

Pla estratègic de Turisme de Catalunya Volum I i II



Document núm. 32

Balanç d'execució i desplegament del PETC i PMTC,
actualització d'ambdós plans
i de les Directrius Nacionals de Turisme 2020(RESUM)

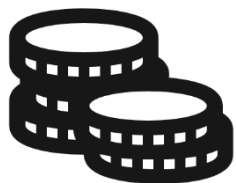


El sistema atreu anualment més de 36 milions de turistes i realitza unes vendes properes als 20.000 milions



Això representa més de l'11% del PIB i prop del 14% de l'ocupació de Catalunya

Impacte del turisme a Catalunya (2016) i increment respecte al 2010



>11%

Contribució al PIB



>400.000

(14% dels llocs de treball)

Llocs de treball



Nombre de turistes

>36 milions

Creixement respecte al 2010

+23%



Nombre de llits

>918.000

Creixement respecte al 2010

+49%



Despesa (euros)

>20.000 milions

Creixement respecte al 2010

+43%



Nombre empreses

>78.000

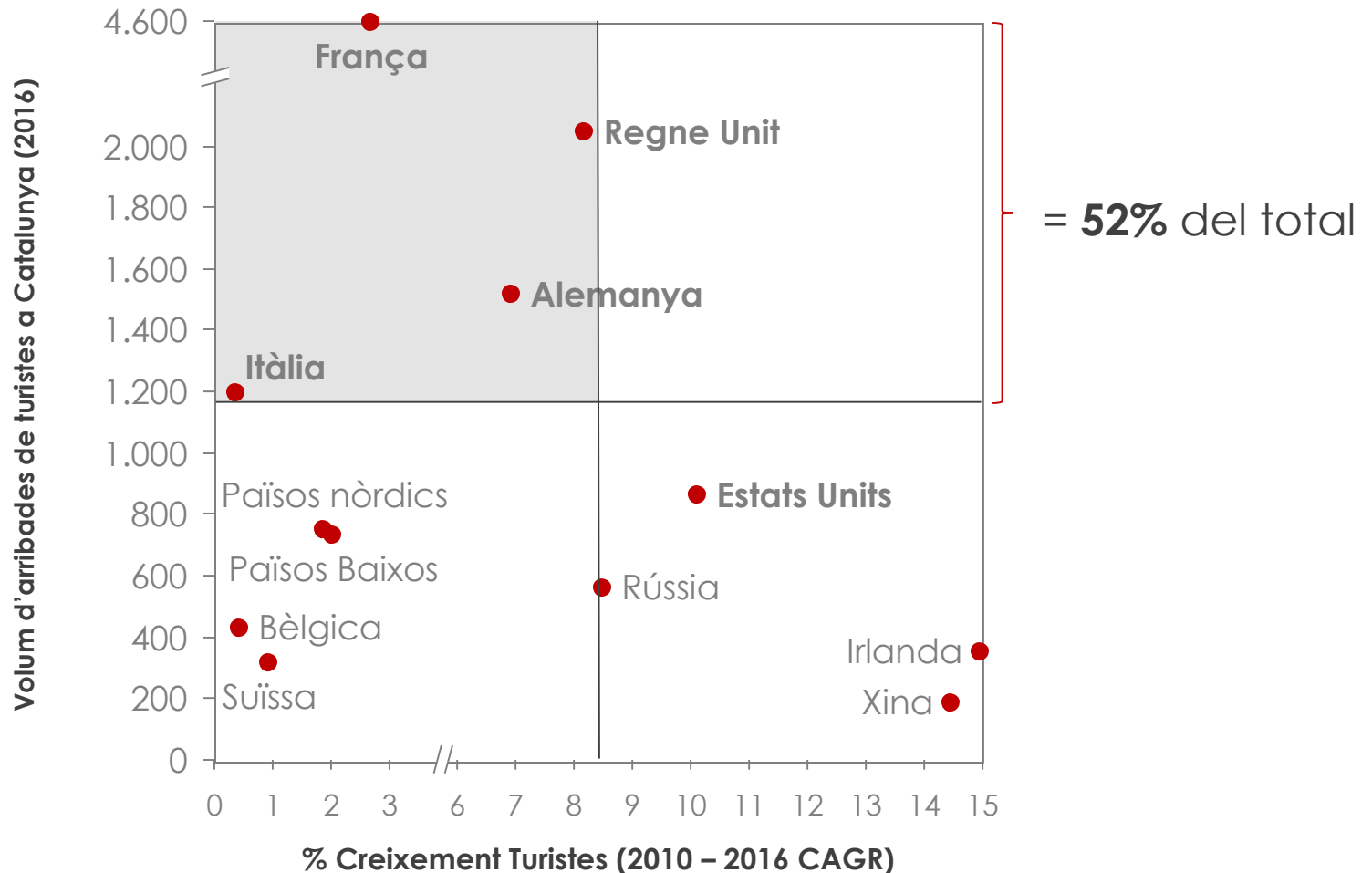
Creixement respecte al 2010

+4%

...i també una concentració en pocs mercats emissors de proximitat



Volum i creixement d'arribades de turistes estrangers per país d'origen (2010 – 2016)

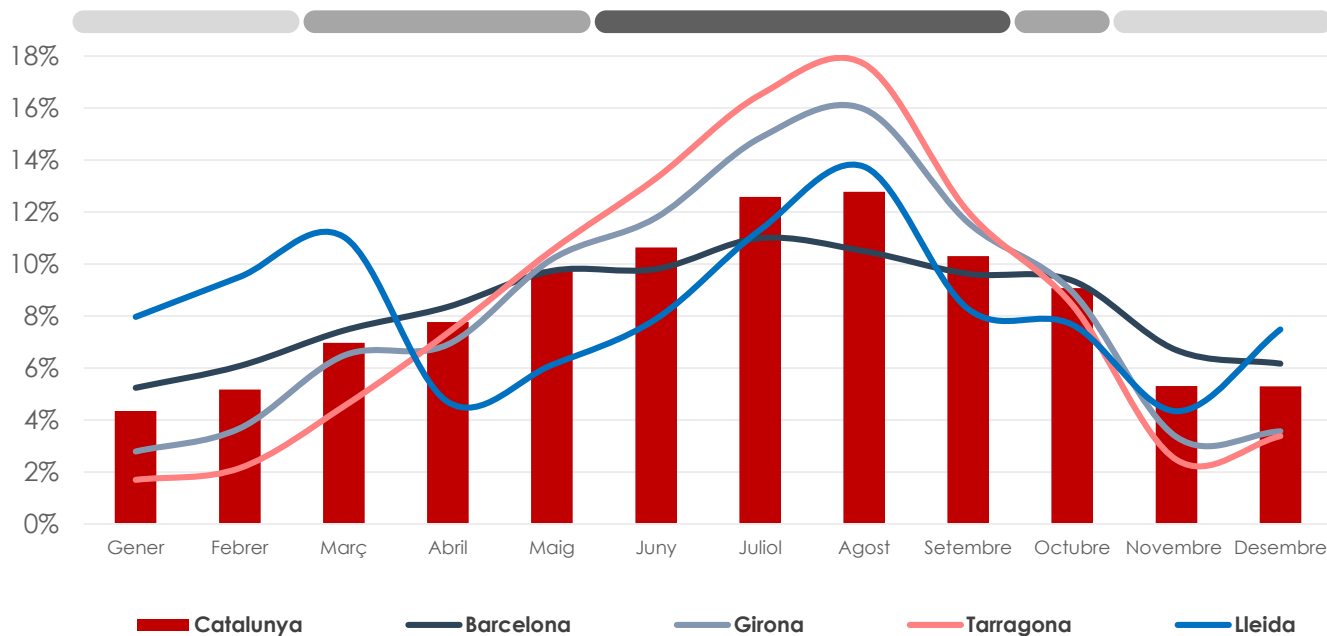


Font: Turistes estrangers amb destinació principal Catalunya, IDESCAT, 2016

... però pateix una elevada estacionalitat...



