dates	Organitza
Fires i esdeveniments esportius		
Mediterranean Internacional Cup	23 març	Girona
Fira del corredor	17-19 juny	Girona
Workshops i presentacions		
WS Ciclisme en carretera (Internacional)	7 juny	Girona
WS Esportiu (Internacional)	18 octubre	Hospitalet de Llobregat
Press Trips		
PT Danish Golf (Dinamarca)	2 octubre	Patronat de Turisme
Fam Trips		
FT Ciclisme de carretera (Multimercat)	6-7 juny	Agència Catalana Turisme
FT Golf Proscott (Alemanya)	24 setembre	Agència Catalana Turisme
FT Walker's World (Nova Zelanda)	1 desembre	Patronat de Turisme
Altres visites guiades		
Marxa cicloturisme bombers Barcelona	24 maig	Servei de Turisme

4.7.4. Turisme responsable

El turisme forma part del caràcter estructural de les poblacions, ja sigui en ciutats que són grans destinacions turístiques o en petites ciutats que comencen a créixer turísticament, ja que participa i influeix en les relacions i la realitat social, econòmica, política i espacial de l'entorn urbà. De manera que, avui en dia, a ningú se li escapa la idea que és necessari posar atenció i reflexionar sobre l'activitat turística d'una ciutat i sobre com aquesta afecta els seus ciutadans.

En el marc de la xarxa de Ciutats Educadores – a la qual l'Ajuntament de Girona està adherida - el turisme i la visió pedagògica d'aquestes ciutats tenen el seu nexa en l'espai públic urbà, que integra dues realitats que s'enriqueixen entre elles, compartint identitats, idees i vivències. A més, en aquests espais de convivència turística, ciutadans residents i ciutadans temporals comparteixen un mateix patrimoni (material i immaterial) que, com a tal, ha de ser per a l'ús i el gaudi de tots.

En aquest context, és important ubicar el denominat Turisme Responsable com aquell que busca minimitzar els impactes negatius que genera el turisme, maximitzar els beneficis per la població i l'empresari local, i involucrar-lo en la governança turística de la destinació.

En relació amb aquesta nova visió turística de les Ciutats Educadores, s'ha creat una xarxa temàtica "Ciutat Educadora i Turisme Responsable. El patrimoni com a valor identitari de les ciutats", formada per diferents ciutats de l'estat espanyol: Barakaldo, Barcelona, Bilbao, Cuenca, Gijón, Girona, Granollers, La Vall d'Uixó, Lleida, Ontinyent, Soria, Tarragona, Vila-Real, Vitoria-Gasteiz i Zaragoza.

L'Ajuntament de Girona té clar que cal establir, tant a nivell teòric com pràctic, un nou binomi de reflexió entre el turisme i la ciutat educadora, posant especial èmfasi en com l'activitat turística d'una ciutat afecta els seus ciutadans. Per aquest motiu s'ha integrat a la xarxa de Ciutats Educadores i Turisme Responsable.

La integració de Girona en aquest projecte permetrà, per una banda, poder incorporar la perspectiva responsable en les línies d'actuació turística de la ciutat i, per altra banda, intercanviar experiències i bones pràctiques amb la resta de la ciutats que en formen part, a partir del treball en xarxa.

Un dels principals objectius de l'Ajuntament de Girona és fer del turisme un revulsiu en l'economia de la ciutat, però sense obviar que cal establir uns paràmetres de qualitat, sostenibilitat i responsabilitat per garantir que aquest revulsiu sigui coherent i equilibrat amb el que vol ser la ciutat de Girona a nivell turístic: un destí turístic amb una identitat pròpia, en la qual el turista pugui gaudir dels atractius de la ciutat sense massificacions, amb un patrimoni i una cultura ben conservats i en la qual el ciutadà pugui conservar la seva qualitat de vida convivint de forma positiva amb el turisme.

