



# Pla d'accions dels programes de l'Agència Catalana de Turisme 2024

# Índex

---

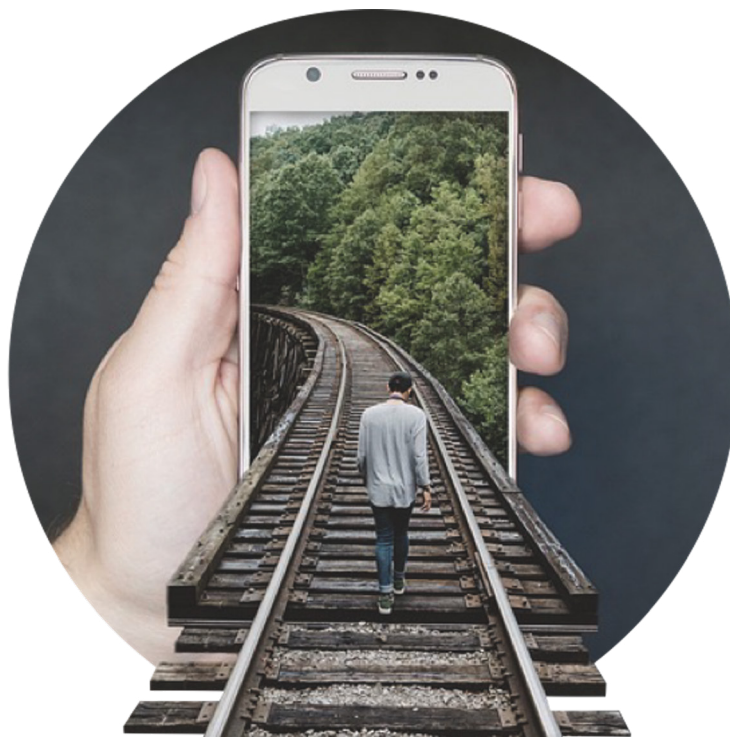
<b>Introducció</b>	<b>3</b>
<b>Eixos estratègics</b>	<b>5</b>
<b>Objectius prioritaris</b>	<b>9</b>
<b>Objectius prioritaris del Catalunya Convention Bureau</b>	<b>11</b>
<b>Priorització dels <i>visitor persona</i> d'acord amb la demanda</b>	<b>16</b>
<b>Programes de l'ACT</b>	<b>18</b>

---

<b>Pla d'accions</b>	<b>21</b>
<b>Turisme actiu - natura</b>	<b>22</b>
<b>Turisme cultural</b>	<b>39</b>
<b>Turisme enogastronòmic</b>	<b>47</b>
<b>Turisme esportiu i golf</b>	<b>63</b>
<b>Turisme familiar</b>	<b>82</b>
<b>Turisme <i>premium</i></b>	<b>96</b>
<b>Pirineus</b>	<b>109</b>
<b>Grand Tour de Catalunya</b>	<b>114</b>
<b>Barcelona Medical Destination</b>	<b>124</b>
<b>Catalunya Convention Bureau</b>	<b>129</b>

---

# Introducció



Us presentem el Pla d'accions dels programes de l'Agència Catalana de Turisme (ACT) per a l'any 2024. Deixem enrere un període de recuperació arran de la pandèmia de la COVID-19 que tanquem amb el 2023, i tenim al davant un any crític de transformació, en el qual s'esperen els resultats d'una intensa tasca d'adaptació interna als canvis globals, especialment de caràcter tecnològic, i a l'evolució del sector turístic.

Com podreu veure, l'ACT us posa a disposició una àmplia cartera de serveis, entre els quals destaquen especialment la formació i l'accés a la informació d'intel·ligència de mercats i productes a través del nou projecte Intel·litur. Aquesta eina proporciona una visió exhaustiva dels mercats turístics, i permet així una millor presa de decisions i una estratègia més precisa en la promoció i la comercialització dels productes turístics. Creiem fermament que aquesta iniciativa serà ben rebuda per a tots els qui, per dimensió empresarial, falta de temps o manca de recursos, no podeu afrontar-ho directament.

L'accés a Intel·litur i també a tota la Cartera de Serveis de l'ACT el tindreu a partir d'enguany a través d'una nova plataforma B2B de relació amb el sector turístic, que activarem a finals de gener.

Emplaçats en un període d'incertesa global a causa de múltiples conflictes de naturalesa política, bèl·lica i econòmica, encarem aquest any amb optimisme, especialment pel que fa als mercats emissors de referència. L'any 2024 els plans d'acció de cada programa de l'ACT s'han elaborat basant-se en nous criteris de demanda, utilitzant la metodologia d'hipersegmentació Visitor Persona. Això ens permet oferir accions molt enfocades a mercats específics que mostren interès en experiències concretes, amb una estratègia de màrqueting de gran valor i una millor rendibilitat de la inversió. A més a més, el pla es fonamenta en el nou Compromís per un Turisme Responsable presentat aquest passat 2023 per la Generalitat de Catalunya i amb el suport de gran part de les entitats turístiques de tot el país. Així, s'inspira en 6 eixos estratègics i en 16 objectius clau.

Com a novetat, cal destacar el nou model de gestió dels programes vacacionals de l'ACT, basat en comitès de programa que estaran formats per ens públics i empreses afiliades, així com per experts, en cas que es consideri necessari. Aquest comitè serà el màxim òrgan de governança del programa i es reunirà dues vegades l'any.

El document també inclou un esquema de l'organització actual de la Cartera de Serveis dels programes de l'ACT, juntament amb els contactes del servei Hola!, les *brand managers* i les tècniques del CCB; també, el desglossament de les accions agrupades per tipus de servei, perquè pugueu identificar quines propostes poden ser les més adequades per a la vostra empresa o institució.

Finalment, cal subratllar la importància del treball cooperatiu amb els patronats de turisme de les diputacions catalanes i amb Turisme de Barcelona. Aquest any, el pla inclou una sèrie d'accions que seran gestionades conjuntament amb aquestes entitats per aconseguir un major benefici per als nostres afiliats.

**Narcís Ferrer**

Director de l'Agència Catalana de Turisme

# Eixos estratègics

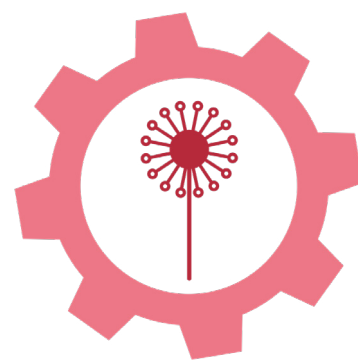
Els eixos estratègics de l'ACT per al 2024 es fonamenten en tres fites principals:



Nova **governança** del màrqueting turístic de Catalunya. Primer exercici amb participació no només dels socis públics del Sistema integral de màrqueting turístic de Catalunya (SIMTC), sinó també dels representants dels socis privats des del mateix moment de definició dels eixos estratègics del Pla d'accions 2024 (PAI'24).



**Digitalització:** el 2024 serà l'any en què quedaran finalitzats bona part dels projectes del programa de les 4 P de transformació del màrqueting digital. La posada en funcionament de les noves eines suposa un pas de no retorn en la transformació cultural de l'organització.



**Sostenibilitat:** amb el Pla de sostenibilitat 2021-2023 finalitzat, en ple procés d'aprovació del nou Pla de màrqueting 2024-2027, el valor de la sostenibilitat ha de ser un eix irrenunciable en la definició d'aquest nou PAI i en la concreció del Compromís Nacional per un Turisme Responsable.

Per assolir aquestes fites s'han definit 6 eixos estratègics que recullen l'orientació del Pla d'accions per al 2024.

# Eixos estratègics

*2024 és l'any d'anar cap a un nou màrqueting,  
i serà molt més que una transició entre dos plans.*



*2024: cap a un nou relat a partir del desplegament del Compromís*



# Eixos estratègics

---

## 01 Un turisme ambientalment sostenible

- Estratègia de prioritització dels mercats de proximitat i gestió selectiva dels mercats de llarga distància.
- Desestacionalització. Productes i experiències pretemporada i posttemporada (PPT).
- Experiències que afavoreixin la mobilitat sostenible.
- Priorització de productes 4D:
  - Turisme enogastronòmic (Catalunya, Regió Mundial de la Gastronomia 2025)
  - Turisme nàutic (Copa Amèrica de vela)
  - Turisme Cultural (Som Cultura Grup)
- Ple desplegament del Pla de sostenibilitat i execució del Pla d'acció climàtica.



---

## 02 Un turisme socialment just

- Turisme per a tothom com a paradigma del turisme responsable.
- Un model de turisme familiar que situï la diversitat familiar com a principi rector.
- Convivència entre les necessitats del turista i les del resident.
- Relat amb mirada femenina que combati estereotips de gènere.
- Producte més adaptat al visitant sènior.
- Nòmada digital a gestionar per l'impacte en el resident.
- Prioritat als *visitor persona*, que puguin consumir experiències 4D amb més facilitat.



# Eixos estratègics

---

## 03 Un turisme territorialment equilibrat



- Productes que afavoreixen la desconcentració territorial (Grand Tour de Catalunya).
- Enogastronomia com a palanca de l'economia regenerativa.
- Patrimoni cultural que enforteix la identitat i la singularitat del país.
- Patrimoni cultural intangible que facilita el diàleg turista-resident.
- Experiència turística que integra les indústries creatives.
- Turisme de reunions segmentat i desconcentrat.
- Priorització de les experiències que afavoreixin un gaudi responsable dels espais naturals.

---

## 04 Un turisme basat en la innovació



- Transformació a partir del programa 4P. Nou [www.catalunya.com](http://www.catalunya.com)
- Plataforma B2B al servei de crear comunitat amb tot l'ecosistema.
- Mètriques per mesurar l'assoliment de fites del Compromís.
- Governança. Tecnologia de *blockchain* per crear les primeres organitzacions autònomes descentralitzades (DAO).
- Superapp Catalunya Card (AI, AR, BCh, BigData...).
- Consolidació de l'ecosistema emprenedor.
- IA aplicada amb criteris ètics i de responsabilitat.



# Objectius prioritaris

Impulsar el màrqueting de valors associat a experiències diferenciadores i regeneratives continuarà sent l'objectiu principal dels Programes de l'ACT per a l'any 2024. L'accés a noves eines internes com el CRM, la nova web Catalunya.com i la plataforma de relació amb el sector B2B ens permetrà oferir uns serveis cada cop més fiables i adequats als segments de demanda que els afiliats necessiten.

El 2024 veurem la plena implantació dels renovats programes d'alta especialització en el lleure, i la posada en funcionament de nous programes des de l'àmbit del MICE.

Des de l'àmbit específic dels programes del lleure de l'ACT, s'han fixat els cinc objectius següents per a aquest any:

## **Objectiu 1: Incrementar el consum d'experiències fora de temporada i 4D per part dels visitants de mercats llunyans i incrementar els ingressos per turisme dels de proximitat.**

- Orientar l'acció dels mercats de proximitat a maximitzar els ingressos que generen, bé incrementant la despesa diària, bé allargant l'estada mitjana.
- Enfocar l'estratègia als mercats de llarga distància en l'atracció de fluxos de turisme *premium*, així com de fluxos de visitants més desestacionalitzats i desconcentrats.
- Iniciar la comercialització internacional del turisme de *touring* per Catalunya i de les rutes i experiències amb mobilitat sostenible, incloent-hi el tren.

## **Objectiu 2: Posicionar l'enogastronomia com un dels tres primers elements identificadors de la destinació turística Catalunya.**

- Aprofitar el nomenament de Catalunya com a Regió Mundial de la Gastronomia 2025 per articular experiències que impulsin el turisme regeneratiu a partir també de la producció agroalimentària regenerativa; que redundin, en definitiva, en aquest model d'economia.

## **Objectiu 3: Situar Catalunya com a destinació de turisme nàutic.**

- Aprofitar la celebració de la Copa Amèrica de vela 2024 per incorporar el turisme nàutic al portafolis de producte de l'estratègia de màrqueting de l'ACT.
- Considerar l'espai euroregional Pirineus-Mediterrània (Occitània-Balears-Catalunya) com a destinació líder en turisme nàutic a Europa.

# Objectius prioritaris

## **Objectiu prioritari 4: Singularitzar la destinació Catalunya a través del seu turisme cultural.**

- Visibilitzar el patrimoni cultural material i immaterial de Catalunya com a espai comú de connexió entre resident temporal i resident permanent.
- Aconseguir que la cultura esdevingui una de les tres primeres motivacions tractors de la visita a Catalunya.

## **Objectiu prioritari 5: Posicionar el gaudi responsable dels espais naturals per part dels visitants.**

- Impulsar les experiències als parcs naturals de Catalunya com a element clau de les experiències de turisme de natura.
- Posicionar l'ecoturisme en particular com a motivació tractora de la visita a Catalunya.

*Vegeu el quadre resum a la pàgina 13.*

# Objectius prioritaris del Catalunya Convention Bureau

El Catalunya Convention Bureau durant l'any 2024 té com a objectiu prioritari consolidar l'estratègia de segmentació del turisme de reunions a Catalunya i vetllar per l'enfortiment de l'impacte i el llegat que els esdeveniments deixen a la comunitat que els acull, per fer la indústria més competitiva i resilient, més sostenible i inclusiva.

Amb aquesta intenció, l'any 2024 al CCB es posarà un èmfasi especial en el posicionament del MICE de Catalunya als mercats prioritaris i a l'economia del país, i es concentraran els esforços en accions de comunicació, innovació, formació i promoció i en el desplegament de projectes transversals que generin un impacte i acompanyin les empreses dels esdeveniments professionals de Catalunya en la seva competitivitat. Cada acció que es faci tindrà en compte les línies estratègiques del Compromís Nacional per un Turisme Responsable, com a part d'una transició digital i sostenible i cap a un màrqueting de valors.

Aquests són els projectes estratègics:

- **Segmentació.** Any de consolidació dels projectes Catalunya Meetings & Mobility i Catalunya Meetings & Sports.
- **Programa Ambassadors.** Es desenvoluparà un nou pla estratègic, d'acció i comunicació amb els *ambassadors* del CCB, que ens ha de portar a la generació de més oportunitats conjuntes i la seva connexió amb d'altres de similars vinculades al talent de Catalunya i les universitats.
- **Pla d'innovació i impacte, creació de llegat.** Identificació i desenvolupament integral de projectes pilot, que inclouen sessions de desenvolupament de capacitats, tallers i activitats necessàries per al desenvolupament dels projectes, per obtenir una metodologia i eines escalables en altres esdeveniments que permetin la creació de llegat en futurs esdeveniments a Catalunya. Desenvolupament de l'estratègia MICE d'innovació i impacte emfatitzant els beneficis a mitjà i llarg termini, i els canvis positius per a la comunitat i el territori que van més enllà de l'esdeveniment en si.
- **Pla d'intel·ligència: TDS MICE i Intel·litur CAT MICE.** Llançament dels nous formats que facilitaran la generació de dades i coneixement de l'activitat MICE a Catalunya.

# Objectius prioritaris del Catalunya Convention Bureau

- **Pla de sostenibilitat, Carbon Net Zero i accessibilitat.** Disseny, implementació i acompanyament a les empreses en la transició cap a una activitat més responsable, sostenible i accessible, per millorar la seva competitivitat. Formació sobre les diverses eines creades i millorades al llarg del 2023.
- **BEFuture.** Projecte europeu impulsat per l'Agència Catalana de Turisme / Catalunya Convention Bureau que reuneix 8 socis europeus de Flandes, els Països Baixos, Alemanya, França i Itàlia. L'objectiu és donar forma al futur del sector d'esdeveniments professionals mitjançant una transformació de la indústria turística regenerativa, resilient i sostenible.

