

Què és el pla de producte?

El **pla de producte de cicloturisme de l'Agència Catalana de Turisme** és el full de ruta per a la promoció de la marca Cicloturisme a Catalunya.

Missió



Promoure Catalunya com a destinació bike friendly integral, estructurant una oferta de cicloturisme amb valor i segmentada per tipologia de producte que sigui competitiva, atractiva, sostenible i basada en el model 4D.

Visió



Situar Catalunya al top 10 de destinacions bike friendly d'Europa.

Com ho farem?



- ✓ Apostant per una evolució del model de 3 productes (carretera, btt, slow), en què es posi un major èmfasi en l'especialització i segmentació per modalitats de cicloturisme.
- ✓ Identificant l'especialització de les destinacions i empreses competitives (carretera, btt, slow).
- ✓ Definint una visió de futur i una línia estratègica de treball concreta per a cada producte, en funció del grau de d'atractivitat i competitivitat actual.

Visió per cada producte de Cicloturisme



Cicloturisme de carretera

Situar Catalunya al Top 8 de les destinacions de cicloturisme de carretera d'Europa.

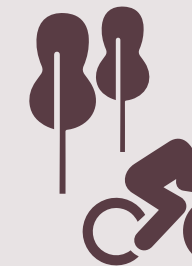
Focus de l'estratègia: training camps (equips professionals o grups amateurs) i incrementar la promoció de cycling holidays, per generar imatge i posicionament de Catalunya com un territori per ser descobert en bicicleta de carretera.



BTT

Generar imatge de destinació de btt, per situar Catalunya al Top Catalunya al Top 15.

Focus de l'estratègia: posicionar la destinació, generar imatge de btt (que actualment és feble) i garantir la qualitat de l'experiència als centres btt.

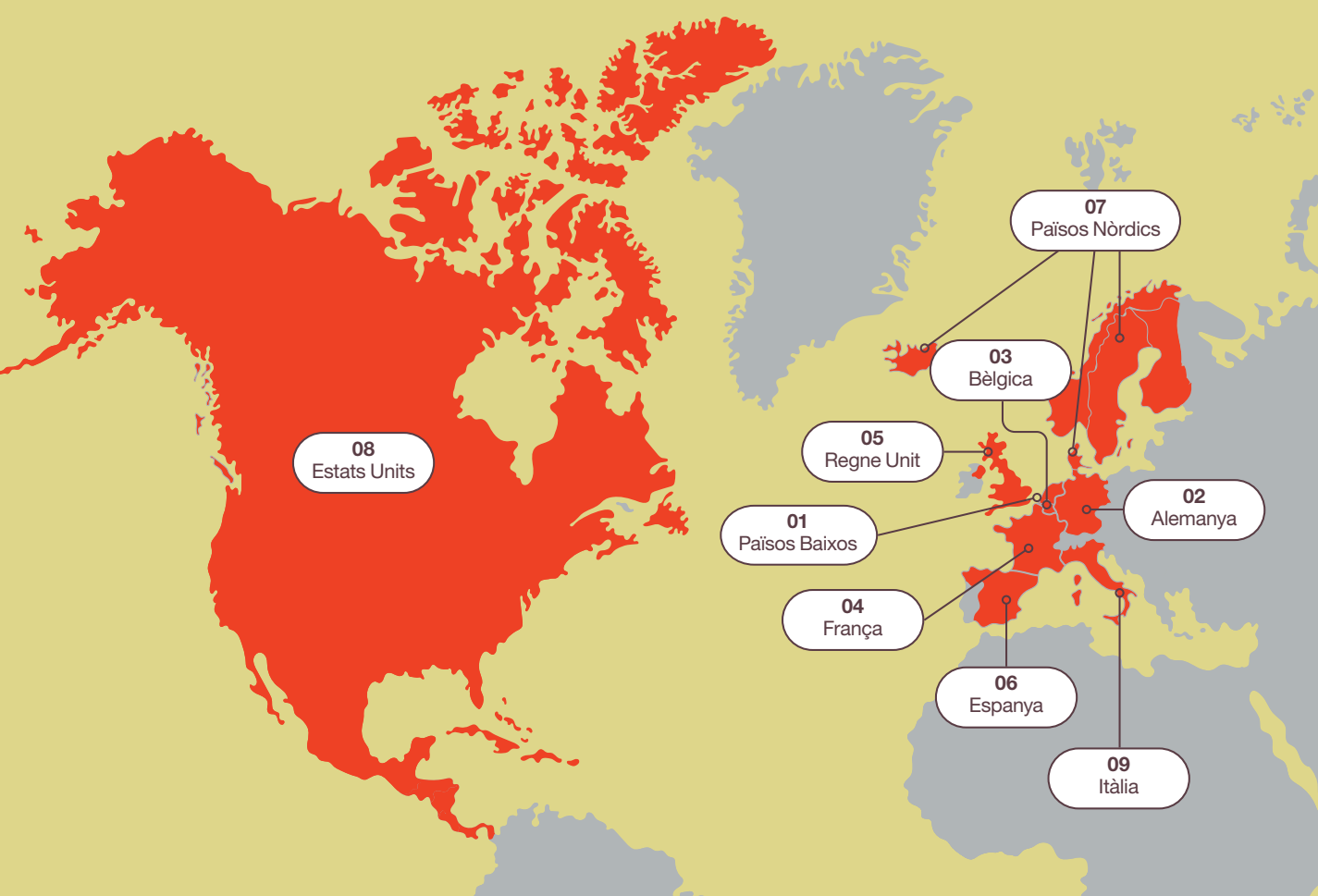


Cicloturisme slow

Convertir Catalunya en una destinació de cicloturisme slow amb una xarxa d'infraestructures de mobilitat orientades al segment (vies verdes, vies ciclables, xarxes de camins, itineraris e-bike...).