Distribució d'arribades de turistes a Catalunya durant l'any 2016



Temporada	Catalunya	Barcelona	Girona	Tarragona	Lleida
Temporada Alta	46,3%	40,9%	54,1%	59,5%	41,2%
Temporada Mitja	33,6%	34,9%	32,5%	30,8%	29,5%
Temporada Baixa	20,1%	24,2%	13,4%	9,7%	29,3%

Font: EOH de l'INE

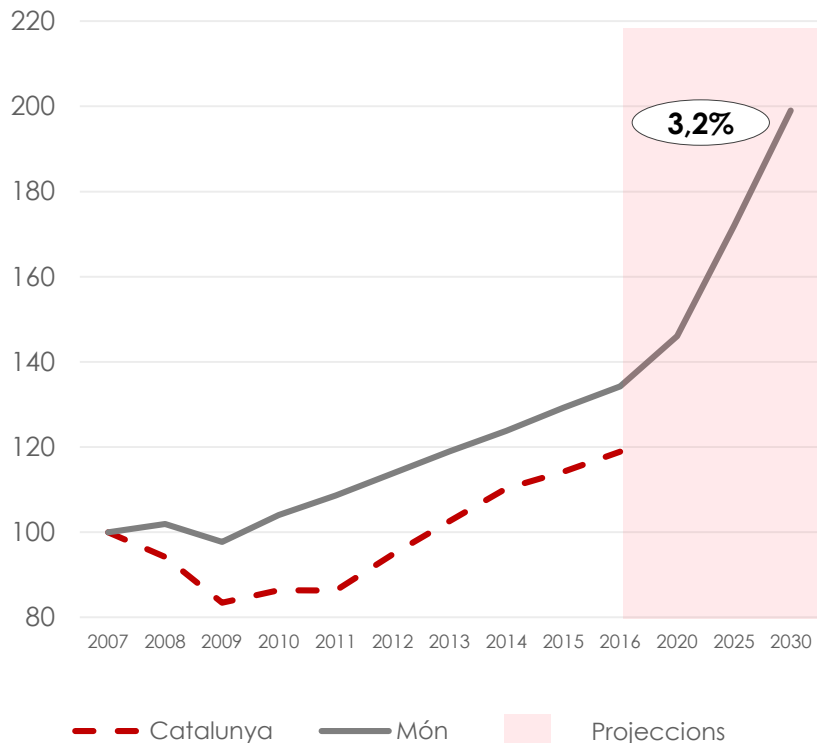
Els quatre principals territoris catalans tenen una estacionalitat diferent. Girona i Tarragona, que majoritàriament atrauen turisme de platja, tenen un pic de la demanda als mesos de juliol i agost. D'altra banda, Barcelona té una demanda distribuïda pràcticament durant tot l'any, i Lleida té pics marcats a l'hivern, degut a la temporada de neu, i a l'agost.

Nota: temporada alta correspon als mesos de juny, juliol, agost i setembre; temporada mitja: març, abril, maig i octubre; i temporada baixa: gener, febrer, novembre i desembre.

La demanda turística mundial creixerà en el futur i també ho farà a Catalunya



Evolució del creixement de la demanda turística al món i a Catalunya del 2007 al 2016 (índex base 100)



Font: IDESCAT, Tourism Economics, OMT

Creixement de la demanda turística al món i a Catalunya

	2007	2010	2013	2016	CAGR
Arribades turistes internacionals al món (000)	919.462	956.112	1.093.730	1.187.780	2,9%
Arribades turistes estrangers a Catalunya (000)	15.233	13.154	13.143	18.110	1,9%
Quota (%)	1,7%	1,4%	1,2%	1,5%	-

Font: IDESCAT, Tourism Economics, OMT

El ritme de creixement del turisme a nivell global ha sigut superior que a Catalunya en els darrers 9 anys. Degut a això, la quota de mercat en terme d'arribades ha disminuït des de l'any 2007.

El potencial creixement a nivell global dona a Catalunya l'oportunitat de fer créixer el sector.

