

# MALLORCA FEELINGS® 2017

*"La gente olvidará lo que dijiste y lo que hiciste, pero nunca olvidará cómo la hiciste sentir"*

TRANSMITIENDO  
EMOCIONES

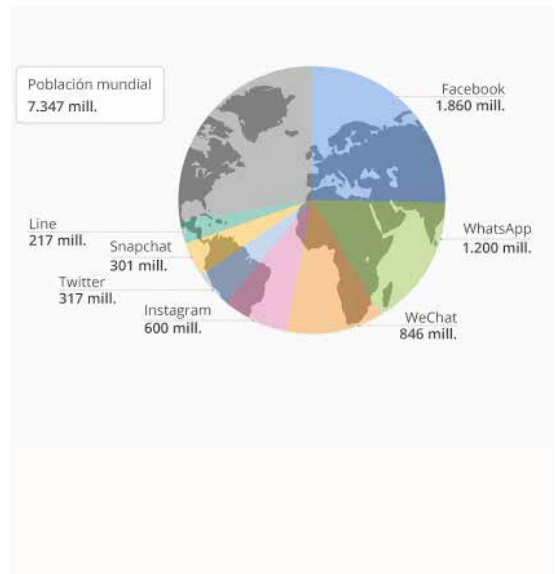
# CONTENIDOS

## FUNDAMENTOS Y OBJETIVOS



### ALGO DE TI EN MALLORCA

## DATOS INTERESANTES



## ESTADÍSTICAS ANTERIORES

- 3 FUNDAMENTOS DIFERENCIADORES**  
Los fundamentos básicos que hace de este evento diferente a todos los demás es su espíritu de colaboración en pro de un bien global.
- 4 EXPERIENCIAS**  
Las experiencias son vivencias y sólo pueden ser explicadas a través de las emociones que nos producen.
- 5 CONFIANZA**  
Cuando algo es comunicado desde el corazón crea un clima de confianza que ni el mejor de los spots publicitarios puede conseguir.
- 5 OBJETIVOS DE MALLORCAFEELINGS**  
Adit ipsam inctore pa pres mi, aliquam id elenimint veniminctur, od quia ped modignis reictibus. Ed ma cus cone conse nostis as susae
- 6 EL MÉTODO MALLORCAFEELINGS**  
Diseñamos un método por el cual la comunicación se realiza en todas direcciones y desde múltiples perspectivas.

## PREVISIONES 2017

- 7 ESTADÍSTICAS**  
Te mostramos los datos que demuestran la difusión y alcance de nuestros eventos.
- 8 EDICIÓN 2017**  
En esta edición vamos a conjugar lo tradicional y el lujo en todos sus aspectos.
- 10 LUXURY & TRADITIONAL**  
Conoceremos Mallorca a través de la mejor gastronomía, el ocio, actividades,...
- 12 PLANNING 2017**  
Hemos preparado 4 días completos de actividades, mira aquí el planning previsto.
- 14 PARTICIPANTES Y PARTNERS**  
A conoce aquí el perfil de nuestros participantes y comunicadores, así como a nuestros partners.

TODO ES POSIBLE



SENTIMIENTOS  
QUE UNEN PERSONAS

#MALLORCAFEELINGS

"Nunca sabrás hasta dónde puedes llegar si no lo intentas"

FUNDAMENTOS DE

# MALLORCA FEELINGS

Es una experiencia creada para promocionar el destino Mallorca desde una perspectiva de desestacionalización, y de profundidad en nuestra cultura y gastronomía a través de la comunicación. En esta iniciativa se engloba una serie de eventos con actividades y acontecimientos diseñados para EMOCIONAR a los participantes y a su vez, a través de ellos, promocionar Mallorca y sus grandezas como isla y como sociedad volcada en el turismo.

# EXPERIENCIAS

Creamos experiencias para emocionar y ser transmitidas en tiempo real por nuestros participantes a través de las redes sociales y medios tradicionales.



