

## Què és el pla de producte?

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



### Missió

Estructurar una oferta de senderisme competitiva, atractiva i sostenible basada en el model 4D per a la millora de la imatge i el posicionament de Catalunya als mercats.



### Visió

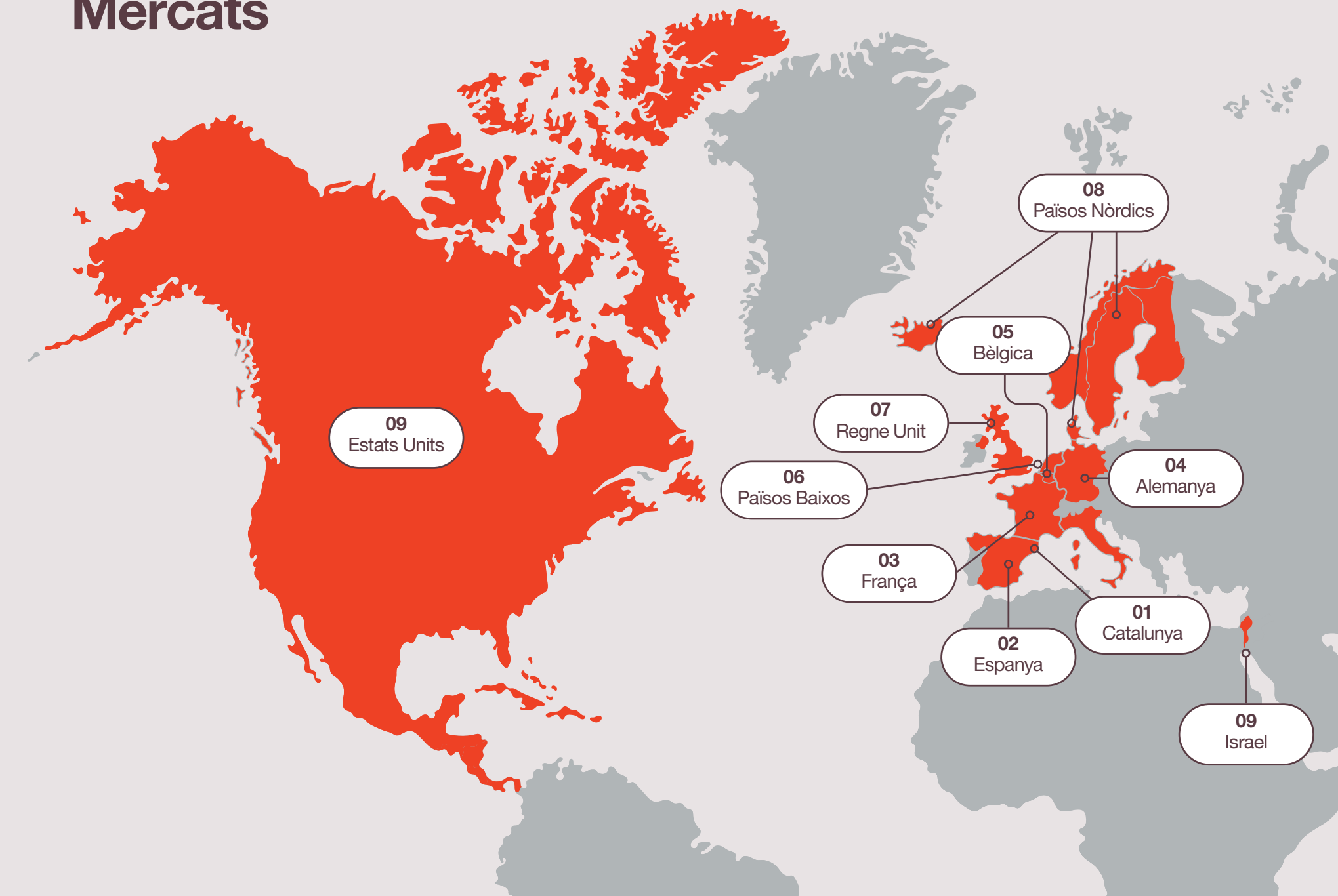
Situar Catalunya al top 5 de destinacions de senderisme d'Europa.

## Com ho farem?



- ✓ Amb una oferta atractiva i competitiva
- ✓ Amb criteris de sostenibilitat i turisme responsable
- ✓ Amb un màrqueting innovador i eficaç

## Mercats



## Visitor persona



### Senderista Trekker

Rutes de llarga durada i alta dificultat.



### Excursionista

Rutes de durada mitjana i intensitat alta-moderada, combinades amb activitats de cultura i enogastronomia.



### Ecoturista genèric

Rutes de baixa intensitat per conèixer un espai natural protegit i aprendre sobre la natura.



### Vacacional cultural

Passejades o rutes a peu curtes en un espai natural o rural per gaudir de l'entorn i la cultura.

## Línies estratègiques

### 01 · Valor de la marca i del programa Senderisme a Catalunya



- Proposta de valor de la marca
- Col·laboració i implicació de tots els agents del territori
- Visibilitat dels membres afiliats

### 03 · Estructuració de l'oferta



- “Top Rutes”
- “Top Experiències”
- Territoris competitiu
- Categories de paisatge i temàtiques.
- Criteris de qualitat, senyalització, accessibilitat, manteniment, promoció...
- Criteris de prioritització en les accions de promoció: orientació a demanda i al customer journey.

### 05 · Competitivitat del producte – Model 4D



- Acompanyament a les destinacions afiliades
- Especialització dels productes
- Fomentar un model unificat de gestió i senyalització de xarxa de camins.

### 07 · Mecanismes de comercialització de l'oferta de senderisme especialitzada i segmentada



- Co-màrqueting
- Comercialització segmentada.

### 02 · Imatge de destinació de senderisme i atractivitat als mercats



- Continguts experiencials per visitor persona (imatges, vídeos, campanyes...).
- Influencers internacionals i prescriptors.
- Relat i comunicació emocional per inspirar.

### 04 · Intel·ligència de mercat per a la presa de decisions estratègiques



- Conèixer la demanda
- Perfil del visitant
- Recollida de dades
- Tendències dels mercats
- Conèixer els referents internacionals (Benchmarks).

### 06 · Promoció a microsegments de mercats especialitzats amb alt valor afegit



- APP de senderisme.
- Màrqueting digital, segmentació, CRM.
- Internacionalització dels festivals de senderisme.
- Campanyes temàtiques per temporada.

# Pla de producte Senderisme a Catalunya

## Què comuniquem?



Els elements de la proposta de valor:

- Espais naturals protegits i amb labels de sostenibilitat (Reserves de la Biosfera, CETS, etc.)
- Gran diversitat i qualitat de paisatges - dels Pirineus al mar.
- Icones del senderisme.
- Mediterrani i bon clima.
- Propostes per a tots els públics.
- Una identitat cultural i gastronòmica pròpia.
- Territoris preparats: xarxes de camins i rutes senyalitzades, hotels especialitzats...

## Una oferta estructurada per temàtiques



01

Senderisme als Parcs Naturals i Parc Nacional



02

Alta muntanya i pics



03

Rutes temàtiques



04

Travesses i GR's



05

Rutes panoràmiques / ecoturístiques



06

Senderisme cultural



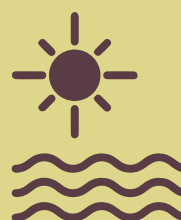
07

Camins amb gust / Walk and wine



08

Senderisme Familiar



09

Camins de Ronda



10

Senderisme accessible i vies verdes