L'any 2016 s'han realitzat les següents accions:

- Confecció de la documentació d'adhesió a la xarxa Ciutats Educadores i Turisme Responsable.
- Realització dels treballs establerts en el marc de la xarxa:
- Localització, inventari i descripció dels espais de convivència turística (E.C.T) de la ciutat de Girona.
- Identificació dels elements patrimonials (materials i immaterials) que aporten i/o reforcen la identitat de la ciutat.
- Reunions amb l'equip tècnic dels serveis d'Educació.
- Interlocució amb la secretaria de la Xarxa de Ciutats Educadores i Turisme Responsable.
- Assistència a la trobada de la Xarxa de Ciutats Educadores i Turisme Responsable a Cuenca el mes de juliol.
- Divulgació del projecte a l'estand "Ciutat Educadora" de l'Ajuntament de Girona a la Fira de Mostres.

4.7.5. Turisme de negocis

Girona és una ciutat de congressos, integrada dins el circuit internacional de ciutats congressuals. Des de ja fa més de deu anys, Girona s'ha introduït plenament en el sector del turisme de negocis amb una oferta completa i de qualitat per al visitant.

La *National Geographic Traveler*, l'any 2015, va considerar la ciutat amb millor reputació en línia de l'estat espanyol segons el web corporatiu de preus d'hotels *Trivago*.

L'any 2015 la ciutat va ser escollida com a escenari cinematogràfic. La productora americana HBO va escollir Girona com a ciutat principal per rodar-hi la sisena temporada de la seva famosa sèrie "Joc de Trons". El primer contacte amb els socis espanyols de la productora es va fer a la Fira IMEX de Frankfurt l'any 2014, on Girona tenia un mostrador dins l'estand de Turespaña. Aquest fet, ha situat la ciutat una vegada més a les pantalles de la televisió internacional i, durant el 2016, ha captat l'interès dels molts turistes que són fans de la sèrie i que han visitat la ciutat.

Per altra banda, la demarcació de Girona és una de les àrees més importants del món a nivell gastronòmic. Amb 17 estrelles *Michelin* repartides en 13 restaurants de la demarcació i el millor restaurant del món 2015 a la ciutat, "El Cellar de Can Roca", Girona té un punt més a favor del turisme de reunions, ja que la restauració dels actes n'és una part rellevant. A més, durant el 2014 Jordi Roca, el pastisser d'"El Cellar de Can Roca", va obtenir el reconeixement de millor pastisser del món, segons la revista *Restaurant* de Londres.

La ciutat també disposa d'una oferta hotelera de qualitat, amb més de 700 habitacions repartides en hotels de 3, 4 i 5 estrelles, que sumats a les 482 habitacions que trobem en un radi de 15km, resulten un total d'aproximadament 1.200 habitacions de capacitat. La majoria dels hotels es troben situats a menys de 10 minuts caminant del centre i del Palau de Congressos, dades rellevants per al turista de negocis.

Totes aquestes circumstàncies fan de Girona una destinació molt valorada com a seu de congressos, jornades, simposis i altres tipus de reunions i esdeveniments. Cal destacar el gran equipament que representa el Palau de Congressos de Girona com un motor principal de la ciutat per impulsar i promocionar el turisme de reunions. Inaugurat el 2006 i amb àmplia experiència en congressos, l'equipament municipal és el lloc ideal per celebrar reunions, congressos o convencions, entre d'altres. La seva situació, les seves modernes instal·lacions i la seva capacitat per acollir fins a 1.800 persones en un mateix acte, situen el Palau de Congressos com a referent de la demarcació de Girona i com a l'espai idoni per incrementar el nombre d'esdeveniments a la ciutat.