Els mercats prioritaris de l'acció promocional i comercial, dirigides al sector corporatiu, són els europeus, amb un focus especial en França, Alemanya, el Regne Unit, els països nòrdics i Itàlia, i en una altra escala, en els llunyans de l'Àsia i els Estats Units, tenint en compte la forta activació que manifesten cap a la nostra destinació. Entre les accions promocionals i comercials, destaca la realització d'una nova edició del MEET Catalunya, adreçat tant al segment corporatiu com a l'associatiu; l'execució d'altres accions comercials pròpies al territori de Catalunya, i l'organització de diversos esdeveniments comercials de tercers específics de MICE a Catalunya dels mercats europeus que han estat captats conjuntament amb els *convention bureaux* locals de Catalunya, que suposen una oportunitat de posicionament i faciliten l'accés al sector català a altres accions comercials.

El 2024 també és l'any del llançament de la primera gran campanya promocional de Catalunya com a destinació MICE.

*Vegeu el quadre resum a la pàgina 13.*

# Objectius prioritaris

## Objectiu Quadre resum d'objectius prioritaris i dels projectes estratègics

01

**Incrementar el consum d'experiències fora de temporada i 4D per part dels visitants de mercats llunyans i incrementar els ingressos per turisme dels de proximitat.**

### **Noves estratègies D de despesa.**

Orientar l'acció en els mercats de proximitat (Europa) a maximitzar els ingressos que generen, bé incrementant la despesa diària, bé allargant l'estada mitjana.

### **Premium i 4D per als mercats de llarga distància.**

Enfocar l'estratègia als mercats de llarga distància (Àsia i Amèrica) en l'atracció de fluxos de turisme *premium*, així com de fluxos de visitants més desestacionalitzats i desconcentrats.

### **Comercialització del Grand Tour de Catalunya com a experiència sostenible.**

Iniciar la comercialització internacional del turisme de *touring* per Catalunya i de les rutes i experiències amb mobilitat sostenible, incloent-hi el tren.

02

**Posicionar l'enogastronomia com un dels tres primers elements identificadors de la destinació turística Catalunya.**

### **Identificació i posada en valor de les experiències regeneratives en el turisme enogastronòmic.**

Aprofitar el nomenament de Catalunya com a Regió Mundial de la Gastronomia 2025 per a articular experiències que impulsin el turisme regeneratiu a partir, també, de la producció agroalimentària regenerativa; que redundin, en definitiva, en un model d'economia regenerativa.

### **Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques.**

Comercialitzar les experiències enogastronòmiques segons *visitor persona* i segments (*premium*, familiar, parelles...) als mercats de proximitat europeus i als EUA.

### **Fem bullir l'olla per Catalunya, Regió Mundial de la Gastronomia 2025.**

Incentivar la participació del sector per aprofitar el nomenament de Catalunya com a Regió Mundial de la Gastronomia 2025 i donar-ho a conèixer a la comunitat.

# Objectius prioritaris

03

## Situar Catalunya com a destinació de turisme nàutic.

### Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024 - fase 2.

Aprofitar la Copa Amèrica 2024 per posicionar Catalunya a través del turisme esportiu nàutic orientant-lo vers els *visitors persona* d'esportiu amb perfil *premium* i tenint en compte el resident.

### Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya - fase 2.

Millorar la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya, mitjançant cooperacions estratègiques i accions de creació, promoció i comercialització als mercats prioritaris.

04

## Singularitzar la destinació Catalunya a través del seu turisme cultural.

### Connexió resident a través del turisme cultural immaterial i creatiu.

Singularitzar la destinació Catalunya a través de la visibilització del seu patrimoni cultural material i immaterial com a espai comú de connexió entre resident temporal i resident permanent, amb incidència especial en les indústries creatives.

### Top 3 de cultura.

Singularitzar la destinació Catalunya a partir d'aconseguir que la cultura esdevingui una de les tres primeres motivacions tractores de visita a Catalunya.

05

## Posicionar el gaudi responsable dels espais naturals per part dels visitants.

### Fent pinya amb els espais naturals. Els nostres EN: sensibilització i pedagogia al turista.

Impulsar les experiències als parcs naturals de Catalunya com a element clau de les experiències de turisme de natura.

### Ecoturisme *slow*. Desplegament d'activitats d'ecoturisme per un turisme més *slow* als espais naturals.

Posicionar l'ecoturisme com la manera de visitar i conèixer els entorns naturals als segments sènior i familiar, amb l'objectiu de desconcentrar i incrementar la despesa.

# Objectius prioritaris

**O6**

## **Objectius prioritaris del Catalunya Convention Bureau**

### **Estratègia de segmentació per sectors econòmics Meetings & Mobility i Meetings & Sports.**

Generar impacte positiu al territori a partir de la captació d'esdeveniments MICE vinculats a clústers econòmics d'excel·lència del nostre país que puguin capitalitzar aquest posicionament en benefici de la seva pròpia competitivitat.

### **Estratègia d'impacte i innovació del MICE: Pla Llegat.**

Assegurar el benefici socioeconòmic dels esdeveniments MICE a Catalunya a mitjà i llarg termini, més enllà del rendiment immediat que doni a la indústria del turisme de reunions.

Els objectius es visualitzaran amb el número corresponent: **O1**

i les accions que pertanyin: **Top 3 Cultura**

# Priorització dels *visitor persona* d'acord amb la demanda

El pla d'accions dels programes de l'Agència Catalana de Turisme està adreçat a la captació de l'interès de *visitor persona* específics. S'han definit un seguit de *visitor persona*, els quals són una representació fictícia del consumidor final; en aquest cas, el perfil tipus del turista que arriba a Catalunya.

Aquest *visitor persona* es descriu en unes fitxes que contenen informació detallada sobre el perfil dels turistes que ens visiten d'acord amb la motivació tractora que fa que estiguin interessats en la nostra destinació.

Aquest treball transversal és vital a l'hora de projectar una estratègia d'alt valor que incideixi en totes les fases del viatge (abans, durant i després) i de definir els millors missatges i propostes per a cada moment i perfil, bé a través de [www.catalunya.com](http://www.catalunya.com), de diverses campanyes de comunicació, o d'altres accions promocionals.

Pel que fa al MICE, els *visitor persona* (*buyer o event manager, meeting planner o delegate persona*) que actualment consten identificats al CCB i per als quals es fan accions específiques són:



**Corporatiu**



**Associatiu**



**Ambassadors**



**Automoció i mobilitat:** Catalunya Meetings & Mobility (organitzadors d'esdeveniments professionals i indústria)



**Esports:** Catalunya Meetings & Sports (organitzadors d'esdeveniments professionals i indústria)

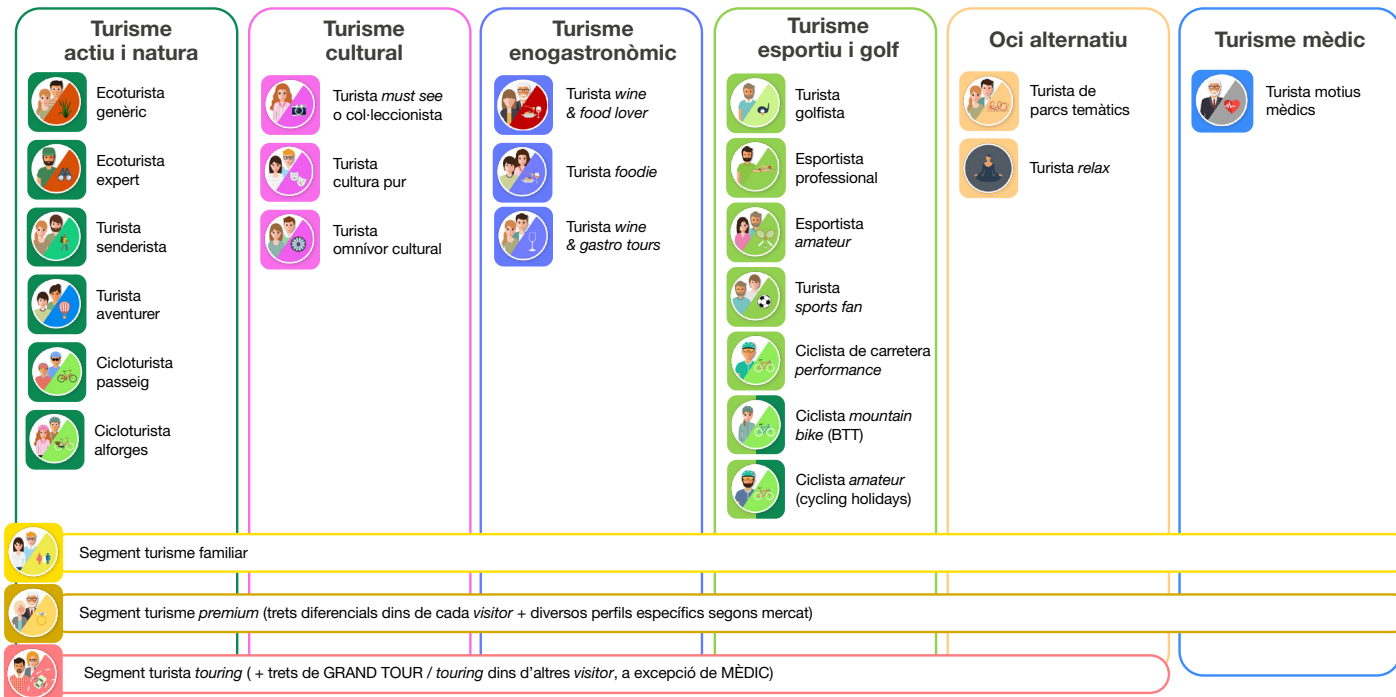


**BEFuture project**

Hi ha accions que no s'adrecen a cap d'aquests *visitor persona*, sinó que van dirigides als empresaris del sector turístic català i, molt especialment, als afiliats als diversos programes de l'ACT.



# Visitor persona



En aquest document, les accions adreçades únicament a l'oferta (el sector turístic català afiliat als programes) s'identifiquen amb aquesta icona.



En aquest document, les accions en què els afiliats poden participar d'una manera directa s'identifiquen amb aquesta icona.

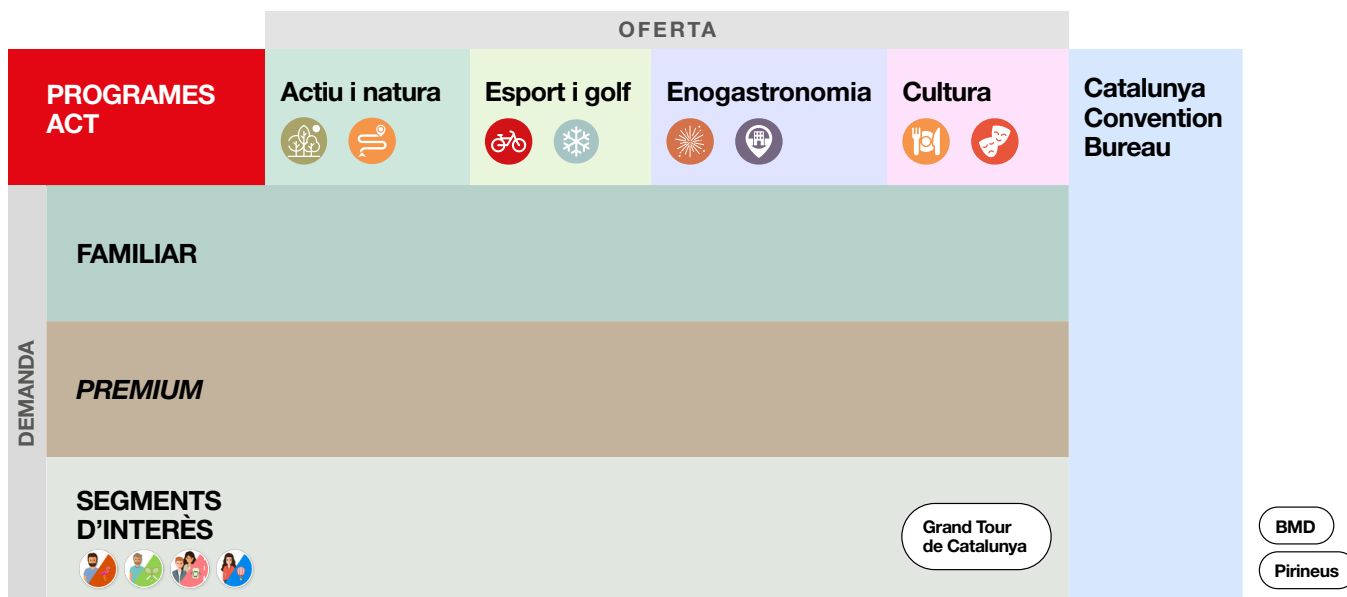
Descarregar detall dels visitor persona.

## Famílies



# Programes de l'ACT

L'Agència Catalana de Turisme treballa amb el sector turístic català mitjançant l'especialització de l'oferta segons un portafolis de vuit programes: 3 se centren en l'oferta, i 2, en la demandada.



La **Unitat de Màrqueting d'Experiències** està formada per l'equip següent, que gestiona els programes:



**Director**  
**Damià Serrano**  
[damiaserrano@gencat.cat](mailto:damiaserrano@gencat.cat)



**Cap de Certificacions**  
**Pablo Rodriguez**  
[prodriguez@gencat.cat](mailto:prodriguez@gencat.cat)



**Cap de Marques Experiències Gaudir**  
**Rosalia Pont**  
[rpont@gencat.cat](mailto:rpont@gencat.cat)



**Experiències Gaudir**  
**Brand manager Turisme actiu i natura**  
**Laia Jerez**  
[laiajerez@gencat.cat](mailto:laiajerez@gencat.cat)



**Experiències Gaudir**  
**Brand Manager Turisme esportiu i golf**  
**Ana Bastida**  
[abastida@gencat.cat](mailto:abastida@gencat.cat)



**Experiències Gaudir**  
**Brand manager Turisme familiar**  
**Cristina Llagostera**  
[cllagostera@gencat.cat](mailto:cllagostera@gencat.cat)

# Programes de l'ACT



*Experiències Gaudir*  
**Brand manager Pirineus**  
Dèlia Montesinos  
[dmontesinos@gencat.cat](mailto:dmontesinos@gencat.cat)



*Cap de Marques Experiències Descobrir*  
Bea Nubiola  
[bnubiola@gencat.cat](mailto:bnubiola@gencat.cat)



*Experiències Descobrir*  
**Brand manager Turisme cultural**  
Anna Carrera  
[a.carrera@gencat.cat](mailto:a.carrera@gencat.cat)



*Experiències Descobrir*  
**Brand manager Turisme enogastronòmic**  
Ariadna Ribas  
[ariadna.ribas@gencat.cat](mailto:ariadna.ribas@gencat.cat)



*Experiències Descobrir*  
**Brand manager Turisme premium**  
**Barcelona Medical Destination (BMD)**  
Esther Orriols  
[esther.orriols@gencat.cat](mailto:esther.orriols@gencat.cat)



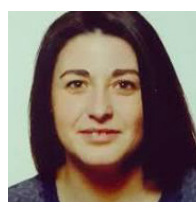
*Experiències Descobrir*  
**Brand manager Grand Tour de Catalunya**  
Roser Cedó  
[rcedo@gencat.cat](mailto:rcedo@gencat.cat)

# Programes de l'ACT

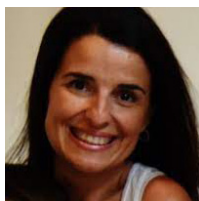
El **Catalunya Convention Bureau** és el programa de l'Agència Catalana de Turisme per donar suport a tots els professionals vinculats amb el turisme de reunions, congressos, convencions i viatges d'incentius, així com per assessorar-los i facilitar-los eines útils. L'integra l'equip següent:



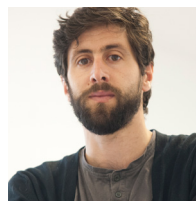
**Directora**  
Sònia Serracarbassa  
[sserracarbassa@gencat.cat](mailto:sserracarbassa@gencat.cat)



**Associacions & Sectors (públics: Associatiu, Ambassadors, Afiats CCB) ·**  
Marta Bros  
[martabros@gencat.cat](mailto:martabros@gencat.cat) · [ccb.act@gencat.cat](mailto:ccb.act@gencat.cat)



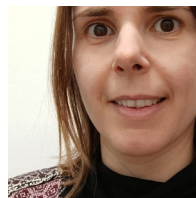
**Business Development - Corporatiu**  
(públic: Corporatiu)  
Déborah Chicote  
[deborahchicote@gencat.cat](mailto:deborahchicote@gencat.cat)



**Comunicació i Continguts MICE**  
(públic: Mitjans)  
Albert Bonjoch  
[albert.bonjoch@gencat.cat](mailto:albert.bonjoch@gencat.cat)



**Meetings & Sports/Mobility**  
Marta Conill  
[martaconill@gencat.cat](mailto:martaconill@gencat.cat)



**BEFuture project**  
Miriam Pijuan  
[miriampijuan@gencat.cat](mailto:miriampijuan@gencat.cat)

# Pla d'accions

## Introducció

Aquest apartat recull les accions previstes per al 2024 per a cada programa de l'Agència Catalana de Turisme, organitzades en tres grans blocs temàtics.