Focus de l'estratègia: generar nova infraestructura ciclista pel segment i promocionar les rutes i xarxes actuals que són atractives i competitives al mercat (Vies Verdes Girona, Pirinexus, Ruta Ter, Via Verda Terres de l'Ebre, xarxa cicloturista de l'Empordà...). Posar el focus en la vinculació amb la cultura, la gastronomia i el paisatge.

Mercats



**Ciclisme de carretera
Cycling Holidays**

Grups de ciclistes amateurs amb un nivell d'exigència mitjà-alt. Combinen la bicicleta amb gastronomia i cultura.



**Ciclisme de carretera
Training Camps**

Grups de ciclistes federats, de clubs professionals o semi professionals... Alt nivell d'especialització i exigència. Viatgen per a la pràctica esportiva o per participar en curses.



BTT

Cicloturista que fa una ruta per etapes de dificultat mitjana o alta en bicicleta tot terreny. Viatja per descobrir l'entorn o assolir un repte esportiu. Combina les rutes btt amb altres atractius turístics.



**Cicloturisme slow
Ciclisme familiar de passeig
i excursions**

Cicloturista que fa itineraris de dificultat baixa per descobrir recursos naturals o culturals, sovint en família. Sol utilitzar la bicicleta de passeig, btt o ebike.



**Ciclisme slow
Tours itinerants o
cicloturisme d'alforges**

Cicloturista que fa rutes de descoberta amb pernoctació, fent diferents parades durant l'itinerari per gaudir dels seus atractius (per exemple vies verdes). Sol utilitzar btt, gravel o ebike.

Línies estratègiques

01 · Valor de la marca i del Cicloturisme a Catalunya



- Proposta de valor de la marca i dels productes que l'integren (carretera, slow i btt).
- Potenciar la promoció del BTT i les Vies verdes i ciclables de Catalunya.
- Vetllar pel compliment dels requisits de la marca per part de les empreses afiliades.
- Col·laboració i implicació de tots els agents del territori.
- Visibilitat dels membres afiliats.

03 · Estructuració de l'oferta



- "Top Rutes".
- "Top Experiences".
- Identificar l'especialització de destins i empreses per producte (carretera, btt i slow).
- Promocionar els territoris competitius per cada tipologia de producte.
- Informació de valor per cada modalitat: ports de muntanya, travesses, vies verdes, centres btt, destins i hotels especialitzats...
- Criteris de prioritització en les accions de promoció: orientació a demanda i al customer journey.

05 · Intel·ligència de mercat per a la presa de decisions estratègiques



- Conèixer la demanda.
- Estudi de productes programats per TTOO especialitzats.
- Perfil del cicloturista.
- Recollida de dades del cicloturista.
- Tendències dels mercats.
- Conèixer els referents internacionals (Benchmarks).

07 · Promoció a microsegments de mercats especialitzats amb alt valor afegit



- Màrqueting digital, segmentació, CRM.
- Bike Route Planner de Catalunya amb tota la informació de la xarxa de cicloturisme, eines per organitzar una ruta, inspiració per les vacances...

02 · Imatge de destinació de cicloturisme i atractivitat als mercats



- Relat i continguts experiencials per cada producte i visitor persona (vídeos, imatges, campanyes...).
- Ciclistes catalans de repercussió internacional.
- Canal Wikiloc per accedir a tracks descarregables de les rutes.
- Generar altimetries i perfils dels colls mítics de Catalunya (Bonaigua, Caro, Turó de l'Home...).

04 · Infraestructures ciclistes i foment de xarxes de mobilitat



- Element estratègic de competitivitat d'una destinació bike friendly.
- Col·laboració de l'ACT amb els organismes competents en matèria d'infraestructures, principalment la Direcció General de Turisme i el Departament de Territori i Sostenibilitat, que estan impulsant l'Estratègia Catalana de la Bicicleta 2025.
- Reptes estratègics a nivell d'infraestructures: model unificat de senyalització dels ports de muntanya, model de gestió dels centres btt, crear una xarxa de punts de càrrega e-bike, millorar la seguretat ciclista o fomentar el transport de la bicicleta en tren i bus, entre d'altres.

06 · Competitivitat del producte – Model 4D



- Acompanyament a les destinacions afiliades.
- Especialització dels productes.

08 · Mecanismes de comercialització de l'oferta de cicloturisme especialitzada i segmentada



- Co-màrqueting.
- Comercialització segmentada.

Què comuniquem?

Els elements de la proposta de valor de cada producte:

Ciclisme de carretera



- Desafiants ports de muntanya
- Carreteres poc transitades
- Diversitat de paisatges: dels Pirineus al mar
- Paisatges espectaculars
- Destins i hotels preparats
- Clima i Mediterrani

BTT



- Destins preparats – Centres BTT
- Camins espectaculars per a la pràctica del BTT
- Rutes per a diferents públics i motivacions
- Qualitat del paisatge – Espais Naturals
- Diversitat de paisatges: dels Pirineus al mar
- Clima i Mediterrani

Cicloturisme slow



- Vies Verdes
- Itineraris i xarxes adaptades
- Varietat de rutes i diversitat paisatgística
- Itineraris pensats per famílies – Seguretat
- Cultura i Gastronomia
- Clima i Mediterrani