Esdeveniments celebrats al Palau de Congressos de Girona

Tipus d'acte	Totals	Persones	Dies
Congressos	15	9.435	49
Jornades	30	9.540	36
Convencions	8	3.440	13
Esdeveniments	20	11.880	32
Totals	73	34.295	130

Evolució dels esdeveniments celebrats al Palau de Congressos de Girona

Tipus d'acte	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Congressos	11	12	14	14	17	15
Jornades	5	3	2	4	6	8
Convencions	21	26	26	33	36	30
Esdeveniments	19	13	6	15	17	20
Totals	56	54	48	66	76	73

Dies d'ocupació del Palau de Congressos

Tipus d'acte	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Congressos	45	44	47	50	32	49
Jornades	7	3	2	5	6	13
Convencions	29	33	33	37	40	36
Esdeveniments	37	19	12	17	106	32
Totals	118	99	94	109	184	130

Evolució del nombre d'assistents als congressos

Tipus d'acte	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Congressos	9.000	6.710	11.329	9.600	7.090	9.435
Jornades	1.950	1.175	650	1.350	1.700	3.440
Convencions	6.180	7.340	7.388	9.729	11.900	9.540
Esdeveniments	9.875	9.000	3.850	7.220	10.080	11.880
Totals	27.005	24.225	23.217	27.899	30.770	34.295

Congressos realitzats al Palau de Congressos de Girona

Congrés	Dates	Assistents
Congrés ACCOPLC	27 de gener	180
Congrés AEDEMO	17 de febrer	640
Congrés SOCMIC	10 de març	500
Congrés Rotary	11 de març	700
Acte Trams	13 de març	1100
Congrés Pricooncologia	28 d'abril	660
Congrés SCD	20 de maig	180.
Fòrum Impulsa	1 de Juliol	2.400
Congrés de Nanotecnologia	5 de setembre	180
Congrés GEQO	7 de setembre	660
Congrés Pedagogia	15 de setembre	600
Congrés SEBD	19 d'octubre	570
Congrés Professiò Mèdica COMB	10 de novembre	1000
Congrés Imatge i Recerca	15 de Novembre	540

Congrés defensors Locals

23 de novembre

525

Elaboració de candidatures per a l'organització de congressos a Girona

Durant l'any 2016 s'han presentat diverses candidatures amb l'objectiu de captar possibles congressos en un futur a la ciutat de Girona.

Les candidatures han estat presentades conjuntament amb el departament de producció del Palau de Congressos, utilitzant els documents de candidatura següents: el dossier "Girona, ciutat de congressos" i el dossier tècnic del Palau de Congressos en 4 idiomes; català, castellà, anglès i francès.

- Congrés Mèdic Grec (contacte, 4 desembre 2012)
- Congrés SEMERGEN (contacte, 14 setembre 2015)
- Congrés Seram
- Congrés TFOS (contacte, 31 gener 2014)

Per altra banda, s'han realitzat autocandidatures a partir de la informació proporcionada per una de les associacions més prestigioses del sector del turisme de reunions com és l'ICCA (Associació internacional de congressos i convencions), de la qual la ciutat és membre.

A partir de la informació que ofereixen les associacions a les quals Girona pertany i gràcies a la recerca constant, s'han pogut obtenir els contactes de congressos que es realitzen en ciutats de la mida de Girona i que poden ser possibles candidats a venir a la ciutat. Conseqüentment, s'hi han enviat autocandidatures, proposant realitzar el seu proper congrés a Girona.

La base de dades d'ICCA és una eina molt útil, ja que permet obtenir informació detallada de congressos europeus i internacionals. D'aquesta manera, s'ha investigat quins eren els congressos amb les característiques que compleixen l'oferta de Girona i el Palau de Congressos.

Accions comercials de promoció de Girona com a ciutat de congressos

Accions comercials		
Fires i Congressos		
Fira FITUR/Assemblea APCE	20 al 22 gener	Madrid
Congrés ACI	10 al 13 abril	Berlín
Fira IMEX	19 al 21 maig	Frankfurt
Fira IBTM	29 nov. a 1 des	Barcelona
Workshops		
WS dins Convenció NIMA (mercat Indi)	2 de febrer	Barcelona
MIS (Meetings&incentive Summit)	8 de març	Madrid
WS Icca Iberian Chapter	1 d'abril	Marbella
WS Directe Regne Unit	10 de maig	Londres
WS Afterwork Costa Brava CB	7 de juny	Madrid
WS associatiu FAIB	juny	Catalunya