D'una banda, hi ha les accions que formen part de l'**estratègia de programa**. Aquí s'inclouen totes les vinculades amb el desenvolupament del Pla de programa en totes les seves fases (elaboració, desplegament, etc.), el programa Ambassadors del CCB i la participació com a membres en diverses associacions rellevants de cada sector.

Un segon bloc d'accions són les vinculades amb el **màrqueting de producte**, com ara la creació de **noves publicacions** per difondre el programa i les seves propostes, tant a públic B2B com B2C. Són els catàlegs d'experiències, els mapes temàtics, etc. També s'hi inclouen totes les **campanyes de publicitat** que impulsa l'Agència Catalana de Turisme per promoure la marca Catalunya i els seus programes per atreure visitants.

La **creació de continguts per a canals propis** (Catalunya.com, Escasateva.catalunya.com, xarxes socials, etc.) i per a canals **de tercers** (accions a OTA, amb mitjans de comunicació, revistes especialitzades, etc.) és una part molt important de la promoció internacional de Catalunya i dels seus valors. Aquests també s'inclouen en el bloc d'accions de màrqueting de producte.

Finalment, el tercer gran bloc d'accions són les que formen part de la **Cartera de Serveis**, que és el conjunt de serveis de què es poden beneficiar els afiliats gràcies als diversos programes de l'Agència Catalana de Turisme. L'objectiu de la Cartera de Serveis és **incrementar la competitivitat** de les empreses i **l'atractiu i el posicionament** de les destinacions turístiques catalanes com a motor de canvi per a l'impuls i la transformació del sector turístic català. S'agrupen en cinc grans blocs: assessorament i *networking*, coneixement, comercialització, màrqueting i comunicació promocional, i desenvolupament i transformació de producte i servei.

Finalment, cal destacar que durant l'any s'organitzen reunions i jornades en el marc de cada programa, i el quart trimestre del 2024 s'organitzarà una jornada de *networking* entre empreses i entitats afiliades als programes de turisme vacacional de l'ACT.

# Pla d'accions

## Turisme actiu i natura

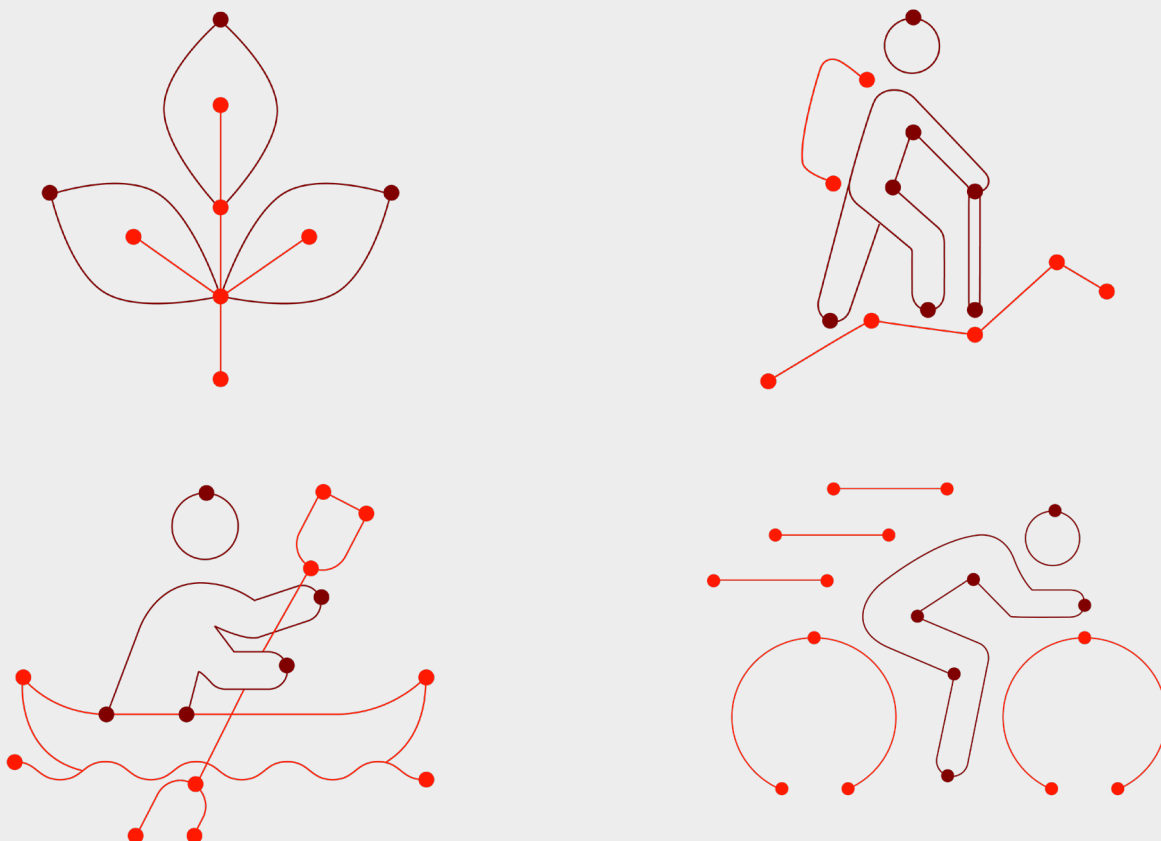
# 01

L'any 2024 el programa de Turisme actiu i natura se centrarà en la proposta d'actuació que marquen els respectius plans de producte de les seves categories: Actiu i aventura, Ecoturisme, Senderisme i Cicloturisme.

Serà l'any en què farem una clara aposta per incentivar l'especialització d'ecoturisme, com ens marca l'objectiu estratègic número 4, en el qual s'impulsaran les experiències als parcs naturals i espais naturals protegits de Catalunya com a element clau de les experiències de turisme de natura, i també es posicionaran l'ecoturisme i el turisme *slow* com a manera de visitar i conèixer els entorns naturals als segments sènior i familiar, amb l'objectiu de desconcentrar i incrementar la despesa.

Algunes de les accions destacades seran la segona campanya de publicitat d'incubadora d'idees de turisme sostenible anomenada Ecotour Challenge, i l'organització d'un viatge de *benchmark* internacional per conèixer de primera mà casos de bones pràctiques en aquesta categoria de producte, així com iniciar un projecte de sensibilització i comunicació dels espais naturals protegits de Catalunya.

D'altra banda, aprofitant la celebració de la Copa Amèrica de vela, que també és un projecte vinculat a l'objectiu estratègic número 3, es preveuen diverses accions enfocades a la promoció del turisme nàutic, com una campanya específica a mercats internacionals.



## Llegenda

<b>Acció</b>	Publicació “Digues quin tipus de família sou i et diré què t’agrada”		
<b>Objectiu i projecte prioritari</b>	<b>O2</b> Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques	Actiu i aventura	<b>Especialització</b>
<b>Productes relacionats</b>			<b>Visitor persona</b>
<b>Mercat</b>	Multimercat	<b>S'adreça al sector català</b>	
<b>Data</b>	Segon trimestre		<b>Amb participació d'afiliats</b>

Trobareu l'explicació de cada una de les icones dels *visitor persona* a la pàgina 17 d'aquest document.

# 1. Estratègia de programa

## 1.1 Pla de programa/producte

Desplegament dels plans i parametrització i seguiment dels ICA

Catalunya

Tot l'any



Seguiment de l'Estratègia marítima de Catalunya  
2023-2026

Actiu i aventura

Catalunya

Tot l'any



## 1.2 Quotes d'associacions

Participació a Mediterranean Ecotourism Consortium (MEC)

05

Ecoturisme slow

Ecoturisme

Catalunya

Tot l'any

### 1. Màrqueting de producte

### 2.1 Publicacions, vídeos i fotografies

Publicació *Digues quin tipus de família sou i et diré què t'agrada*

02

Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques



Actiu i aventura

Esportiu



Multimercat

Segon trimestre



### 2.2 Campanyes de publicitat

Campanya de comunicació de Turisme nàutic

01

Noves estratègies D de despesa



Esportiu



Catalunya

Tot l'any





---

### Campanya gaudeix dels espais naturals

05

*Fent pinya amb els espais naturals*



Ecoturisme

Senderisme



📍 Espanya, França

📅 Tot l'any

---

### Campanya "Ecotour Challenge"

05

*Ecoturisme Slow*

Ecoturisme

📍 Espanya

📅 Segon trimestre



---

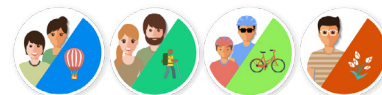
### Campanya promocional de la guia *Outdoor en família* en col·laboració amb la revista *Oxígeno*

01

*Noves estratègies D de despesa*



Ecoturisme



📍 Espanya

📅 Segon trimestre



---

### Campanya "Els racons secrets de Catalunya", amb Unai Canela

05

*Ecoturisme slow*

Ecoturisme

Neu



📍 Catalunya, Espanya

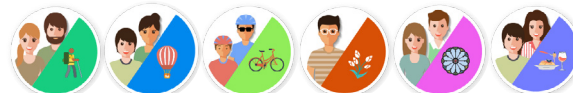
📅 Tercer trimestre



---

### Campanya de publicitat dels càmpings de Catalunya

**01** *Noves estratègies D de despesa*



Benelux

Tercer trimestre



---

## 2.3 Continguts a canals propis

### Suport en la promoció dels espais naturals a canals propis

**05** *Fent pinya amb els espais naturals*

Ecoturisme

Senderisme

Catalunya

Tot l'any



### Identificació de productes ecoturístics

**05** *Ecoturisme slow*

Ecoturisme

Catalunya

Segon semestre



---

## 2.4 Continguts a canals de tercers

### Randomobile: migració de continguts

França

Tot l'any



## 3. Cartera de Serveis

### 3.1 Assessorament i networking

#### 3.1.2 Jornades de networking entre empreses del sector

Reunions amb el grup de treball d'espais naturals

05

*Fent pinya amb els espais naturals*

Ecoturisme

 Catalunya

 Tot l'any



Participació a la taula d'ecoturisme

05

*Ecoturisme slow*

Ecoturisme

 Catalunya

 Tot l'any



Accions derivades del Forum Mundial Ecoturisme 25

05

*Ecoturisme slow*

Ecoturisme

 Catalunya

 Tot l'any



### 3.2 Coneixement

#### 3.2.1 Intel·ligència de mercat / Intel·litur CAT

Presentació de l'estudi de turisme nàutic a Itàlia

01

*Noves estratègies D de despesa*

Actiu i aventura

Esportiu



 Itàlia

 Primer trimestre



---

### 3.2.2 Jornades i conferències empresarials amb experts

---

Identificació de prescriptors de turisme nàutic a mercats emissors

**03** *Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya*

Actiu i aventura

Esportiu



Multimercat

Primer trimestre

---

Presentació de resultats de la identificació d'experiències ecoturístiques a Pobles amb encant