MALLORCAFEELINGS ES UN MOVIMIENTO DE DIFUSIÓN TURÍSTICA Y SOCIOCULTURAL QUE PERMITE MOSTRAR AL MUNDO LAS RIQUEZAS DE NUESTRA ISLA, EMPEZANDO POR NUESTRA GASTRONOMÍA TRADICIONAL Y LA DE AUTOR, LA PRODUCCIÓN EN VINOS, ACEITES Y TODOS Y CADA UNO DE LOS PRODUCTOS QUE NOS DIFERENCIAN MUNDIALMENTE, COMO LA SOBRASADA, LA ENSAIMADA, EL SIURELL Y ASÍ HASTA LLEGAR A NUESTRA CULTURA, ARQUITECTURA E HISTORIA QUE NOS ENCUMBRA COMO UNO DE LOS LUGARES PREFERIDOS PARA VIVIR.

## DIFUSIÓN



El motivo principal de este tipo de eventos es dinamizar el turismo mostrando nuestras riquezas de destino paisajísticas, gastronómicas y culturales al resto de mundo desde una perspectiva real, sin maquillar, y comunicadas a tiempo real por los participantes de la experiencia, mientras la viven en primera persona disfrutando de los medios necesarios y libertad de expresión.

Sus relatos y publicaciones serán nuestra mejor publicidad y esa es la clave de una promoción EFECTIVA, REALISTA y ECONÓMICA.

## EVENTOS



## EVENTOS

Para ello se invita a una selección de comunicadores influyentes en diferentes sectores, entre los que se encuentran blogueros, tuiteros, presentadores, locutores de radio, famosos y demás, que vivirán la experiencia en primera persona y que serán nuestros embajadores tres días en la Isla, y en el futuro, en cualquier parte del mundo donde se encuentren. Además todo ello se complementa con anfitriones locales que los acompañan por estos recorridos de modo que les damos la bienvenida en un programa de actividades planificado y estructurado.

En la 1ª edición del #MallorcaFeelings se eligió un modelo de promoción basado en la elección de comunicadores y expertos en diversas especialidades convirtiéndose por unos días en embajadores de Mallorca mostrando al mundo las sensaciones que el evento les produjo.

## SOCIAL MEDIA



Se seleccionaron a **40 participantes expertos** en organización de eventos, tecnología, comunicación de masas, gastronomía, arte y cultura, deportes (golf), moda complementos, e incluso en política entre otros.

## VISIBILIDAD



## VISIBILIDAD

El requisito imprescindible para su elección era que fuesen buenos comunicadores, bien a través de sus blogs, sus redes sociales o sus espacios en Radio y Televisión.



Además, para asegurarnos de que conociesen la auténtica Mallorca desde un punto de vista cercano, lejos de revistas o guías, el grupo contaba con personas residentes en la isla que la conocen perfectamente.

La iniciativa de plantar 40 olivos de 1,70m de altura y fue el impulso definitivo para que muchas empresas se hayan unido a la iniciativa de #MallorcaFeelings.

Hasta la fecha han colaborado más de 175 empresas y profesionales entre los que podemos destacar Estrellas Michelin, grandes compañías de viajes, touroperadores, grandes hoteles y establecimientos turísticos y de ocio de la isla.

### ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

Port Adriano  
Arabela Golf (Son Vida)  
Iberostar Son Antem  
OD Portals Hotel  
Nautic hotel  
Ca'n Solé Petit Hotel  
HPC Portocolom  
Hotel Bahía del Sol  
...

### RESTAURACIÓN

#### Estrellas Michelin

Andreu Genestra (Son Jaumell)  
Fernando Arellano (Zaranda)  
Marc Fosh (Fosh Rest.)  
Tomeu Caldentey (Taronja Negra)

#### Otros grandes Chefs

Santi Taura (Santi Taura Rest.)  
Miquel Calent (Ca'n Calent)  
Ignasi Colí (assoc. gastronòmica)  
Marga Coll (Miceli)  
Rafael Perelló (Son Brull)  
Marta Rosselló (Sal de Cocó)  
Santi pons  
...

### AGENCIAS TURÍSTICAS Y VIAJES

Air Europa  
Air Berlín  
NT Incoming  
World2Meet  
MTS Incoming  
DER Touristik  
Organización Royal  
...