WS Master Meeting Mercat holandès	21 de juny	Amsterdam
WS M&I Forum Europe Summer	28 juny al 02 juliol	Madrid
WS directe Mercat francès	16 al 18 setembre	determinar
WS Costa Brava Business Day	13 d'octubre	Costa Brava
WS directe França	octubre	Catalunya
WS directe Alemanya	tardor	Catalunya
WS ECM associatiu	9-10 de desembre	Brussel·les
Presentacions / col·laboracions		Organitza
Presentació Projecte Olot- Girona - Lloret (partenariat)	4 de febrer	Olot
Presentació a Societats mèdiques (només CBx)	29-feb	Barcelona
Presentació MPI Dia Orgullo MICE	14 d'abril	Girona
Presentació a Societats mèdiques-aliança Pamplona-Girona	tot l'any	Madrid
Presentació a Toulouse Olot-Girona-Lloret	19 de maig	Toulouse
Presentació i promoció a assistents acte IDIBGI	3 de juny	Girona
Presentació Afterwork a Costa Brava	7 de juny	Madrid
Presentacions-dinar empreses TOP TEN de BCN	octubre	Barcelona
Presentació al mercat anglès	3 novembre	Londres
Fam Trips / Press trips		Organitza
FT projecte OLOT-GIRONA-LLORET	8 al 10 d'abril	OGLL
FT projecte OLOT-GIRONA-LLORET	15 al 17 d'abril	OGLL
FT del WS invers C.B Business day	14 al 16 d'octubre	a determinar
FT FAIB -associatiu Benelux	octubre	Catalunya
FT Mercat francès	octubre	Catalunya
FT Mercat Alemany	octubre	Girona
FT IBTM World - multimercat	1 al 4 desembre	Girona i voltants
Visites comercials		Organitza
Visites comercials societats mèdiques, científiques Girona-Pamplona	22 de gener	Madrid
Visites comercials a Barcelona OGLL	3 agendes	Barcelona
Visites comercials societats mèdiques, científiques Girona-Pamplona	9 de febrer	Saragossa
Representació comercial mercat Britànic (Franck Barbaras)	abril a juny	Anglaterra
Visites comercials societats mèdiques, científiques Girona-Pamplona	maig	Valencia
Visites comercials societats mèdiques, científiques Girona-Pamplona	juny	Barcelona
Visites comercials societats mèdiques, científiques Girona-Pamplona	setembre	Madrid

Girona City Convention Bureau

El Girona City Convention Bureau és la secció especialitzada en el turisme de negocis i reunions de l'Ajuntament de Girona.

L'objectiu fonamental del Girona City Convention Bureau (GCCB) és promocionar la ciutat de Girona com a seu de congressos, convencions, jornades i viatges d'incentius.

Serveis a l'organitzador:

Assessorar en la planificació i organització de diferents aspectes com la seu, l'allotjament, els proveïdors, les activitats d'incentiu, els programes d'oci i culturals, les visites guiades a la ciutat i les excursions per tota la demarcació.

Proporcionar material turístic de la ciutat.

Coordinar les visites de prospecció.

Fer d'enllaç per temes de protocol entre les entitats locals i els clients.

Serveis als membres:

Participació dels membres en l'elaboració del Pla d'accions comercials del GCCB cada exercici.

Reunions mensuals per a la coordinació de les activitats que es fan a la ciutat i la preparació de les accions comercials.

Promoció dels seus establiments en totes les accions comercials.

Possibilitat de participar i tenir presència en les fires especialitzades on es planifiqui assistir segons el Pla d'Accions Anual.

Aportacions dels membres:

Els membres tenen el compromís de col·laborar amb el GCCB fent aportacions d'habitacions en el moment que es realitzi algun fam-trip amb clients potencials de congressos.