**05** *Ecoturisme slow*

Pobles amb encant

Ecoturisme



Catalunya

Tercer trimestre



Presentació d'experiències ecoturístiques en Pobles amb encant

**05** *Ecoturisme slow*

Pobles amb encant

Ecoturisme



Catalunya

Quart trimestre



---

### 3.2.3 #formacióturismecat

---

#### Formació d'ecoturisme i turisme *slow*

05

*Ecoturisme slow*

Ecoturisme



📍 Catalunya

📅 Per determinar



---

#### Formació en ecoturisme universal

05

*Ecoturisme slow*

Ecoturisme



📍 Catalunya

📅 Per determinar

---

### 3.2.4 Benchmarks

---

#### Identificació de l'oferta dels principals TO de cada mercat prioritari

01

*Noves estratègies D de despesa*

Multiproducte

📍 Multimercat

📅 Tot l'any



---

#### Turisme nàutic Euroregió Pirineus Mediterrània

01

*Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya*

Actiu i aventura

Esportiu



📍 França

📅 Tot l'any

### Benchmarks interns d'ecoturisme en espais naturals a Catalunya

05

*Fent pinya amb els espais naturals*

Ecoturisme



Catalunya

Primer trimestre



### Benchmark internacional de bones pràctiques en espais naturals

05

*Fent pinya amb els espais naturals*

Ecoturisme



Catalunya

Segon trimestre



## 3.3 Comercialització i promoció

### 3.3.1 Esdeveniments B2B

#### Assistència i participació a esdeveniments ATTA

01

*Noves estratègies D de despesa*

Actiu i aventura

Senderisme



Multimercat

Tot l'any

#### Visites comercials als operadors principals de turisme nàutic a mercats emissors

03

*Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya*

Actiu i aventura

Esportiu



Multimercat

Primer trimestre

---

### Workshop Adventure Travel Networking Londres

01 *Noves estratègies D de despesa*

Esportiu



📍 Regne Unit

📅 Segon trimestre



---

### Blog trip Familienurlaub primavera

01 *Noves estratègies D de despesa*

Actiu i aventura

Senderisme



📍 Alemanya

📅 Per determinar

---

## 3.3.2 Esdeveniments B2C

---

### Col·laboració app Cyclotourisme en Catalogne

01 *Noves estratègies D de despesa*

Cicloturisme

Esportiu



📍 França

📅 Tot l'any

---

### Col·laboració Top 100 Experiences

01 *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*

Esportiu

Actiu i aventura



📍 -

📅 Tot l'any

---

### Agenda comercial al Salon du Randonneur

Senderisme

Actiu i aventura



📍 França

📅 Primer trimestre



---

### Fira Fiets en Wandelbeurs Utrecht

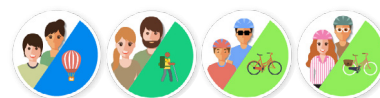
01

*Noves estratègies D de despesa*



Cicloturisme

Esportiu



📍 Benelux

📅 Primer trimestre

---

### Fira Fiets en Wandelbeurs Gant

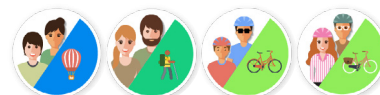
01

*Noves estratègies D de despesa*



Cicloturisme

Esportiu



📍 Benelux

📅 Primer trimestre

---

### Fira Global BirdFair

05

*Ecoturisme slow*

Ecoturisme



📍 Regne Unit

📅 Segon trimestre





---

### Fira i presentació en el marc de la fira National Outdoor Expo

01

*Noves estratègies D de despesa*

Actiu i aventura

Senderisme



Regne Unit

Segon trimestre



---

### Fira FIO (Feria Internacional de Turismo Ornitológico)

05

*Ecoturisme slow*

Ecoturisme



Espanya

Segon trimestre



---

### Suport a la comercialització d'experiències de turisme slow

05

*Ecoturisme slow*

Ecoturisme



Catalunya

Terçer trimestre



---

### Workshop Polònia i Europa de l'Est



Europa de l'Est

Quart trimestre

---

### CMT - Fahrrad und WanderReisen

Cicloturisme

Senderisme



Alemanya

13-15 gener



---

### Fira Free



Cicloturisme

Actiu i aventura



Alemanya

14-18 febrer

---

### Copenhagen Bike Show



Cicloturisme



Països nòrdics

2-3 març



---

### Fiera del Cicloturismo



Cicloturisme



Itàlia

5-7 abril



---

### The National Cycling Show



Cicloturisme



Regne Unit

15-16 juny

---

### Salone Nautico

**01** *Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya*

Actiu i aventura

Esportiu



📍 Itàlia

📅 20-24 setembre

---

### 3.3.3 Trips

---

#### Fam trip estades d'entrenament de vela

**01** *Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya*

Actiu i aventura

Esportiu



📍 Països nòrdics

📅 Primer trimestre



---

#### Blog trip Familiar Nàutic

**03** *Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya*

Actiu i aventura



📍 Benelux

📅 Segon trimestre



---

#### Fam trip Familiar Ecoturisme

**05** *Ecoturisme slow*

Ecoturisme



📍 Benelux

📅 Segon trimestre



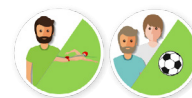
### Fam trip Val d'Aran by UTMB

01 Noves estratègies D de despesa



Esportiu

Actiu i aventura



Xina

3-7 juliol

## 3.4 Màrqueting i comunicació promocional

### 3.4.1 Comunicació promocional

#### Difusió de les Top Rutes a canals propis

01 Noves estratègies D de despesa



Senderisme

Cicloturisme



Multimercat

Tot l'any

#### Ajut a la producció *Al mar!* - "Rumb a la Copa Amèrica", de SX3

01 Noves estratègies D de despesa



Actiu i aventura

Esportiu



Catalunya

Tot l'any



#### Continguts de senderisme i cicloturisme a Komoot

01 Noves estratègies D de despesa



Cicloturisme

Senderisme



Multimercat

Tot l'any



---

### Ajut a la producció *Lara i Kali*, de SX3

05

*Ecoturisme slow*



Catalunya

Tot l'any



---

### Comunicació online Blauwasser

01

*Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya*



Actiu i aventura

Esportiu



Alemanya

Primer trimestre

---

### Ideació del projecte "Guardabosc als espais naturals"

05

*Fent pinya amb els espais naturals*



Ecoturisme

Actiu i aventura



Catalunya

Segon trimestre

---

### Col·laboració en la Setmana Blava de la Federació Catalana de Vela

03

*Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya*



Esportiu



Catalunya

Segon trimestre

---

Campanya amb col·lectiu d'influencers, en l'àmbit de l'esport i *outdoor*

Actiu i aventura

Senderisme



📍 França

📅 Per determinar

---

Col·laboració amb plataforma DayMaker

01

*Noves estratègies D de despesa*

Senderisme



📍 Benelux

📅 Per determinar

---

# Pla d'accions

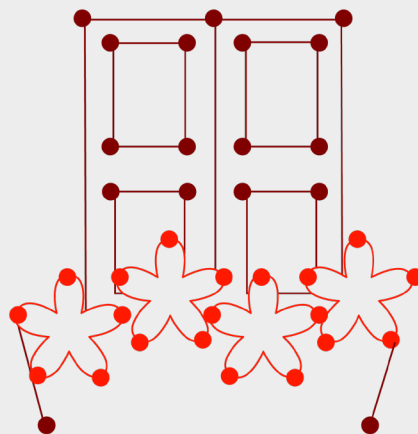
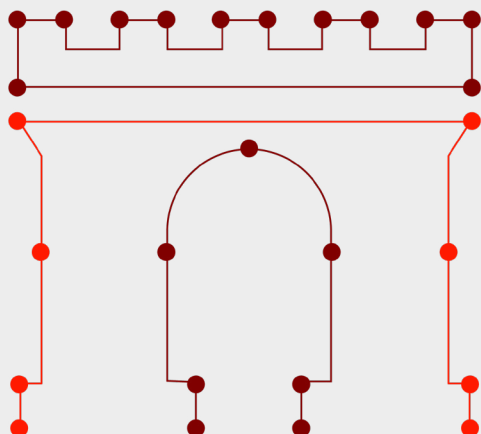
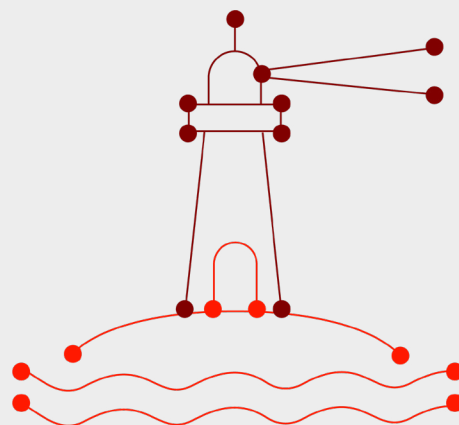
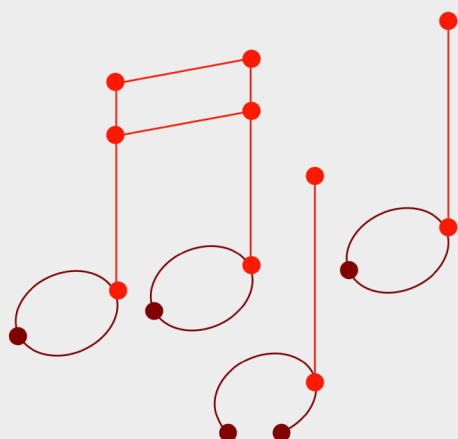
## Turisme cultural

# 02

El Pla d'accions de Turisme cultural se centra a continuar desplegant les accions establertes en el Pla del programa. La creació d'un relat de turisme cultural a Catalunya consensuat entre els diversos departaments de la Generalitat de Catalunya implicats i amb els patronats de turisme de les diputacions serà la primera fita a aconseguir el 2024.

L'objectiu estratègic 4 de l'ACT per al 2024 és el de singularitzar la destinació a través de posar en valor el seu patrimoni cultural i immaterial i també aconseguir que la motivació cultural sigui una de les principals dels turistes que ens visiten. Així, s'organitzaran accions en aquesta línia.

A més, es treballaran per connectar resident temporal amb resident permanent, i també es continuaran potenciant els anys temàtics que ens serveixen per reforçar figures reconegudes, com Tàpies el 2024 o atractius concrets.



## Llegenda

<b>Acció</b>	Publicació <i>Digues quin tipus de família sou i et diré què t'agrada</i>			
<b>Objectiu i projecte prioritari</b>	<b>O2</b> <i>Posada al mercat d'experiències enogastròniques</i>		Actiu i aventura	Esportiu
<b>Productes relacionats</b>				
<b>Mercat</b>	Multimercat			
<b>Data</b>	Segon trimestre		<b>S'adreça al sector català</b>	<b>Amb participació d'afiliats</b>

Trobareu l'explicació de cada una de les icones dels *visitor persona* a la pàgina 17 d'aquest document.

# 1. Estratègia de programa

## 1.1 Pla de programa/producte

Desplegament del Pla de programa Turisme cultural i parametrització d'ICA

**O4**

Catalunya

Tot l'any



Desplegament del Pla de comunicació de Barris i viles marineres, Pobles amb encant i Ciutats i viles amb caràcter

**O4**

*Top 3 Cultura*

Catalunya

Tot l'any





---

Pla de captació d'afiliats per al programa Turisme cultural

04

Connexió resident a través del turisme cultural

Top 3 Cultura

 Catalunya

 Tot l'any



## 2. Màrqueting de producte

### 2.2 Campanyes de publicitat


---

Campanya de publicitat dels Barris i viles marineres

04

Top 3 Cultura

 Catalunya

 Segon trimestre



---

Campanya de publicitat de Turisme cultural

04

Top 3 Cultura

 Catalunya

 Tot l'any



### 2.3 Continguts per a canals propis

---

Creació del relat del turisme cultural a Catalunya

04

Top 3 Cultura

 Catalunya

 Tot l'any



---

Creació de continguts de Turisme creatiu

**04** Top 3 Cultura

 Espanya, França

 Tot l'any



---

## 3. Cartera de Serveis

### 3.2 Coneixement

#### 3.2.1 Intel·ligència de mercat / Intel·litur CAT

---

Estudi del perfil i dels hàbits del turista cultural

**04** Top 3 Cultura

 Catalunya


 Quart trimestre



Estudi de reputació global de la marca en relació amb el turisme cultural

**04** Top 3 Cultura

 Multimercat

 Quart trimestre



#### 3.2.2 Jornades i conferències empresarials amb experts

---

Presentació del *Mystery guest* Pobles amb encant

Pobles amb encant

 Catalunya


 Primer trimestre



Taller de turisme cultural amb l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural

**04** Top 3 Cultura

 Catalunya

 Quart trimestre




---

### Taller de turisme cultural amb l'Institut Català de les Empreses Culturals

**04** *Top 3 Cultura*

 Catalunya

 Quart trimestre



---

### Presentació de les experiències ecoturístiques a Pobles amb encant


**05** *Ecoturisme slow*

Pobles amb encant

Ecoturisme



 Catalunya

 Quart trimestre



---

## 3.2.4 Benchmarks

---

### Benchmark intern de turisme pesquer i viles marineres

**02**



 Catalunya

 Abril

Experiències gastronòmiques


Barris i viles marineres



---

### Benchmarks interns de Ciutats, Pobles i Viles

 Catalunya

 Quart trimestre



## 3.3 Comercialització i promoció

### 3.3.1 Esdeveniments B2B

Acció de comàrqueting amb operadors de turisme cultural

04

*Connexió resident a través del turisme cultural*

 Espanya, França

 Tot l'any


Acció de *street marketing* de la xarxa de ciutats catalanes d'alta velocitat

04

*Connexió resident a través del turisme cultural*



 Espanya


 Segon trimestre

Workshop B2B Travel Perfect Services

04

*Connexió resident a través del turisme cultural*

 Catalunya

 11-14 març




Fira ILTM Latin America

01

*Premium i 4D per als mercats de llarga distància*



 Multimercat

 7-10 maig



---

### Fira ILTM Asia Pacific

**01** Premium i 4D per als mercats de llarga distància



Multimercat

1-4 juliol

---

### Fira ILTM North America

**01** Premium i 4D per als mercats de llarga distància



Multimercat

23-26 setembre



### Fira ILTM Cannes i fam trip posterior

**01** Premium i 4D per als mercats de llarga distància



Multimercat

4-7 desembre



---

## 3.4 Màrqueting i comunicació promocional

### 3.4.1 Comunicació promocional

---

#### Comunicació promocional de Ciutats, Pobles i Viles

**04** Connexió resident a través del turisme cultural



Àsia-Pacífic

Tot l'any

Ciutats i viles amb caràcter

Barris i viles marineres

Pobles amb encant

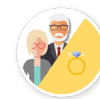


---

Campanya de comunicació dels anys temàtics que se celebren el 2024

04

Top 3 Cultura



📍 Espanya, França

📅 Quart trimestre



---

### 3.5 Desenvolupament i transformació de producte i servei

#### 3.5.2 Auditories i comitè executiu

---

Comitès d'experts de Ciutats, Pobles i Viles

📍 Catalunya

📅 Quart trimestre



---

Visites a destinacions i a afiliats

📍 Catalunya

📅 Tot l'any



# Pla d'accions

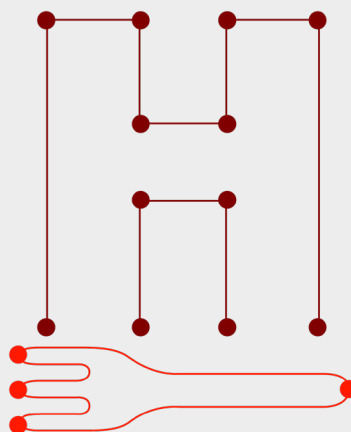
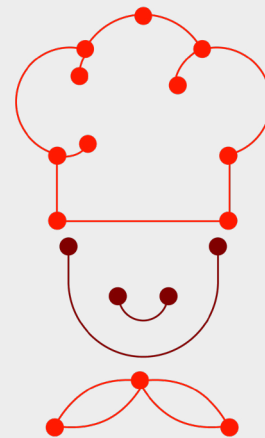
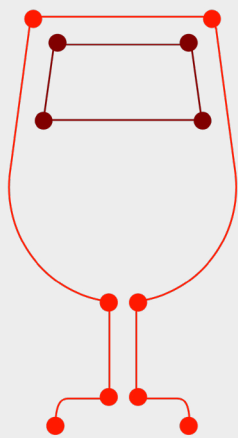
## Turisme enogastronòmic

# 03

El 2024 continuarem desplegant l'**Estratègia de turisme enogastronòmic 2022-2027**, que ens marca les línies d'acció a desplegar durant els propers anys amb l'objectiu de posicionar Catalunya com una destinació de turisme enogastronòmic de referència.

Aquest posicionament serà reforçat també per la recent nominació **Catalunya Regió Mundial de la Gastronomia 2025**, que convertirà Catalunya en la primera regió europea amb aquest títol.

El Pla d'accions del 2024 estarà centrat a desenvolupar, d'una banda, accions que donin suport a la promoció i la comercialització d'experiències de turisme enogastronòmic (projecte estratègic 2.2), la creació de nous continguts (imatges, vídeos, publicacions, etc.), la difusió i promoció del títol Catalunya Regió Mundial de la Gastronomia 2025 entre el sector turístic (projecte estratègic 2.3) i l'impuls de les experiències regeneratives vinculades al turisme enogastronòmic (projecte estratègic 2.1).



## Llegenda

<b>Acció</b>	Publicació <i>Digues quin tipus de família sou i et diré què t'agrada</i>			
<b>Objectiu i projecte prioritari</b>	<b>O2</b> <i>Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques</i>		Actiu i aventura	Esportiu
<b>Productes relacionats</b>				
<b>Mercat</b>	Multimercat			
<b>Data</b>	Segon trimestre		<b>S'adreça al sector català</b>	<b>Amb participació d'afiliats</b>

Trobareu l'explicació de cada una de les icones dels *visitor persona* a la pàgina 17 d'aquest document.