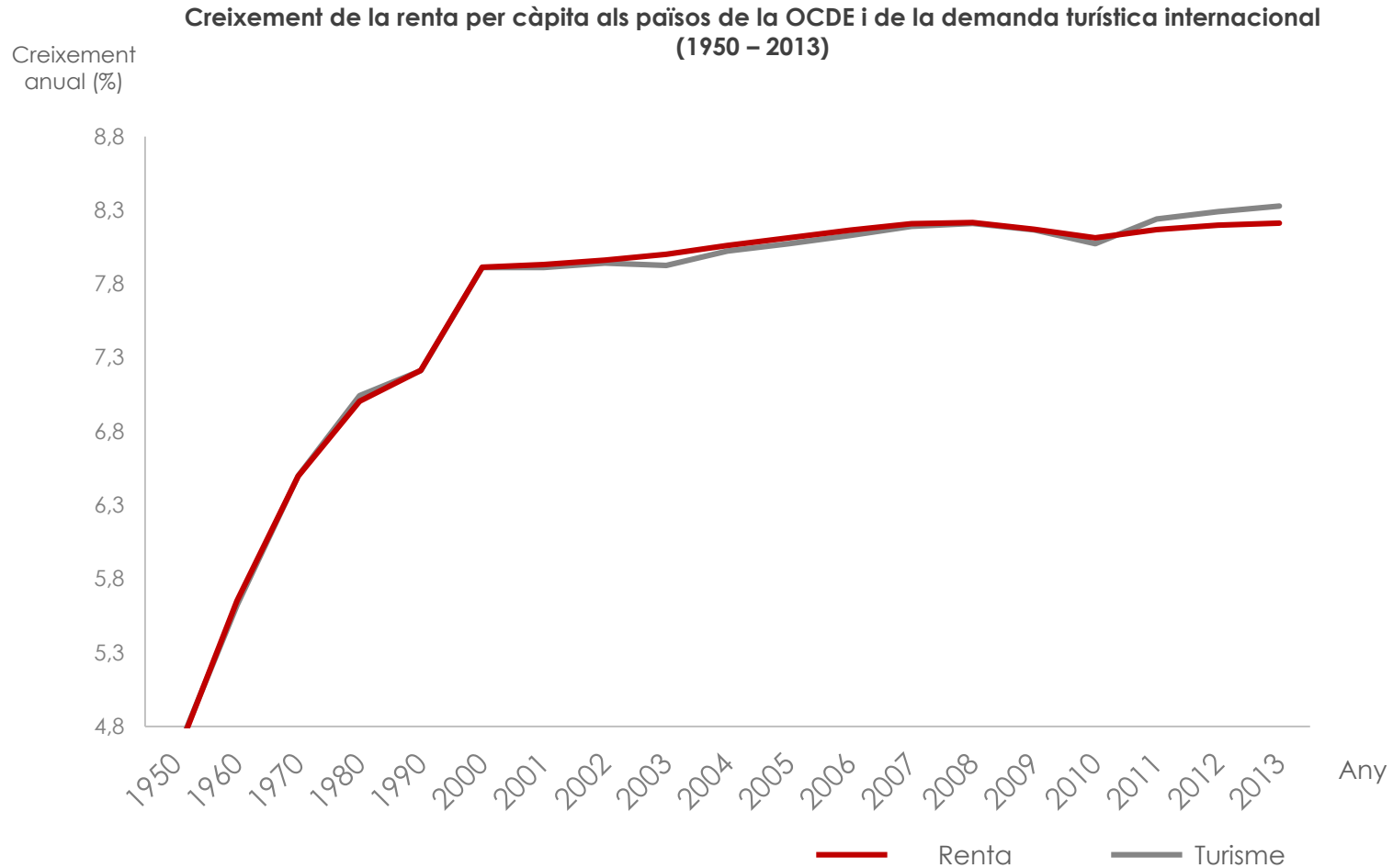
...encara que ha tingut un creixement inferior a la demanda turística mundial els darrers anys



CAGR del període 2016-2030



L'evolució de la renda disponible a la OCDE és la variable clau que explica l'evolució de la demanda turística



El creixement potencial de la demanda turística a Catalunya s'ha estimat en base a tres mètodes de projecció



Mètodes per la projecció del creixement

Mètode A. Correlació Renta - Turisme

Projecció de creixement que estima el creixement de la demanda turística en base al creixement esperat de la renda per càpita dels mercats emissors, segons dades de la OCDE.