4.7.6. Turisme accessible

Durant el 2016 s'ha continuat promocionant el turisme accessible, desenvolupant les següents actuacions:

- Activitat de formació amb l'Associació de Guies de Girona i MIFAS per a la identificació d'un itinerari *Easy Walking* pel Barri Vell de la ciutat. Realització d'una sessió pràctica pel Barri Vell per definir un recorregut òptim i possibles variants per facilitar la visita de persones amb mobilitat reduïda o altres perfils (cotxets, gent gran, etc). L'objectiu d'aquesta jornada formativa va ser, a més de la identificació del propi recorregut, conscienciar i formar els guies turístics en els aspectes a tenir en compte a l'hora de planificar rutes per a persones amb problemes de mobilitat.
- Activitats per a tothom al Girona 10. Durant el cap de setmana de Girona 10, s'han organitzat diferents visites guiades inclusives. Concretament, el dissabte 30 de gener, una visita guiada naturalista per conèixer ocells a les Ribes del Ter (que a causa del gran èxit d'assistència, amb 31 inscrits, es va desdoblar en dos grups) i el diumenge 31, una visita guiada al centre històric (11 inscrits). En totes dues sortides es va garantir un itinerari apte per a persones amb mobilitat reduïda i es va oferir gratuïtament el servei d'interpretació en llengua de signes.
- Edició d'un plànol turístic per a persones amb mobilitat reduïda. S'ha editat una versió del plànol turístic de la ciutat amb informació adaptada a les necessitats concretes del públic amb mobilitat reduïda, com per exemple informació sobre el grau d'accessibilitat als diferents

elements patrimonials, proposta d'itineraris lliures de barreres arquitectòniques, allotjament adaptat, localització de WC públics adaptats, etc. Aquest plànol es troba disponible al web de turisme i a les Oficines de turisme de la ciutat.

- Campanya publicitària per al posicionament de la ciutat de Girona com a destinació accessible al portal web *Equalitas Vitae*, uns dels portals de turisme accessible a l'Estat Espanyol.

4.7.7. Turisme actiu i de natura

Durant l'any 2016 s'han continuat oferint els circuits d'orientació. El mes de maig es va tancar l'edició 2015-2016 i es va inaugurar la nova oferta per a la temporada 2016-2017, amb un circuit accessible per a persones amb mobilitat reduïda pel Barri Vell com a principal novetat. Els altres circuits oferts són: Barri Vell, Sant Daniel en bicicleta i a peu i Hortes de Santa Eugènia.

Durant la temporada 2015-2016, els circuits d'orientació (vigents des del maig del 2015 al maig del 2016), van registrar 2.019 participants, pràcticament el mateix nombre de participants que l'any anterior (2.004 persones registrades) tot i disposar d'un circuit menys. D'aquests participants, el 48'6% eren nens/es de menys de 12 anys, fet que indica que es tracta d'una activitat essencialment familiar. Tot i això, es tracta d'un recurs utilitzat sovint per grups, especialment de nens/joves, tant local com estrangers, per conèixer la ciutat d'una manera diferent.