## 1. Estratègia de programa

### 1.1 Pla de programa/producte

Desplegament de l'Estratègia de turisme enogastronòmic de Catalunya i del Pla del programa, amb parametrització dels ICA

**O2**

Catalunya

Tot l'any



Desplegament del Pla de comunicació

**O2**

Catalunya

Tot l'any





---

Disseny del Pla d'accions turístic de Catalunya Regió Mundial de la Gastronomia 2025 (CRMG25)

02

Fem bullir l'olla per CRMG25

 Catalunya

 Tercer trimestre



## 2. Màrqueting de producte

### 2.1 Publicacions, vídeos i fotografies

---

Publicació *Digues quin tipus de família sou i et diré què t'agrada*

02

Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques



 Multimercat

 Primer trimestre


---

Gastromapa amb les experiències *top* per a *wine lovers* i *food lovers*

02



 Multimercat

 Quart trimestre




---

Calendari d'experiències enogastronòmiques per temporada

02



 Multimercat

 Quart trimestre



---

### Catàleg en línia de les grans rutes de Catalunya per a *food lovers*

02



Multimercat

Quart trimestre



---

### Catàleg en línia “Benvinguts a pagès - Tot l’any”

02



Multimercat

Quart trimestre



---

### Materials digitals de turisme enogastronòmic: videocàpsules i banc d’imatges

02



Multimercat

Quart trimestre



---

## 2.2 Campanyes de publicitat

---

### Campanya “Catalunya ve de gust”

02

*Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*

Espanya, França, Regne Unit

Tot l’any



---

### Campanya de publicitat “Benvinguts a pagès - Tot l’any”

**02** *Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*



Catalunya, Espanya

Tot l'any

---

### Campanya B2B per difondre el títol Catalunya Regió Mundial de la Gastronomia 2025 (CRMG25) entre el sector turístic

**02** *Fem bullir l'olla per CRMG25*

Catalunya

Primer trimestre



---

### Campanya de publicitat “Benvinguts a pagès - La festa”

**02** *Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*



Catalunya

Juny

---

### Emissió programa TV *Marchés de la Catalogne*

**02** *Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*

Experiències gastronòmiques



França

Tercer trimestre

---

---

### Campanya de publicitat dels càmpings de Catalunya

01

*Noves estratègies D de despesa*



Benelux

Tercer trimestre



---

### Campanya de comunicació d'experiències enogastronòmiques *premium*

02

*Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*



Estats Units

Quart trimestre

---

## 2.3 Continguts per a canals propis

---

### Creació d'articles de turisme enogastronòmic per temporada



Catalunya, Espanya, França, Regne Unit, Alemanya

Tot l'any



---

### Creació d'articles de turisme cerveser

Catalunya, Espanya, França, Regne Unit, Alemanya

Tot l'any



---

### Newsletter *Enogastro informa*

Catalunya

4 l'any



---

## Creació de la ruta d'enogastronomia "Tasta el Grand Tour de Catalunya"

**02** Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques



Multimercat

Primer trimestre



### 3. Cartera de Serveis

#### 3.1 Assessorament i networking

##### 3.1.2 Jornades de networking entre empreses del sector

---

## Suport en la creació de "Les rutes del vi de Catalunya"

**02**

Enoturisme

Catalunya

Tot l'any



---

## Reunions del grup de treball de "Les rutes del vi"

**02**

Enoturisme

Catalunya

Tot l'any



---

## Participació activa en la xarxa de Regions de la Gastronomia

**02** Fem bullir l'olla per CRMG25

Multimercat

Tot l'any

---

Presentació d'Hotels Gastronòmics amb el Gremi d'Hotels de Barcelona

02

Hotels Gastronòmics

 Catalunya

 Febrer



---

## 3.2 Coneixement

### 3.2.1 Intel·ligència de mercat / Intel·litur CAT

---

Anàlisi de la despesa feta amb targeta de crèdit en el marc de l'enoturisme a Catalunya (*big data*)

Enoturisme

 Catalunya

 Tot l'any



---

Anàlisi dels fluxos turístics en el marc de l'enoturisme a Catalunya

Enoturisme

 Catalunya

 Tot l'any



---

Estudi de *benchmarking*: visites a explotacions agroalimentàries. Bones pràctiques i casos d'èxit

02

*Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*



 Multimercat

 Primer trimestre



---

Identificació d'experiències susceptibles de ser turisme regeneratiu

02

*Identificar i posar en valor les experiències regeneratives*

 Catalunya

 Primer trimestre



---

Impuls a la comercialització del Grand Tour de Catalunya: cerca de nous comercialitzadors catalans especialitzats en enogastronomia

02

*Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*



Catalunya

Tot l'any



---

### 3.2.2 Jornades i conferències empresarials amb experts

---

Comunicació de la *Guia de bones pràctiques de turisme familiar i gastronomia*

02

*Fem bullir l'olla per CRMG25*



Catalunya

Primer trimestre



Presentació dins del Food & Wine Tourism Forum

02

*Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*

Itàlia

Juny



---

Suport al concurs European Young Chef Award, organitzat per la xarxa de Regions de la Gastronomia

02

*Fem bullir l'olla per CRMG25*

Multimercat

Novembre

---

---

### 3.2.3 #formacióturismecat

---

Formació al sector de la restauració i allotjament sobre Catalunya Regió Mundial de la Gastronomia 2025 (CRMG25)

02

*Fem bullir l'olla per CRMG25*

 Catalunya

 Tot l'any



---

Formació específica sobre “Les rutes del vi de Catalunya” i “Benvinguts a pagès”

 Catalunya

 Tot l'any




---

Formació específica per a experiències de turisme regeneratiu

02

*Identificar i posar en valor les experiències regeneratives*

 Catalunya

 Tercer trimestre



---

Programa de mentoria per a experiències de turisme regeneratiu

02

*Identificar i posar en valor les experiències regeneratives*

 Catalunya

 Tercer trimestre





### 3.2.4 Benchmarks

Benchmark intern de turisme pesquer i viles marineres

O2



Catalunya

Abril

Experiències gastronòmiques

Barris i viles marineres



Benchmark intern d'oleoturisme a Terres de Lleida

O2

Catalunya

Octubre

Experiències gastronòmiques



## 3.3 Comercialització i promoció

### 3.3.1 Esdeveniments B2B

Participació a la comunitat Virtuoso Culinary

O2

Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques



Estats Units

Tot l'any



Presentació a Gastropirineus

O2

Fem bullir l'olla per CRMG25

Catalunya

Segon trimestre



---

## Presentació de la nova ruta Tasta el Grand Tour de Catalunya

**02** Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques



📍 Catalunya, Espanya, Regne Unit

📅 Segon trimestre

---

## Roadshow Enoturisme a Catalunya

**02** Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques

Enoturisme

📍 Suïssa

📅 Segon trimestre



---

## Fam trips i workshop derivats del roadshow Enoturisme a Catalunya

**02** Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques

Enoturisme

📍 Suïssa

📅 Tercer trimestre



---

## Comàrqueting amb operadors premium

**02** Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques



📍 Alemanya

📅 Tercer trimestre

---

## Presentació Enoturisme Catalunya - Catalan Wines

**02** Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques

Enoturisme

📍 Estats Units

📅 Febrer i octubre




---

### Fira i *workshop* Wine & Travel Week Porto

**02** *Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*

Enoturisme

 Multimercat

 18-25 febrer




---

### Fira amb *workshop* FINE a Valladolid

**02** *Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*

Enoturisme

 Multimercat

 13-14 març



---

### Organització "Benvinguts a pagès - La festa"

**02** *Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*



 Catalunya, Espanya

 Juny




---

### Taste of London

**02** *Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*



 Regne Unit

 14-18 juny

---

### Participació en el Festival Napa Valley

02

*Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*



Enoturisme



📍 Estats Units

📅 Juliol

---

### Workshop d'enogastronomia amb agències de viatges receptives de Barcelona

02

*Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*

📍 Multimercat

📅 Novembre



---

### Gastronòmic Forum Barcelona: impuls de Catalunya, Regió Mundial de la Gastronomia 2025

02

*Fem bullir l'olla per CRMG25*

📍 Catalunya

📅 4-6 novembre



---

## 3.3.2 Jornades empresarials amb experts

---

### 2a edició dels premis Bite i Mos

📍 Catalunya

📅 27 de maig

---

### 3.3.3 Trips

#### Fam trips de la fira FINE

02 Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques

Enoturisme



📍 Multimercat

📅 15-18 març



#### Press trip de gastronomia amb mitjans especialitzats

02 Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques

Experiències gastronòmiques



📍 Alemanya

📅 Segon trimestre



#### Press trip de Rutes del Vi de Catalunya

02 Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques

Enoturisme



📍 Estats Units

📅 Tercer trimestre



#### Fam trip Virtuoso Culinary

02 Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques



📍 Estats Units

📅 Tercer trimestre



---

### 3.3.4 Canal de vendes B2C

---

Conceptualització de la cistella de productes enogastronòmics del Grand Tour de Catalunya

**02** *Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*



Catalunya

Tot l'any

---

## 3.4 Màrqueting i comunicació promocional

### 3.4.1 Comunicació promocional

---

Gestió de les xarxes socials Som Gastronomia

**02** *Fem bullir l'olla per CRMG25*

Catalunya, Espanya

Tot l'any



Comàrqueting Winetourism.com

**02** *Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*

Enoturisme

Països nòrdics

Tot l'any



---

## 3.5 Desenvolupament i transformació de producte i servei

### 3.5.2 Auditories i comitè executiu

---

Visites a destinacions i a afiliats

Catalunya

Tot l'any



# Pla d'accions

## Turisme esportiu i golf

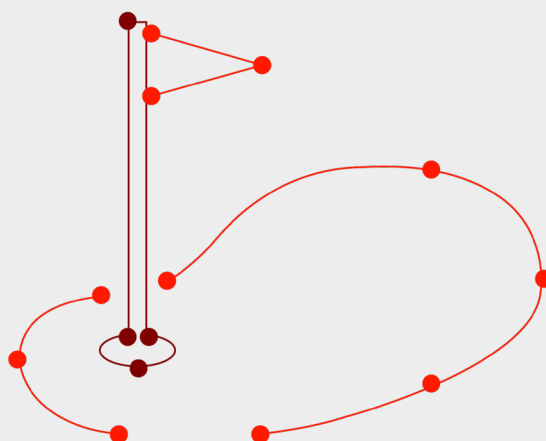
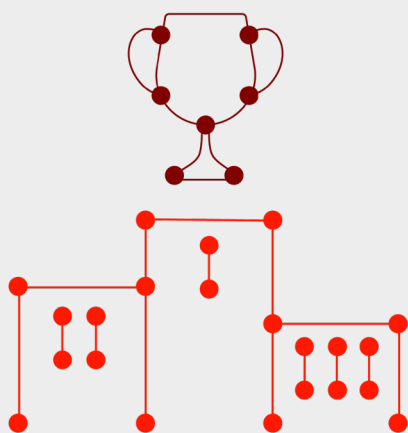
# 04

El Pla d'accions 2024 del programa Turisme esportiu i golf contindrà un fort desplegament d'accions vinculades amb el turisme nàutic, aprofitant que Catalunya acollirà la Copa Amèrica de vela des de finals d'agost i fins a mitjans d'octubre del 2024. Es duran a terme diverses accions promocionals a mercats estratègics com França, Itàlia, el Regne Unit i Irlanda, Suïssa, Alemanya, els Estats Units i Sud-amèrica.

Pel que fa al golf, el focus serà als països nòrdics, i també farem alguna acció encreuada amb *premium*, als Estats Units.

A més a més, al llarg de l'any, presentarem i implementarem el Pla de Turisme esportiu i golf que estableix les línies estratègiques a desplegar els propers 4 anys, per posicionar Catalunya com una destinació de turisme esportiu de referència mundial basada en 4 pilars: l'excel·lència en la prestació dels serveis, la qualitat de l'oferta turística i esportiva, l'aprofitament de l'avantatge competitiu climàtic i el desenvolupament d'un model de turisme esportiu sostenible.

Igualment, es presentarà la nova línia de treball Meetings & Sports, liderada pel Catalunya Convention Bureau.



## Llegenda

<b>Acció</b>	Publicació <i>Digues quin tipus de família sou i et diré què t'agrada</i>			
<b>Objectiu i projecte prioritari</b>	<b>O2</b> <i>Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques</i>		Actiu i aventura	Esportiu
<b>Productes relacionats</b>				
<b>Mercat</b>	Multimercat			
<b>Data</b>	Segon trimestre		S'adreça al sector català	Amb participació d'afiliats

Trobareu l'explicació de cada una de les icones dels *visitor persona* a la pàgina 17 d'aquest document.

## 1. Estratègia de programa

### 1.1 Pla de programa/producte

Desplegament de programa i parametrització i seguiment dels ICA

Catalunya

Tot l'any



Presentació del Pla de Turisme esportiu i golf

**O1** *Noves estratègies D de despesa*

Esportiu

Golf



Catalunya

Primer trimestre





## 1.2 Quotes d'associacions

Filiació IAGTO - International Association of Golf  
Touroperators

01

*Noves estratègies D de despesa*

Golf

 Multimercat

 Tot l'any



Filiació ISTAA - International Sport Travel  
Agencies Association

01

*Noves estratègies D de despesa*

Esportiu

 Multimercat

 Tot l'any



## 2. Màrqueting de producte

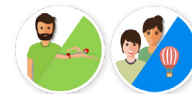
### 2.2 Campanyes de publicitat

Campanya de comunicació de Turisme nàutic

01

*Noves estratègies D de despesa*

Esportiu



Catalunya

Tot l'any



### Campanya de publicitat dels càmpings de Catalunya

01 *Noves estratègies D de despesa*



Benelux

Tercer trimestre



## 2.3 Continguts per a canals propis

### Estratègia de comunicació i pla de continguts

01 *Noves estratègies D de despesa*

Esportiu

Golf



Catalunya

Tot l'any

## 2.4 Continguts per a canals de tercers

### Continguts de turisme esportiu i golf

01 *Noves estratègies D de despesa*

Esportiu

Golf



 Catalunya

 Tot l'any



### 3. Cartera de Serveis

#### 3.1 Assessorament i networking

##### 3.1.1 Jornades tècniques amb afiliats als programes de l'ACT

Jornades, reunions i grups de treball

Esportiu

Golf



 Catalunya

 Tot l'any



#### 3.2 Coneixement

##### 3.2.1 Intel·ligència de mercat / Intel·litur CAT

Presentació del perfil cicloturista australià

01

*Noves estratègies D de despesa*

Cicloturisme

Esportiu



 Àsia-Pacífic

 Primer trimestre



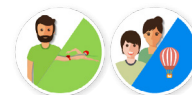
Presentació de l'estudi turisme nàutic a Itàlia