Mètode B. Escenaris

Projecció de creixement que estima el creixement del turisme segons cinc escenaris i cinc variables diferents: el creixement de la renda per càpita, el creixement de la inversió, l'impacte del màrqueting i el branding, i l'augment de la despesa i l'estada mitjana del turista.

Mètode C. Quota de mercat

Projecció de creixement que estima el creixement del turisme assumint que els esforços es focalitzen en mantenir la quota de mercat actual (1,5%) sobre el turisme mundial.

L'any 2030, Catalunya podria rebre entre 28 i 36 milions de turistes internacionals



Comparació de la projecció de creixement del nombre de turistes internacionals dels tres mètodes (en milions de turistes)

Mètode A. Correlació Renta - Turisme

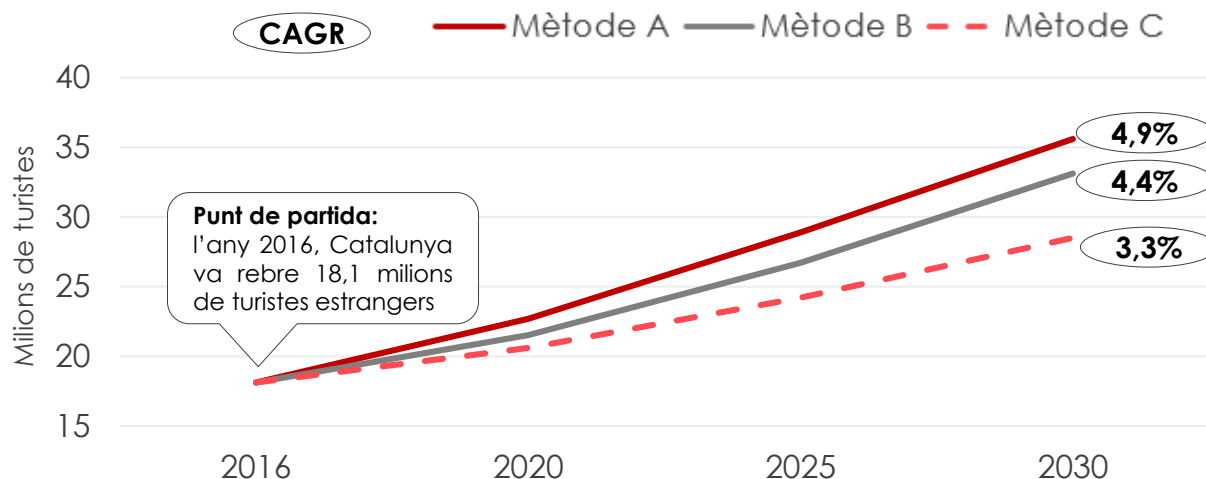
Projecció de creixement que estima el creixement de la demanda turística en base al creixement esperat de la renda per càpita dels mercats emissors, segons dades de l'OECD.

Mètode B. Escenaris

Projecció de creixement que estima el creixement del turisme segons cinc escenaris i cinc variables diferents: el creixement de la renda per càpita, el creixement de la inversió, l'impacte del màrqueting i el branding, i l'augment de la despesa i l'estada mitjana del turista.

Mètode C. Quota de mercat

Projecció de creixement que estima el creixement del turisme assumint que els esforços es focalitzen en mantenir la quota de mercat actual (1,5%) sobre el turisme mundial.



Projecció de creixement del nombre de turistes internacionals

Milions de turistes internacionals	2016	2020	2025	2030	CAGR	Quota 2030
Mètode A Correlació renda-turisme	18,1	22,7	28,9	35,6	4,9%	1,9%
Mètode B Escenaris	18,1	21,5	26,7	33,1	4,4%	1,8%
Mètode C Mantenir la quota actual (1,5%)	18,1	20,6	24,2	28,5	3,3%	1,5%

Font: THR, basat en dades de dades de Tourism Economics

No obstant, THR considera que Catalunya hauria de mantenir la quota de mercat actual (1,5%) i concentrar-se en atraure turistes amb una major despesa