### INSTITUCIONES

Fundación Turisme Palma 365  
Ayuntamientos de Mallorca  
Escuela de Hostelería de les Illes Balears  
Escuela de Turismo de Balears Felipe Moreno

### ...Y MUCHOS MÁS

GEOHolder  
Casino de Mallorca  
Hard Rock Café  
G2TPV Soluciones  
Petroest  
Balear Invest  
ETL Mallorca  
Japonice rest.  
Son Mut Nou  
DO Binissalem  
DO Oli de Mallorca  
Foto Ruano  
Curly Commas Video Creative  
Escafé Boutique  
Agroilla  
Lobbybou (assoc.)  
Aquathin  
Café Atlántico  
etc....

# OBJETIVOS FUNDAMENTALES

1 Contribuir a la desestacionalización del turismo creando un nuevo concepto de turismo sostenible y de calidad.

2 Contrarrestar social y mediáticamente el efecto contaminante del turismo a través de la siembra de un árbol en las zonas que deben ser reforestadas, creando un vínculo muy fuerte entre el visitante y la isla a través de su geolocalización.

3 Difundir de una manera más eficaz los destinos y las sensaciones que pueden vivirse.

4 Convertirlo en evento periódico y exportable a otras zonas, manteniendo la esencia, que no es otra que proporcionar emociones, libertad y sorpresas constantes.

5 La creación de un nuevo producto turístico a partir de los protocolos propuestos.

6 Mostrar cómo llevar a cabo un proyecto colaborativo nos hace más fuertes y es económicamente viable. La cooperación de profesionales y comunicadores y la unión de talentos, transmiten un destino más sólido, más unido y con mucha más oferta.



# COMUNICAR EMOCIONES

Maya Angelou.

Las personas olvidarán lo que dijiste y lo que hiciste, pero nunca olvidarán cómo las hiciste sentir.

## COMUNICAR

Comunicar es la palabra más utilizada después de "emocionar" y no hay manera más perfecta y efectiva de comunicar una emoción que hacerlo a través de quienes participan de la experiencia. Es por ello que las redes sociales, accesibles ya por millones de personas en el mundo, son el medio más eficaz para llegar hasta donde queremos.

En cada edición hemos superado con creces nuestras expectativas gracias a una elección exhaustiva de los participantes y comunicadores expertos en redes sociales, social media y medios tradicionales de difusión.

Seleccionamos comunicadores expertos en cada sector para que transmitan al mundo sus sensaciones desde su particular perspectiva, nadie mejor que ellos podrá transmitir una emoción a sus seguidores.

Disponemos de un amplio equipo de Comunicación que gestiona la información tanto en medios offline (prensa escrita, radio y TV), como online (redes sociales) y sistemas de medición de la repercusión del evento para Mallorca y las marcas patrocinadoras.

Cada colaborador y patrocinador del evento recibirá un informe tras el evento con la repercusión mediática conseguida y cómo puede aprovecharlo a partir de entonces.

## EL MÉTODO

Nuestro método está especialmente pensado para obtener el máximo de difusión en redes sociales y con efectos más duraderos.

Ponemos a su disposición **el mayor escaparate publicitario** que pueda imaginar.