01

*Noves estratègies D de despesa*

Actiu aventura

Esportiu



 Itàlia

 Primer trimestre



---

### 3.2.4 Benchmarks

---

#### Benchmark a Mallorca

01


*Noves estratègies D de despesa*

Cicloturisme

Esportiu



 Espanya

 Segon trimestre



---

#### Turisme nàutic Euroregió Pirineus Mediterrània

03

*Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya*

Actiu aventura

Esportiu



 França

 Tot l'any

---

## 3.3 Comercialització i promoció

### 3.3.1 Esdeveniments B2B

---

#### Visites comercials a prescriptors

01

*Noves estratègies D de despesa*

Esportiu

Cicloturisme



Multimercat

Tot l'any

---

### Col·laboració Top 100 Experiences

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



Esportiu

Actiu aventura



Multimercat

Tot l'any

---

### Presentació Meetings & Sports

**01** *Noves estratègies D de despesa*

Esportiu



Països nòrdics

Primer trimestre

---

### Presentació *networking* B2B golf premium

**01** *Noves estratègies D de despesa*



Golf



Estats Units

Primer trimestre

---

---

### Presentacions de la Copa Amèrica de vela 2024 a Sao Paulo i Buenos Aires

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



Esportiu

Actiu aventura



📍 Amèrica del Sud

📅 Primer trimestre

---

### Fam trip equips Copa Amèrica

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



Esportiu

Actiu aventura



📍 Multimercat

📅 Primer trimestre

---

### Presentació Meetings & Sports

**01** *Noves estratègies D de despesa*

Esportiu



📍 Catalunya

📅 Febrer



---

### Presentació Copa Amèrica París

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



Esportiu

Actiu aventura



📍 Febrer/març

📅 França

---

---

### Presentació Copa Amèrica Zúric

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



Suïssa

22 de febrer

Esportiu

Actiu aventura



---

### Presentació de la Copa Amèrica Milà

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



Itàlia

12 de març

Esportiu

Actiu aventura



---

### Press trip Copa Amèrica

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



Multimercat

Segon trimestre

Esportiu

Actiu aventura



---

### Presentació Copa Amèrica Palerm

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



Itàlia

Segon trimestre

Esportiu

Actiu aventura



---

### Presentació Copa Amèrica Nova York

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



📍 Estats Units

📅 Segon trimestre

Esportiu

Actiu aventura



---

### Presentació Copa Amèrica Ginebra

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



📍 Suïssa

📅 Segon trimestre

Esportiu

Actiu aventura



---

### Presentació Copa Amèrica Dublín

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



📍 Irlanda

📅 Segon trimestre

Esportiu

Actiu aventura



---

### Presentació Copa Amèrica Sant Tropolz

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



📍 França

📅 Segon trimestre

Esportiu

Actiu aventura





---

### Workshop Sports & Events

01 *Noves estratègies D de despesa*

Esportiu



📍 Multimercat

📅 9-11 abril



---

### Teams Europe

01 *Noves estratègies D de despesa*

Esportiu

Cicloturisme



📍 Multimercat

📅 18-20 juny

---

### Espai Race Village Copa Amèrica

03 *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*

Esportiu

Actiu aventura



📍 Catalunya

📅 Agost-octubre

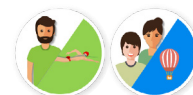
---

### Fam trip submarinisme en col·laboració amb Patronat de Turisme Costa Brava Pirineu de Girona

01 *Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya*

Esportiu

Actiu aventura



📍 Multimercat

📅 Octubre

---

### Suport Assemblea ISTAA - International Sport Travel Agencies Association

01

*Noves estratègies D de despesa*

Esportiu

 Multimercat

 Octubre




---

### IGTM - International Golf Travel Market

Golf

 Multimercat

 14-17 octubre



---

## 3.3.2 Esdeveniments B2C

---

### Col·laboració plataforma comercialitzadora Cycling Friendly

01

*Noves estratègies D de despesa*

Cicloturisme

Esportiu

 Espanya

 Tot l'any



---

### Promoció via NordicGolfers

01

*Noves estratègies D de despesa*

Golf

 Països nòrdics

 Tot l'any



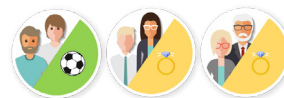
---

### Accions promocionals amb el Futbol Club Barcelona

Esportiu

 Multimercat

 Tot l'any



---

### Col·laboració app Cyclotourisme en Catalogne

Cicloturisme

Esportiu



 França

 Tot l'any



---

### Presentació *networking* B2C golf premium

01

*Noves estratègies D de despesa*

Golf



 Estats Units

 Primer trimestre




---

### CMT - Fahrrad und WanderReisen

Cicloturisme

Senderisme

 Alemanya

 13-15 gener



---


### Fira Free

Cicloturisme

Actiu aventura



 Alemanya

 14-18 febrer



---

### Copenhagen Bike Show



📍 Països nòrdics

📅 2-3 març

Cicloturisme



---

### Esdeveniment ciclista a Polònia

📍 Europa de l'Est

📅 Segon trimestre

Cicloturisme

Esportiu



---

### Feria del Cicloturismo



📍 Itàlia

📅 5-7 abril

Cicloturisme



---

### Esdeveniment Eschborn-Frankfurt der Radklassiker

📍 Alemanya

📅 1 maig

Cicloturisme

Esportiu



---

### Esdeveniment Rad Zürich Cycle Week

📍 Suïssa

📅 23-26 maig

Cicloturisme

Esportiu



---

### The National Cycling Show



📍 Regne Unit

📅 15-16 juny

Cicloturisme



---

### Esdeveniment Eurobike

📍 Alemanya

📅 3-7 juliol

Cicloturisme

Esportiu



---

### Esdeveniment Challenge Roth

📍 Alemanya

📅 7 juliol

Esportiu



---

### Esdeveniment Cycclassics Hamburg

📍 Alemanya

📅 20 agost

Cicloturisme

Esportiu



---

### Salone Nautico

03

*Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya*

Actiu aventura

Esportiu



📍 Itàlia

📅 14-20 setembre



---

### Esdeveniment de natació al Regne Unit

01

*Noves estratègies D de despesa*

Esportiu



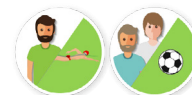
📍 Regne Unit

📅 Tercer trimestre

---

### Expo Marató

Esportiu



📍 Xina

📅 Desembre

---

## 3.3.3 Trips

---

### Fam trip estades d'entrenament de vela

03

*Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya*

Esportiu

Actiu aventura



📍 Països nòrdics

📅 Primer trimestre



---

### Press trip TV4 DK Golf Show

01

*Noves estratègies D de despesa*

Golf



📍 Països nòrdics

📅 Segon trimestre



---

### Press trip Podcast Bike

01 Noves estratègies D de despesa

Esportiu

Cicloturisme

Països nòrdics

Segon trimestre



---

### Press trip golf

01 Noves estratègies D de despesa

Golf

Països nòrdics

Segon trimestre



---

### Press trip ESPN Futbol Brasil

Esportiu

Amèrica del Sud

Segon trimestre



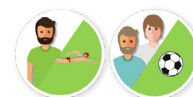
---

### Press trip influencer Brasil en col·laboració amb LaLiga

Esportiu

Amèrica del Sud

Segon trimestre



---

### Fam trip Stay Fit

01 Noves estratègies D de despesa

Esportiu

Regne Unit

Segon trimestre



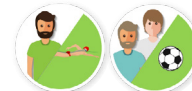
### Fam trip Val d'Aran by UTMB

01

*Noves estratègies D de despesa*

Esportiu

Actiu aventura



📍 Xina

📅 3-7 juliol

## 3.4 Màrqueting i comunicació promocional

### 3.4.1 Comunicació promocional

#### Comunicació en línia Blauwasser

03

*Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya*

Actiu aventura

Esportiu



📍 Alemanya

📅 Primer trimestre

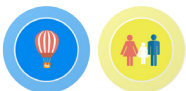
#### Continguts senderisme i cicloturisme a Komoot

01

*Noves estratègies D de despesa*

Cicloturisme

Senderisme



📍 Multimercat

📅 Tot l'any



#### Col·laboració amb la Federació Holandesa de Cicloturisme Esportiu - NTFU

01

*Noves estratègies D de despesa*

Cicloturisme

Esportiu



📍 Països Baixos

📅 Tot l'any





---

### Copa AFIA Catalunya

Esportiu

 Amèrica del sud

 24 maig - 1 juny

---

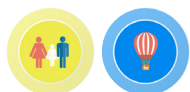
### Ajut a la producció *Al mar!* - “Rumb a la Copa Amèrica”, de SX3

01

*Noves estratègies D de despesa*

Actiu aventura

Esportiu



 Catalunya

 Tot l'any



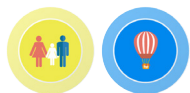
---

### Col·laboració en la Setmana Blava de la Federació Catalana de Vela

03

*Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya*

Esportiu



 Catalunya

 Tot l'any

---

# Pla d'accions

## Turisme familiar

# 05

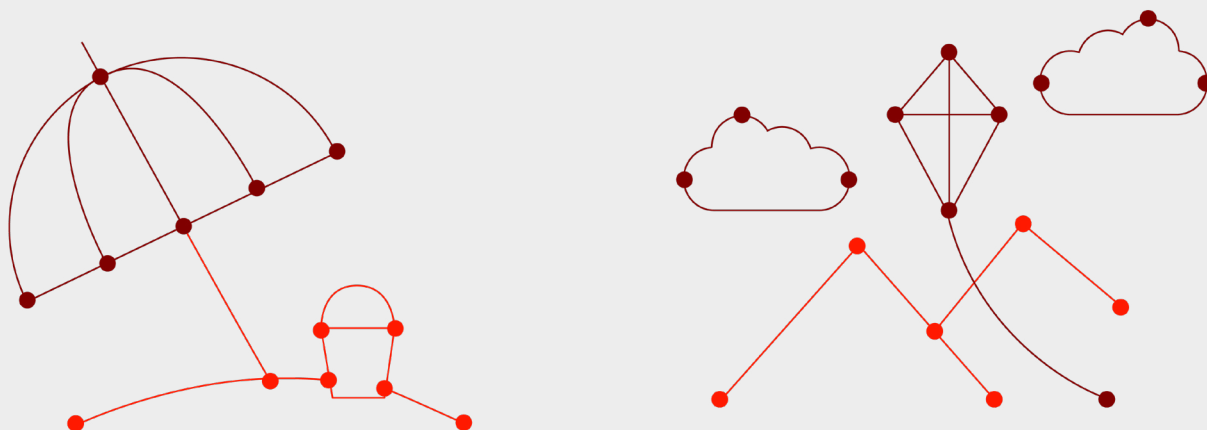
Durant el 2024 el programa de turisme familiar viurà la transformació que hem anat preparant i presentant al llarg del 2023 per poder assolir les actuacions marcades pel Pla de programa de Turisme familiar 2022-2026. Ens trobem just a l'equador de la implementació del pla, i executarem accions importants sobretot vinculades a l'àmbit de la governança seguint l'essència del projecte "Familiaritza't", que hem treballat durant el 2023. Alguns exemples seran la creació d'un comitè de programa, canvis en els requisits d'afiliació, fusió de les 3 marques actuals, creació de les noves destinacions Hola Família!, plans de captació d'afiliats, estudis i transferència de coneixement per millorar l'adaptació de l'oferta turística al públic familiar.

Des d'un punt de vista promocional, cal destacar que es desenvoluparan moltes accions de turisme familiar en el projecte prioritari de l'ACT "Incrementar el consum d'experiències fora de temporada i 4D per part dels visitants de mercats llunyans i incrementar els ingressos per turisme dels mercats de proximitat". En aquest sentit, els nous continguts, les campanyes de publicitat, els acords de comàrqueting, les presentacions, els *blog trips* o els tallers de desestacionalització que farem tindran com a objectiu desestacionalitzar i incrementar la despesa del segment familiar en els mercats prioritaris.

La presència d'accions de promoció del turisme familiar també serà nombrosa en els altres projectes prioritaris de l'ACT.

En línia amb el projecte "Posicionar l'enogastronomia com un dels tres primers elements identificadors de la destinació turística Catalunya", participarem en la comunicació de la nova guia de turisme familiar i gastronomia i en la campanya, les accions i els esdeveniments vinculats al "Benvinguts a pagès".

Finalment, s'han de destacar les accions que durem a terme enfocades al segment familiar dins dels projectes "Posicionar Catalunya com a destinació de turisme nàutic" i "Posicionar el gaudi responsable dels espais naturals per part dels visitants". A través de la creació de producte específic, també hi haurà les campanyes segmentades de publicitat, els *blog trips* i la renovació d'inversió en produccions audiovisuals.



## Llegenda

<b>Acció</b>	Publicació <i>Digues quin tipus de família sou i et diré què t'agrada</i>			
<b>Objectiu i projecte prioritari</b>	 <i>Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques</i>		<b>Actiu i aventura</b>	<b>Esportiu</b>
<b>Productes relacionats</b>	  	     		<b>Especialització</b>
<b>Mercat</b>	 Multimercat			<b>Visitor persona</b>
<b>Data</b>	 Segon trimestre		<b>S'adreça al sector català</b>	  <b>Amb participació d'afiliats</b>

Trobareu l'explicació de cada una de les icones dels *visitor persona* a la pàgina 17 d'aquest document.

## 1. Estratègia de programa

### 1.1 Pla de programa/producte

Memòria d'accions específica del programa any anterior

 Multimercat

 Primer trimestre



Desplegament de programa i parametrització i seguiment dels ICA



 Catalunya

 Tot l'any



Pla de captació d'afiliats per al programa

 Catalunya

 Tot l'any



## 1.2 Quotes d'associacions

Filiació Kidscluster

 Catalunya

 Tot l'any




## 2. Màrqueting de producte

### 2.1 Publicacions, vídeos i fotografies

Publicació *Digues quin tipus de família sou i et diré què t'agrada*



 Multimercat

 Segon trimestre




Catàleg en línia de "Benvinguts a pagès tot l'any"

02

*Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*



 Multimercat

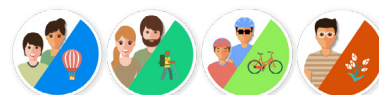
 Quart trimestre



## 2.2 Campanyes de publicitat

Campanya promocional de la guia *Outdoor en família* en col.laboració amb la revista *Oxígeno*

01 *Noves estratègies D de despesa*



📍 Espanya

📅 Segon trimestre



Campanya de publicitat Càmpings de Catalunya

01 *Noves estratègies D de despesa*



📍 Benelux

📅 Tercer trimestre



Campanya "Els racons secrets de Catalunya", amb Unai Canela

05 *Ecoturisme slow*



Ecoturisme

Neu



📍 Catalunya, Espanya

📅 Tercer trimestre



Campanya de comàrqueting amb operador turístic

01 *Noves estratègies D de despesa*



📍 Catalunya, Espanya

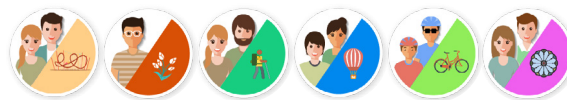
📅 Tercer trimestre



---

### Campanya de comàrqueting amb cadena de supermercats

01 *Noves estratègies D de despesa*



📍 Regne Unit, Irlanda

📅 Quart trimestre



---

### Campanya "Gaudeix dels espais naturals"

05 *Fent pinya amb els espais naturals*



Ecoturisme



📍 Espanya, França

📅 Tot l'any



---

### Campanya de comunicació de Turisme nàutic

03 *Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya*



📍 Catalunya

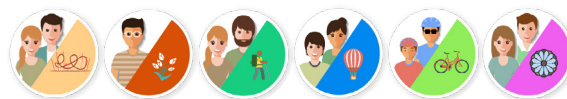
📅 Tot l'any



---

### Campanya de publicitat "Catalunya hora vall" a mercats prioritaris

01 *Noves estratègies D de despesa*



📍 Catalunya, Espanya, França, Regne Unit, Irlanda

📅 Tot l'any



---

### Campanya de publicitat "Benvinguts a pagès - La festa i tot l'any"

**02** *Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*



Catalunya, Espanya, Estats Units

Tot l'any



---

## 2.3 Continguts per a canals propis

### Propostes familiars, de l'escapada a les vacances

**01** *Noves estratègies D de despesa*



Multimercat

Tercer trimestre



---

## 2.4 Continguts per a canals de tercers

### Continguts campanya de publicitat "Hora vall"

**01** *Noves estratègies D de despesa*



Catalunya, Espanya, França, Regne Unit, Irlanda

Tot l'any



## 3. Cartera de Serveis

### 3.1 Assessorament i *networking*

#### 3.1.2 Jornades de *networking* entre empreses del sector

Tallers de desestacionalització turística (pretemporada i posttemporada)