La VISIÓ del sistema turístic català



Visió 2025 del sistema turístic català

“Situar-se entre les tres primeres destinacions turístiques de la Mediterrània aplicant una estratègia de creixement responsable”

La Missió i la Visió de la Direcció General de Turisme



Missió **de la Direcció General de Turisme**

“Contribuir a que el Sistema Turístic Català ofereixi una experiència turística excepcional i proporcioni moments de felicitat als visitants en base a un model de creixement savi”

Visió 2025 **de la Direcció General de Turisme**

“Crear les condicions competitives que facilitin la Visió 2025 del Sistema Turístic Català.”

Els 7 eixos de treball del Mapa Estratègic



1.

Entregar una experiència turística excepcional

Oferir un ampli menú d'experiències excepcionals amb personalitat pròpia i una bona qualitat de tots els serveis associats a les mateixes, ha de ser un dels components clau de l'avantatge competitiu de Catalunya.

2.

Conquerir i retenir els clients adequats

Catalunya ha de ser capaç de millorar molt el rendiment del seu màrqueting planificant-lo i gestionant-lo de forma més efectiva per tal d'optimitzar el baix pressupost disponible i la consecució dels nous objectius 4D.

3.

Atreure les inversions necessàries

Una efectiva mobilització de capitals privats per desenvolupar nous productes i serveis turístics o millorar els existents. Atreure nous inversors no serà una tasca fàcil i el fracàs en aquesta àrea significaria el fracàs d'una bona part de l'Estratègia.

4.

Implementar les millors pràctiques de Turisme Intel·ligent

Catalunya ha de fer esforços envers la responsabilitat social i mediambiental, per assegurar que el creixement del turisme sigui compatible amb la preservació de la qualitat de vida dels seus habitants i la futura capacitat de continuar creant valor.

5.

Millorar les condicions competitives

La prosperitat de la indústria turística catalana requereix bones condicions per a les empreses, infraestructures dignes, condicions positives per a la demanda i condicions satisfactòries dels sectors de suport i administració.

6.

Millorar la gestió turística del territori i el seu desenvolupament

El turisme a Catalunya es concentra essencialment al litoral i a la ciutat de Barcelona. El territori i pateix una manca de planificació turística integral que ajudi a la distribució de fluxos per tot el territori.

7.

Replantejar a fons l'organització, la gestió i la governança

Catalunya desenvoluparà un nou sistema de governança per gestionar importants problemes sectorials amb una importància econòmica, social i política, en cooperació amb actors clau de la indústria.

Assumptes agrupats en categories motores



Assumptes a considerar

Categoria

Proposta de valor actual competitiva

Oportunitat per millorar la proposta de valor experiencial de Catalunya

Necessitat de millorar la qualitat dels serveis

Fora degradació visual de l'espai turístic

1
Experiència turística

Planificació del màrqueting i disseny de valor millorable

Rendiment del màrqueting operacional millorable

Oportunitat per oferir millors serveis de màrqueting des de l'ACT a empreses i ens de promoció