Circuits d'orientació

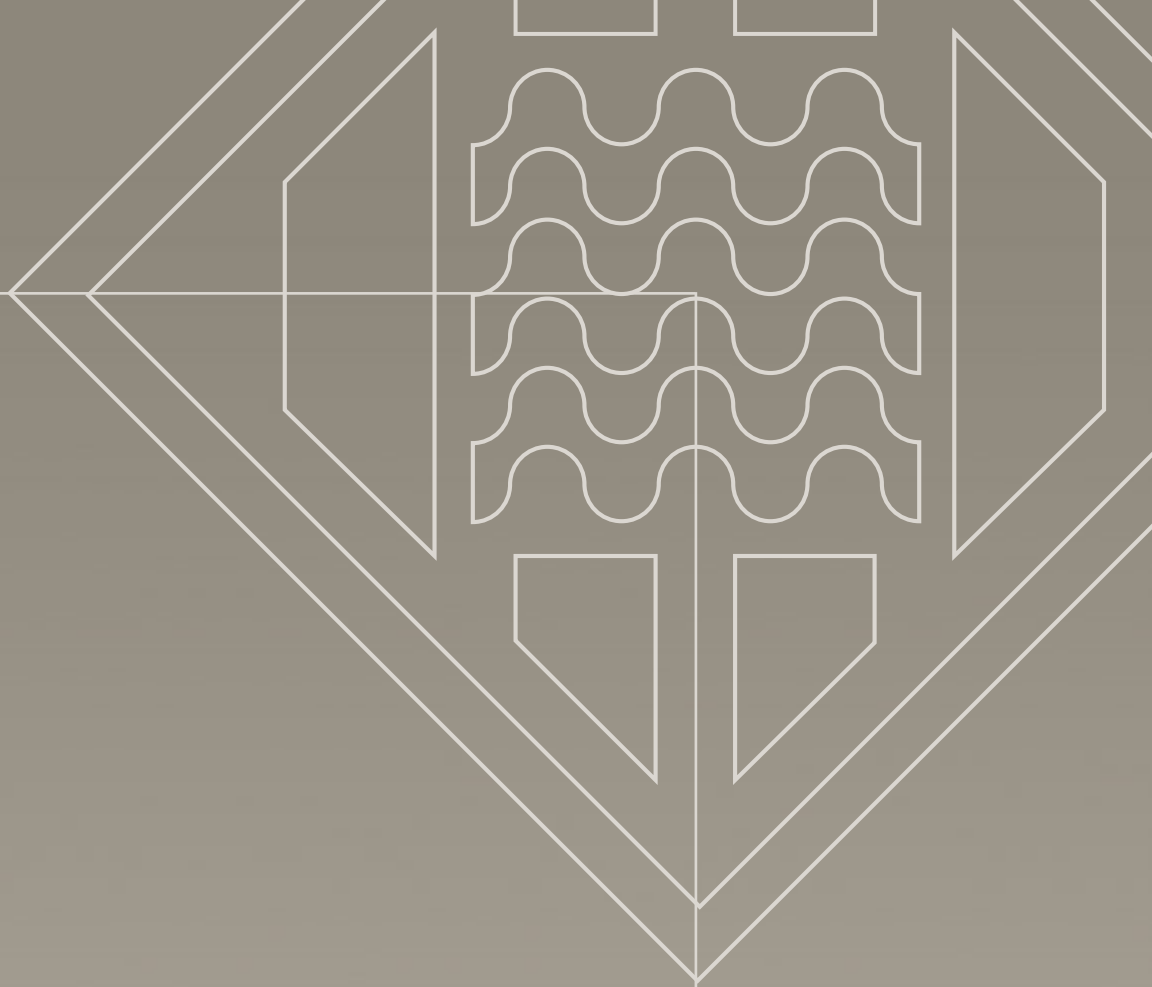
Circuit	V. Absolut	%	Grau de satisfacció (sobre 5)
Barri Vell	1.886	93,41 %	4,7
Hortes	112	5,55 %	4,8
Sant Daniel en bicicleta	21	1,04 %	5
Total	2.019	100,00 %	4,7

Dels tres circuits vigents aquest any, una majoria de participants va optar per seguir el circuit del Barri Vell (93,4%), fet que relega les altres dues opcions en una situació minoritària.

El grau de satisfacció de l'activitat continua sent molt alt, seguint la tendència d'anys anteriors. Així, el circuit de sant Daniel en bicicleta ha estat puntuat amb una satisfacció màxima (5) per tots els seus usuaris, tot i que el Barri Vell (4,7) i Hortes (4,8) també obtenen puntuacions molt elevades.

Els ciutadans locals i de l'entorn metropolità suposen el 21'4% dels usuaris dels circuits, i confirmen que aquestes activitats no tenen només un ús turístic sinó que són també un recurs d'oci per als mateixos ciutadans.

Per altra banda, pràcticament una quarta part (23,4%) dels usuaris provenen de la demarcació de Barcelona. Els turistes estrangers suposen el 36'8% del total, repartits amb un 20'6% de públic europeu i un 16'2% de la resta del món. Per nacionalitats, destacarien sobretot els francesos (8'5%).



MEMÒRIA 2016

↳ **Ajuntament de Girona**

Plaça del Vi, 1
17004 GIRONA
Tel. 972 419 001
www.girona.cat