01

*Noves estratègies D de despesa*

 Catalunya

 Primer trimestre



### 3.2 Coneixement

#### 3.2.1 Intel·ligència de mercat / Intel·litur CAT

Presentació dels hàbits turístics de les famílies mil·lennistes franceses

 França

 Primer trimestre



Estudi de *benchmarking*: visites a explotacions agroalimentàries. Bones pràctiques i casos d'èxit

02

*Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*



 Multimercat

 Primer trimestre



Avaluació de la notorietat de Catalunya com a destinació de turisme familiar a mercats prioritaris

 Multimercat

 Tercer trimestre





---

Anàlisi de la reputació en línia dels afiliats al programa de turisme familiar

 Multimercat

 Tercer trimestre



---

### 3.2.2 Jornades i conferències empresarials amb experts

---

Comunicació de la *Guia de bones pràctiques de turisme familiar i gastronomia*

**02**

*Fem bullir l'olla per CRMG25*

 Catalunya

 Primer trimestre



Pla de contingència destinacions Hola Família!, Mentories i acompanyaments


 Catalunya

 Tercer trimestre



Kid's Innovation Fest i sessions professionals amb Kidscluster


 Catalunya

 Quart trimestre



Presentació de la notorietat de Catalunya com a destinació de turisme familiar a mercats prioritaris


 Catalunya

 Quart trimestre



Presentació de la reputació en línia dels afiliats al programa de turisme familiar

 Catalunya

 Quart trimestre




---

### 3.2.3 #formacióturismecat

---

Introducció al màrqueting digital enfocat al turisme familiar


 Catalunya

 Primer trimestre



El turisme familiar: acollida i serveis

 Catalunya

 Primer trimestre



La seguretat en àrees d'oci aquàtic d'establiments i destinacions turístiques

 Catalunya

 Primer trimestre



---

### 3.2.4 Benchmarks

---

*Benchmark* internacional bones pràctiques espais naturals


05

*Fent pinya amb els espais naturals*

Ecoturisme



 Catalunya

 Segon trimestre



---

## 3.3 Comercialització i promoció

### 3.3.1 Esdeveniments B2B


---

Travel Bulletin Showcase Family Holidays

01

*Noves estratègies D de despesa*

 Regne Unit

 Segon trimestre



---

### Organització de “Benvinguts a pagès - La festa”

**02** *Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*



Catalunya, Espanya

Octubre



---

### Presentació Liverpool

**01** *Noves estratègies D de despesa*



Regne Unit

Quart trimestre



---

### Workshop Polònia i Europa de l'Est



Europa de l'Est

Quart trimestre

---

## 3.3.3 Trips

---

### Blog trip Familienurlaub primavera

**01** *Noves estratègies D de despesa*

Actiu aventura    Senderisme



Alemanya

Primer trimestre



---

### Blog trip familiar ecoturisme

05

*Ecoturisme slow*

Ecoturisme



Benelux

Segon trimestre



---

### Blog trip familiar nàutic

03

*Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya*

Actiu aventura



Benelux

Segon trimestre



---

## 3.4 Màrqueting i comunicació promocional

### 3.4.1 Comunicació promocional

---

#### Col·laboració en la Setmana Blava de la Federació Catalana de Vela

03

*Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya*

Esportiu



Catalunya

Segon trimestre

---

#### Ideació projecte "Guardabosc als espais naturals"

05

*Fent pinya amb els espais naturals*

Ecoturisme



Catalunya

Segon trimestre

---

### Comunicació promocional de Ciutats, Pobles i Viles

Ciutats i viles amb caràcter

05

Connexió resident a través del turisme cultural

Pobles amb encant



Catalunya

Segon trimestre

---

### Continguts especial per a famílies amb adolescents a Komoot

01

Noves estratègies D de despesa



Multimercat

Tercer trimestre



---

### Branding de destinacions familiars Hola Família!

Multimercat

Quart trimestre

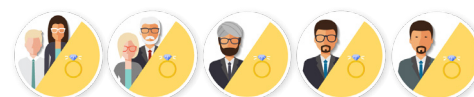


---

### Identificació d'experiències familiars premium

01

Noves estratègies D de despesa



Multimercat

Quart trimestre



---

### Difusió de continguts de senderisme i cicloturisme a Komoot

01

Noves estratègies D de despesa



Multimercat

Quart trimestre



---

### Ajut a la producció *Al mar!* - “Rumb a la Copa Amèrica”, de SX3

**03** *Millora de la competitivitat del turisme nàutic a Catalunya*



Catalunya

Tot l'any



---

### Ajut a la producció *Lara i Kali*, de SX3

**05** *Ecoturisme slow*



Catalunya

Tot l'any



---

### Newsletter *Familynews*, adreçada als afiliats al programa

Catalunya

Tot l'any



---

### Comunicació a canals propis de mercats prioritaris



Catalunya, Espanya, França, Benelux, Itàlia

Tot l'any



---

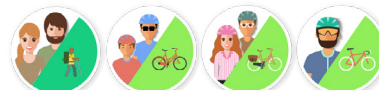
### Difusió de les Top Rutes a canals propis

**01** *Noves estratègies D de despesa*



Actiu aventura

Esportiu



Multimercat

Tot l'any



---

## 3.5 Desenvolupament i transformació de producte i servei

### 3.5.2 Auditories i comitè executiu

---

Verificació del compliment dels requisits d'afiliacions

 Catalunya

 Tot l'any



---

Visites a destinacions i a afiliats

 Catalunya

 Tot l'any



# Pla d'accions

## Turisme *premium*

# 06

El Pla d'accions per al 2024 se centra a continuar desplegant el Pla del programa de Turisme *premium*, que esdevé el full de ruta per al sector i per a la mateixa ACT.

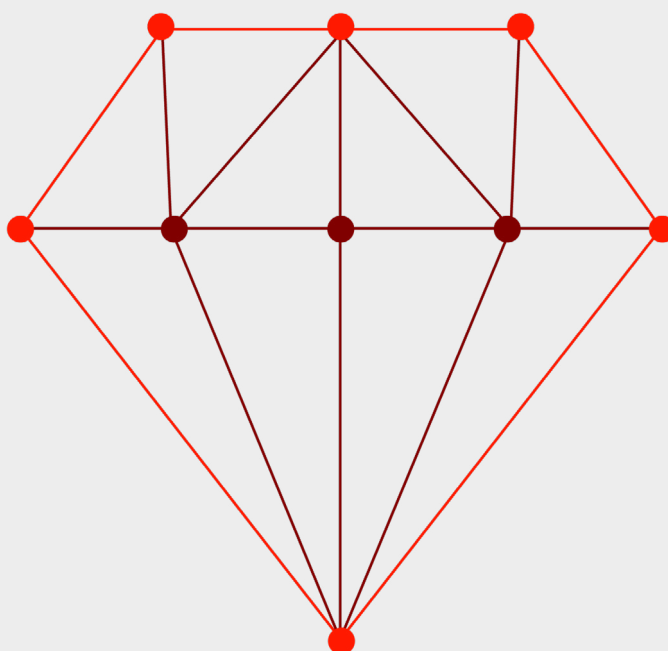
El luxe de la destinació Catalunya es basa, principalment, en experiències autèntiques, úniques, locals i exclusives, que fan que la nostra oferta es diferenciï de la d'altres destinacions que poden ser competència.

En l'àmbit de l'estratègia desplegarem accions enfocades a acompanyar els afiliats en la comercialització i executarem un Pla d'accions centrat en una promoció internacional d'una manera més nínxol, tant per mercats com per tipologia.

L'acció més important d'enguany, torna a ser Connections Luxury, que tindrà lloc a la Costa Brava a l'abril i que aplegarà més de 220 participants de tot el món del segment del luxe. Serà una gran acció de promoció en què es donarà a conèixer la destinació amb experiències locals i exclusives, tant en les jornades de *workshop* com en els quatre *fam trips* que es faran pel territori.

S'han dissenyat les accions d'acord amb els *visitor persona* concrets dels mercats prioritaris següents: Europa, l'Orient Mitjà, els Estats Units, Sud-amèrica i Àsia-Pacífic. Totes estan centrades en l'objectiu estratègic 1 de l'ACT per al 2024.

Us animem a participar activament en les accions proposades perquè, junts, arribem més lluny!





## Llegenda

<b>Acció</b>	Publicació <i>Digues quin tipus de família sou i et diré què t'agrada</i>				
<b>Objectiu i projecte prioritari</b>	<b>O2</b> <i>Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques</i>			Actiu i aventura	Esportiu
<b>Productes relacionats</b>					
<b>Mercat</b>	 Multimercat				
<b>Data</b>	 Segon trimestre			S'adreça al sector català 	Amb participació d'afiliats 

Trobareu l'explicació de cada una de les icones dels *visitor persona* a la pàgina 17 d'aquest document.

## 1. Estratègia de programa

### 1.1 Pla de programa/producte

Desplegament de programa i parametrització i seguiment dels ICA

 Catalunya

 Tot l'any



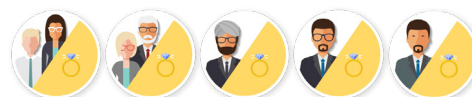
### 1.2 Quotes d'associacions

Filiació de Connections

**O1** *Premium i 4D pels mercats de llarga distància*

 Multimercat

 Tot l'any



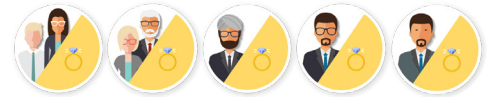
---

### Filiació de Serendipians by Traveller Made

**01** Premium i 4D per als mercats de llarga distància

 Multimercat

 Tot l'any



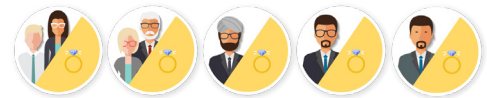
---

### Filiació de Luxury Spain

**01** Premium i 4D per als mercats de llarga distància

 Multimercat

 Tot l'any



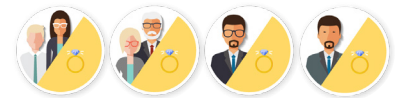
---

### Filiació de Virtuoso

**01** Premium i 4D per als mercats de llarga distància

 Multimercat

 Tot l'any



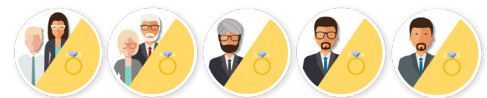
---

### Filiació de Spain is Excellence

**01** Premium i 4D per als mercats de llarga distància

 Multimercat

 Tot l'any



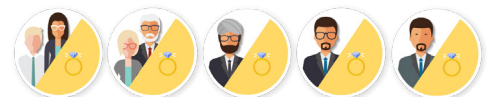
---

### Filiació de Signature

**01** Premium i 4D per als mercats de llarga distància

 Estats Units

 Tot l'any



## 2. Màrqueting de producte

### 2.2 Campanyes de publicitat

#### Continguts del programa Turisme *premium*

01

*Premium i 4D pels mercats de llarga distància*

📍 Multimercat

📅 Segon trimestre



#### Campanya de comunicació d'experiències enogastronòmiques *premium*

02

*Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*



📍 Estats Units

📅 Segon trimestre

#### Campanya en els mitjans de Serandipians

01

*Premium i 4D per als mercats de llarga distància*

📍 Multimercat

📅 Tot l'any



## 3. Cartera de Serveis

### 3.1 Assessorament i networking

#### 3.1.1 Jornades tècniques amb afiliats als programes de l'ACT

Trobada entre afiliats de Catalunya premium i Barcelona Medical Destination

01

*Noves estratègies D de despesa*



Catalunya

Segon trimestre



II Catalunya Virtuoso Day

01

*Noves estratègies D de despesa*

Catalunya

Segon trimestre



### 3.2 Coneixement

#### 3.2.1 Intel·ligència de mercat / Intel·litur CAT

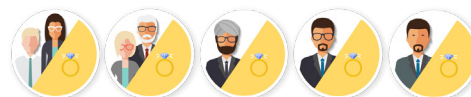
Enquesta de valoració del retorn de Connections

01

*Premium i 4D per als mercats de llarga distància*

Multimercat

Primer trimestre



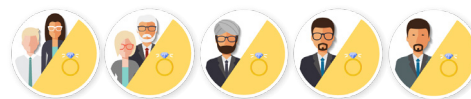
Estudi previ i posterior dels webs d'agents de viatges de Connections

01

*Premium i 4D per als mercats de llarga distància*

Catalunya

Tercer trimestre



### 3.3.1 Esdeveniments B2B

#### Col·laboració Top 100 Experiences

**01** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



Multimercat

Tot l'any

Esportiu

Actiu aventura

Enogastronomia

Cultura



#### Presentació networking B2B golf premium

**01** *Noves estratègies D de despesa*



Estats Units

Primer trimestre

Golf



#### Presentacions de la Copa Amèrica de vela 2024 a Sao Paulo i Buenos Aires

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



Amèrica del Sud

Primer trimestre

Esportiu

Actiu aventura



#### Fam trip equips Copa Amèrica

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



Multimercat

Primer trimestre

Esportiu

Actiu aventura



---

### Presentació Copa Amèrica Palerm

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



📍 Itàlia

📅 Segon trimestre

Esportiu

Actiu aventura



---

### Presentació Copa Amèrica Nova York

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



📍 Estats Units

📅 Segon trimestre

Esportiu

Actiu aventura



---

### Presentació Copa Amèrica Ginebra

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



📍 Suïssa

📅 Segon trimestre

Esportiu

Actiu aventura



---

### Presentació Copa Amèrica Dublín

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



📍 Irlanda

📅 Segon trimestre

Esportiu

Actiu aventura



---

### Presentació Copa Amèrica Sant Tropez

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



Esportiu

Actiu aventura



França

Segon trimestre

---

### Workshop SIE París

**01** *Noves estratègies D de despesa*

França

18 de gener



---

### Presentació de Costa Brava a Barcelona amb agències receptives premium

**01** *Premium i 4D per als mercats de llarga distància*



Catalunya, Espanya

15 de febrer



---

### Presentació Copa Amèrica Zúric

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



Esportiu

Actiu aventura



Suïssa

22 de febrer

---

### Missió comercial Brasil - Spain is Excellence

**01** *Premium i 4D pels mercats de llarga distància*

Brasil

26-27 febrer




---

### Connections Oman

**01** Premium i 4D per als mercats de llarga distància

 Orient Mitjà

 25-28 febrer



---

### Presentació Copa Amèrica París

**03** Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024



 Febrer/març

 França

Esportiu

Actiu aventura



---

### Presentació de la Copa Amèrica Milà

**03** Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024



 Itàlia

 12 de març

Esportiu

Actiu aventura



---

### Visites comercials EUA

**01** Premium i 4D per als mercats de llarga distància



 Estats Units

 Març, maig, setembre i octubre



---

### Luxury Spain Berlín

**01** Premium i 4D per als mercats de llarga distància

 Multimercat

 8 de març

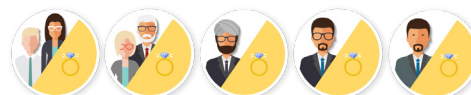




---

### The Essence of Luxury Travel

**01** Premium i 4D per als mercats de llarga distància



Multimercat

18-22 març

---

### Connections Catalunya

**01** Premium i 4D per als mercats de llarga distància



Multimercat

21-24 abril

---

### Jornades Orient Mitjà - OET

**01** Premium i 4D pels mercats de llarga distància

Orient Mitjà

Maig



---

### Fira ILTM Asia Pacific

**01** Premium i 4D pels mercats de llarga distància



Àsia-Pacífic

1-4 juliol



---

### Dinar Virtuoso Travel Week

**01** Premium i 4D per als mercats de llarga distància



Estats Units, Canadà

11 d'agost



---

### Fira ILTM Nord-amèrica

**01** Premium i 4D per als mercats de llarga distància



Estats Units

23-26 setembre



---

### Virtuoso On Tour Londres

**01** Noves estratègies D de despesa

Regne Unit, Alemanya, França, Benelux,  
països nòrdics

8 de novembre



---

### Luxury Spain Londres

**01** Premium i 4D per als mercats de llarga distància



Multimercat

8 de novembre

---

### Connections Estats Units

**01** Premium i 4D per als mercats de llarga distància

Estats Units

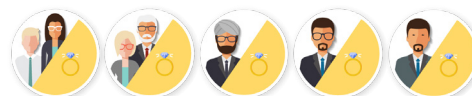
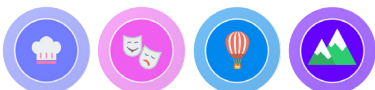
10-13 novembre