2
Conquesta
i retenció de clients

Oportunitat per generar valor per als inversors

Oportunitat per promoure les inversions i reinversions

Oportunitat per promoure el desenvolupament de MIPiMEs

3
Inversions turístiques

Fora contribució a la prosperitat

Oportunitat per desplegar un model de prosperitat sostenible

Promoció dels productes i les expressions culturals catalanes

Sector en creixement

Preservació del valor futur insuficient

4
Turisme Intel·ligent

Assumpes agrupats en categories facilitadores



Assumpes a considerar

Categoria

Bon nivell de regulació de l'activitat turística

Febleses en el marc competitiu del sistema turístic

Turisme fòbia

Elevats costos operatius i baixa productivitat laboral

Noves necessitats de capital humà no cobertes

Baix nivell d'innovació i adopció de noves tecnologies

5

Condicions competitives

Absència d'un model de creixement turístic

Forta concentració de la renda turística a la costa

Manca d'una planificació sectorial del territori

Estrès ambiental en algunes destinacions

Oportunitats per incrementar la implicació dels actors clau

6

Gestió del territori
i desenvolupament turístic

Existència de la DGT

Desalineament de l'organització i els pressupostos amb l'Estratègia

Model de gestió del turisme inadequat

Dèbil governança i associacionisme

7

Organització, gestió
i governança

c. Addicionalment, l'estratègia persegueix 6 objectius quantitatius



Objectius quantitatius de l'estratègia

Objectiu	Unitat	Estat 2016	Objectiu a assolir 2022	Objectiu a assolir 2025	Variació 2022 vs 2016
1. Nombre de turistes internacionals ⁽¹⁾	Milions de turistes	18	21	24	+17%
2. Despesa mitjana per càpita per dia	€ per persona/dia	162	188	210	+16%
3. Índex d'estacionalitat ⁽²⁾	% sobre la demanda anual	34	37	40	+9%
4. Índex de desconcentració territorial ⁽³⁾	% sobre la demanda anual	9	10	12	+11%
5. Índex de competitivitat ⁽⁴⁾	Puntuació sobre mil	-	700/1.000	850/1.000	-
6. Índex de turisme intel·ligent ⁽⁵⁾	Puntuació sobre mil	-	700/1.000	850/1.000	-

Notes:

- **Nota⁽¹⁾:** Assolint la mateixa quota de mercat que l'actual: (1,5%) sobre el turisme internacional mundial. (Per a més informació, veure Projeccions de creixement)
- **Nota⁽²⁾:** percentatge de turistes en pre i post temporada, considerant que aquest correspon als mesos de març, abril, maig i octubre
- **Nota⁽³⁾:** % de turistes en establiments hotelers fora de la costa. La costa inclou Barcelona, Costa Brava i Costa Daurada
- **Nota⁽⁴⁾:** l'índex de competitivitat s'haurà de crear
- **Nota⁽⁵⁾:** l'índex de turisme intel·ligent s'haurà de crear

Resum de les iniciatives dels eixos motors de l'Estratègia



1. Entregar una experiència turística excepcional

Activar 2 organismes:
EET i ACDET

Posar en marxa el programa
'Catalunya Experiencial'

Implantar el programa
'Certificació de la Qualitat
Turística' de Catalunya

Executar un programa per a
l'eliminació de la pol·lució
visual

2. Conquerir i retenir els clients adequats

Activar el programa "Disseny
de valor"

Activar el programa
"Conquesta de clients"

Activar el programa
"Fidelització de clients"

Activar el programa
"Tecnologia i Innovació"

Activar el programa
"Intel·litur-Cat"

Activar el programa "Gestió,
organització i governança"

Activar el programa "Serveis
de màrqueting al sector"

3. Atreure les inversions necessàries

Implementar un programa de
creació de valor per a
inversors

Activar un programa de
captació d'inversions
turístiques

Posar en marxa un programa
d'emprenedoria i suport a
MiPiMEs

4. Implementar les millors pràctiques de Turisme Intel·ligent

Implementar el model de
Turisme Intel·ligent

Activar el programa 'Turisme
Intel·ligent' per a turistes i
empreses

Activar els programes 'Fet a
Catalunya' i 'Ànima de
Catalunya'

Implantar un programa de
reducció de la petjada
ecològica

Resum de les iniciatives dels eixos facilitadors de l'Estratègia



5. Millorar les condicions competitives

Activar el programa de
competitivitat (CAT-COM)

Impulsar l'adequació del marc
legal i regulador del turisme a
les necessitats del sector

Posar en marxa un programa
d'educació turística

Posar en marxa un programa
d'entrenament en turisme

Activar un programa
d'innovació i tecnologia

6. Millorar la gestió turística del territori i el seu desenvolupament

Activar els òrgans i les eines
bàsiques de planificació
territorial del turisme

Activar la Planificació
Territorial Sectorial de Turisme

Recolzar la implementació de
la Planificació Territorial
Sectorial de Turisme

7. Replantejar a fons l'organització, la gestió i la governança

Activar la nova organització
de la DGT

Llançar el nou sistema de
gestió i monitoratge del
turisme

Implantar un nou sistema de
governança