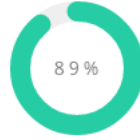
# DATOS ESTADÍSTICOS



VISUALIZACIONES 2015

**31.517.938**

PERIODO 60 DIAS



RELACIÓN

VISUALIZACIONES 2014

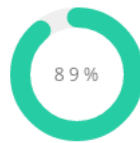
**35.073.160**

PERIODO 60 DIAS

ALCANCE CUENTAS 2015

**4.549.388**

PERIODO 60 DIAS



RELACIÓN

ALCANCE 2014

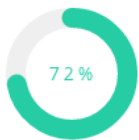
**5.109.814**

PERIODO 60 DIAS

CANTIDAD DE PUBLICACIONES 2015

**7347**

TWITTER



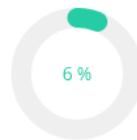
**1692**

FACEBOOK



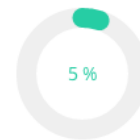
**658**

INSTAGRAM



**492**

OTROS



COMPARATIVA 2015 / 2014

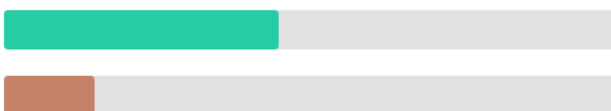
TWITTER 2015 / 2014



FACEBOOK 2015 / 2014

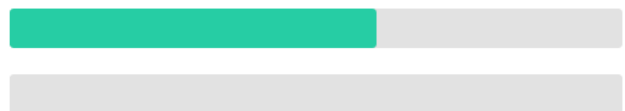


INSTAGRAM 2015 / 2014

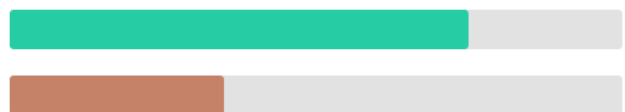


PRENSA

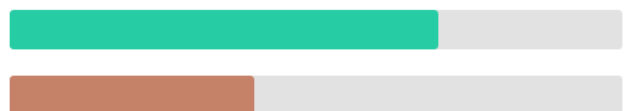
TV LOCAL 2015



PRENSA ESCRITA 2015 / 2014



RADIO 2015 / 2014



# YA ESTÁ AQUÍ EDICIÓN 2017

## CUÁNDO

*Nuestro único objetivo es incentivar la desestacionalización de las temporadas turísticas en las islas Baleares, que dicho de otra manera se trata de alargar nuestra oferta hasta que los extremos se toquen.*

## POR QUIÉN

*Esto no es cosa de unos pocos, se trata de implicar a cuantas más empresas, cuantos más profesionales y cuantos más personas mejor. La unión de todos lo hace posible.*

## CÓMO

*Cada uno puede aportar su producto o servicio para que sean promocionados de una manera natural. MallorcaFeelings no es más que un gran escaparate al mundo de lo que hacemos y producimos aquí.*

## PARA QUÉ

*En Mallorca tenemos mucho por ofrecer y en lugar de lamentarnos por la temporalidad turística nosotros nos ponemos en acción para que los TourOperadores y agencias de viajes ofrezcan nuestro destino todos los días del año.*





**E**n esta nueva edición de #MallorcaFeelings, queremos combinar dos conceptos que en ocasiones se consideran antagónicos: Tradición y Lujo.

¿Quiénes tienen acceso al lujo y quiénes se mantienen en lo tradicional?

Mallorca, como uno de los principales destinos turísticos a nivel internacional, está ofreciendo actividades de lujo para atraer a nuevos turistas, pero debemos saber conjugar dichas actividades con la tradición. ¿No es un lujo poder conocer las tradiciones (folklóricas, gastronómicas, artísticas, etc.) del lugar que se visita?

Por ello, los participantes de #MallorcaFeelings 2017 podrán vivir Mallorca en sus dos facetas más diferenciadas a la vez que inseparables y claramente definidos: Luxury & Traditional, pero de la misma manera y como viene siendo habitual desde que se iniciaron los #MallorcaFeelings, nos guardamos un elemento imprescindible: el factor sorpresa.

Os invitamos a seguir el desarrollo de #MallorcaFeelings 2017 a través de las redes sociales y así poder convertirnos en otro participante de esta nueva edición

**LUXURY  
EXPERIENCE**

*“Todo aquello que supera los medios normales de alguien para conseguirlo”*

**TRADITIONAL  
EXPERIENCE**

*“Que sigue las ideas, normas o costumbres del pasado.”*





MALLORCAFEELINGS

# LUXURY EXPERIENCE

Es aquello que para ser adquirido sobrepasa los medios normales y cuya demanda se incrementa proporcionalmente con el aumento de ingresos a diferencia de los bienes para cubrir necesidades.

El lujo es beneficioso para la actividad económica y ha sido definido como "Lo mejor que el dinero puede comprar".



MALLORCAFEELINGS

# TRADITIONAL EXPERIENCE

La tradición popular se emplea para aludir a los valores, creencias, costumbres y formas de expresión artística característicos de una comunidad, en especial a aquellos que se transmiten personalmente.

La tradición suele versar genéricamente sobre el conocimiento y también sobre principios o fundamentos socioculturales selectos, que por considerarlos especialmente valiosos o acertados se pretende se extiendan al común, así unas generaciones los transmitirán a las siguientes a fin de que se conserven, se consoliden, y se adecúen a nuevas circunstancias y medios de comunicarse.





# MALLORCA FEELINGS

creamos experiencias emocionantes

es un evento organizado por

**EVENTS & FEELINGS**

[www.mallorcafeelings.com](http://www.mallorcafeelings.com)

MALLORCAFEELINGS ES UNA MARCA REGISTRADA