---

### Fira ILTM Cannes i fam trip posterior

**01** Noves estratègies D de despesa



Multimercat

4-7 desembre

---

### Sopar Club Alma Sensei Madrid

01

*Noves estratègies D de despesa*



📍 Espanya

📅 Per determinar

---

### 3.3.3 Trips

---

#### Visites comercials i *fam trips* a agències de viatges espanyoles

01

*Premium i 4D per als mercats de llarga distància*

📍 Espanya

📅 Primer trimestre



---

#### *Fam trips* de consolidació de mercats de l'Orient Mitjà

01

*Premium i 4D per als mercats de llarga distància*

📍 Orient Mitjà

📅 9-13 gener

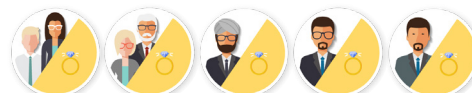


---

#### *Fam trips* Connections Catalunya

01

*Premium i 4D per als mercats de llarga distància*



📍 Multimercat

📅 27-30 abril

---

## 3.4 Màrqueting i comunicació promocional

### 3.4.1 Comunicació promocional

---

Identificació d'experiències familiars *premium*

01

*Noves estratègies D de despesa*



📍 Alemanya

📅 7 de març

---

Participació a la comunitat Virtuoso Culinary

01

*Noves estratègies D de despesa*

📍 Regne Unit

📅 7 de novembre

---



---

## 3.5 Desenvolupament i transformació de producte i servei

### 3.5.2 Auditories i comitè executiu

---

Visites a destinacions i afiliats

01

*Noves estratègies D de despesa*



📍 Catalunya

📅 Tot l'any



Reunions del comitè d'experts

02

*Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*

📍 Catalunya, Espanya

📅 2 a l'any

---

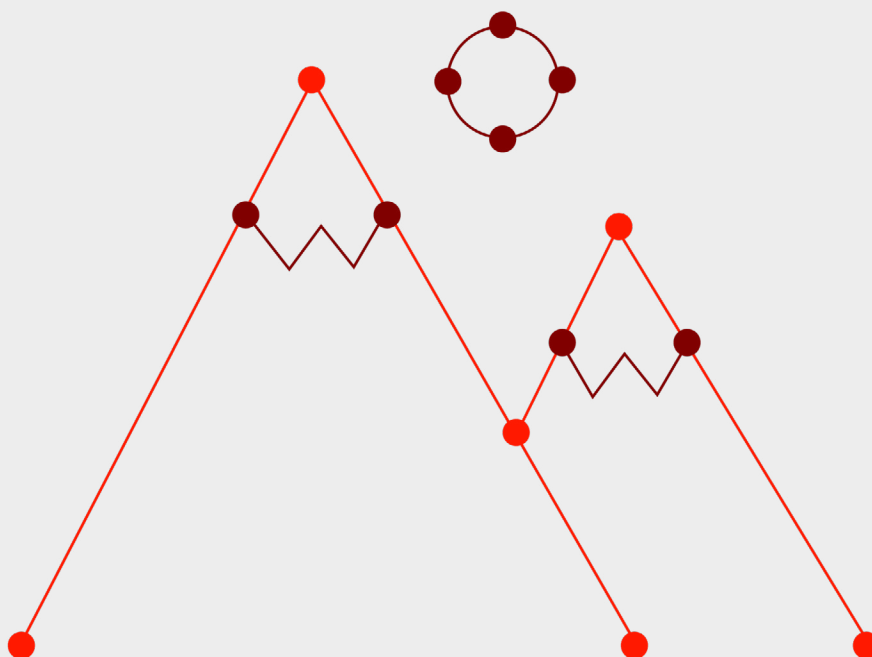


El programa Pirineus impulsa la marca turística Pirineus de Catalunya, i posa en valor tota la diversitat de l'oferta turística d'aquest territori. L'objectiu és consolidar les 11 comarques del Pirineu català com a destinació turística única i transversal en els mercats emissors nacional i internacional mitjançant una promoció específica i amb l'objectiu de desestacionalitzar la demanda a través d'un pla anual d'accions de promoció.

Aquest 2024 el programa Pirineus vertebrava el seu Pla d'accions en 3 objectius principals:

- Incrementar la visibilitat de la destinació, per posar la destinació Pirineus de Catalunya a la ment del turista potencial.
- Donar visibilitat a l'oferta per captar el turista potencial, i convertir-lo en turista real de la destinació.
- Augmentar el sentiment de pertinença a la marca amb accions de cohesió i xarxa entre els actors principals del sector turístic del territori, donat que el treball conjunt és el que pot ajudar més a incrementar la competitivitat de la destinació i diferenciar-la d'altres destinacions competidores.

El programa Pirineus és fruit d'un conveni de col·laboració entre l'Agència Catalana de Turisme, l'Institut per al Desenvolupament i la Promoció de l'Alt Pirineu i Aran (IDAPA), els patronats de turisme de la Diputació de Lleida, Costa Brava Girona, Diputació de Barcelona, el Consell General d'Aran i Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya.



## Llegenda

<b>Acció</b>	Publicació <i>Digues quin tipus de família sou i et diré què t'agrada</i>		
<b>Objectiu i projecte prioritari</b>	<b>O2</b> <i>Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques</i>	Actiu i aventura	Esportiu
<b>Productes relacionats</b>			<b>Especialització</b>
<b>Mercat</b>	Multimercat		<b>Visitor persona</b>
<b>Data</b>	Segon trimestre	<b>S'adreça al sector català</b>	<b>Amb participació d'afiliats</b>

Trobareu l'explicació de cada una de les icones dels *visitor persona* a la pàgina 17 d'aquest document.

## 1. Estratègia de programa

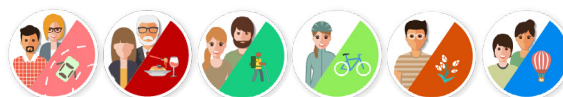
### 1.1 Pla de programa/producte

Pla estratègic de la marca Pirineus

**O1**



Multiproducte



Alemanya, Benelux, Espanya, França, Regne Unit

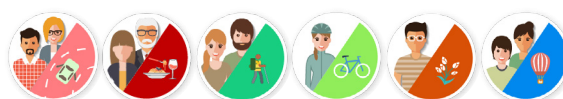
Tot l'any

## 2. Màrqueting de producte

### 2.3 Continguts per a canals propis

Canals en línia Visit Pirineus

01



Multiproducte

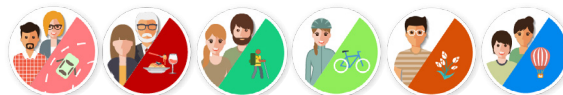
📍 Alemanya, Benelux, Espanya, França, Regne Unit

📅 Tot l'any

### 2.4 Campanyes de publicitat

Campanya de publicitat

01



Multiproducte

📍 Alemanya, Benelux, Espanya, França, Regne Unit

📅 Tot l'any

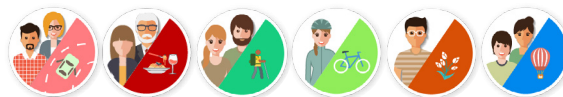
## 3. Cartera de Serveis

### 3.1 Assessorament i *networking*

#### 3.1.1 Jornades tècniques amb afiliats als programes de l'ACT

Jornada Interpirineus i reunions a territori

01



Multiproducte

📍 Alemanya, Benelux, Espanya, França, Regne Unit

📅 Tot l'any

---

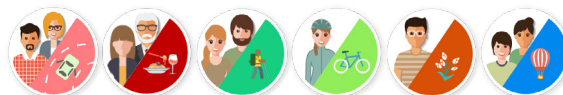
### Projecte europeu ENJOYPYR

01



📍 Multimercat

📅 Tot l'any



Multiproducte

---

### Projecte europeu PITON

01



📍 Multimercat

📅 Tot l'any



Multiproducte

---

## 3.3 Comercialització i promoció

### 3.3.1 Esdeveniments B2B

---

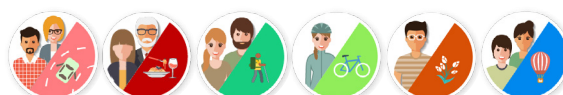
#### Presentacions a mercat

01



📍 Alemanya, Benelux, Espanya, França, Regne Unit

📅 Tot l'any



Multiproducte

---

### 3.3.2 Esdeveniments B2C

---

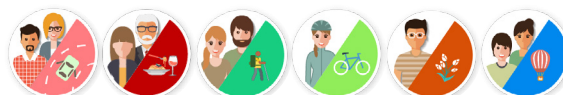
#### FITUR i fires especialitzades

01



📍 Multimercat

📅 Tot l'any



Multiproducte



---

### 3.3.3 Trips

---

#### Trips individualitzats

01



📍 Alemanya, Benelux, Espanya, França, Regne Unit

📅 Tot l'any

---

# Pla d'accions

## Grand Tour de Catalunya

# 08

Durant el 2023 s'ha fet un pas important en la comercialització del Grand Tour de Catalunya. Estem treballant amb 19 agències de viatges catalanes que tenen programes específics d'aquest producte entre la seva cartera de viatges i rutes.

Durant el 2024 volem continuar treballant amb aquestes agències i donar un impuls a la cerca de comercialitzadors a escala europea. De fet, un dels projectes estratègics de l'ACT és l'1.4 "Comercialització del Grand Tour de Catalunya com a experiència sostenible".

També ens centrarem en la conceptualització, comunicació i promoció de la nova ruta enogastronòmica "Tasta el Grand Tour de Catalunya" per descobrir Catalunya a través del paladar seguint l'itinerari del Grand Tour.

Tot això, un any més, anirà acompanyat d'una important campanya de publicitat als mercats prioritars, on comunicarem la ruta prioritzant les necessitats o el *visitor persona* seleccionat a cada mercat. Durant el 2024 també volem centrar-nos en la cerca de nous segments, com el sènior o circuits.

Continuem apostant per una promoció en línia on la web és la gran protagonista, però no ens oblidem, tampoc, de les eines amb què hem treballat en els darrers anys, com les xarxes socials, els *influencers*, les llistes musicals, el planificador i, sobretot, els pòdcasts, ja que durant el 2024 n'editarem de nous amb continguts nous i més idiomes.



## Llegenda

<b>Acció</b>	Publicació <i>Digues quin tipus de família sou i et diré què t'agrada</i>			
<b>Objectiu i projecte prioritari</b>	<b>O2</b> <i>Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques</i>		Actiu i aventura	Esportiu
<b>Productes relacionats</b>				
<b>Mercat</b>				
<b>Data</b>				
			<b>S'adreça al sector català</b>	
				<b>Amb participació d'afiliats</b>

Trobareu l'explicació de cada una de les icones dels *visitor persona* a la pàgina 17 d'aquest document.

# 1. Estratègia de programa

## 1.1 Pla de programa/producte

Desenvolupament de nous segments: circuits, sènior i mototurisme

**O1** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*



Projecte de digitalització: prova pilot *blockchain*

**O1** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*



Elaboració del Pla de producte



## 2. Màrqueting de producte

### 2.1 Publicacions, vídeos i fotografies

Desenvolupament d'experiència immersiva del Grand Tour de Catalunya per la Copa Amèrica

**03** *Aprofitament turístic de la Copa Amèrica 2024*



Multimercat

Tercer trimestre

### 2.2 Campanyes de publicitat

Campanya de publicitat B2B i B2C als mercats prioritaris

**01** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*

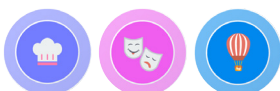


Espanya, França, Benelux, Regne Unit, DACH  
(Alemanya, Àustria, Suïssa)

Tot l'any

Campanya de publicitat en els canals propis del Catalunya Experience

**01** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*



Catalunya, Espanya

Tot l'any

---

### Campanya de comàrqueting B2B amb les agències comercialitzadores

**01** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*



Multimercat

Tot l'any



---

### Campanya de publicitat per promocionar el curtmetratge del Grand Tour de Catalunya

**01** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*



Multimercat

Tot l'any

---

## 2.3 Continguts per a canals propis

Actualització de les eines de comunicació i difusió: web, manual de la marca, comercialització i comunicació, banc d'imatges i vídeos

**01** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*

Catalunya

Tot l'any



---

### Creació de la ruta d'enogastronomia "Tasta el Grand Tour de Catalunya"

**02** *Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*



Catalunya

Primer trimestre



---

### Traducció de la web al neerlandès i l'italià

**01** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*

 Benelux, Itàlia

 Primer trimestre



---

## 2.4 Continguts per a canals de tercers

Desenvolupament de nous continguts per a la campanya de publicitat i per a comunicacions i presentacions del producte

**01** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*

 Multimercat

 Tot l'any



Monogràfic exclusiu al *Corriere della Sera*

**01** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*

 Itàlia

 Tercer trimestre



## 3. Cartera de Serveis


### 3.1 Assessorament i *networking*

#### 3.1.1 Jornades tècniques amb afiliats als programes de l'ACT

Grand Tour de Catalunya DAY

**01** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*

 Catalunya

 18-19 març



---

### Workshop entre agències de viatges, oficines de turisme i experiències

01

*Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*

 Catalunya

 19 de març



---

### Jornades quinzenals del grup de treball

01

*Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*

 Catalunya

 Tot l'any



---

### Presentació a les oficines de turisme

01

*Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*

 Catalunya

 Tot l'any



---

### Jornades professionals amb les empreses que ofereixen les experiències

01

*Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*

 Catalunya

 Tot l'any



---

### Jornades professionals amb els comercialitzadors

01

*Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*

 Catalunya

 Tot l'any



---

## 3.2 Coneixement

### 3.2.1 Intel·ligència de mercat / Intel·litur CAT

---

Impuls a la comercialització: cerca de nous comercialitzadors catalans especialitzats en enogastronomia

**02** *Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*



 Catalunya

 Tot l'any



---


### 3.2.4 Benchmarks

---

Benchmark a Suïssa

**01** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*

 Suïssa

 Segon trimestre



---

## 3.3 Comercialització i promoció

### 3.3.1 Esdeveniments B2B

---

Presentacions B2B als mercats prioritaris

**01** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*



 Espanya, França, Benelux, Regne Unit, Alemanya

 Tot l'any

---



---

## Conceptualització de la cistella de productes enogastronòmics

**02** *Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*



Catalunya

Tot l'any

---

## Impuls a la comercialització: visites comercials a agències de viatges emissores dels mercats prioritaris

**01** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*

Espanya, França, Benelux, Regne Unit, Alemanya

Tot l'any

---



## Workshop B2B Travel Perfect Services

**01** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*

Multimercat

11-14 març



---

## Presentació de la nova ruta "Tasta el Grand Tour de Catalunya"

**02** *Posada al mercat d'experiències enogastronòmiques*



Catalunya, Espanya, Regne Unit

Segon trimestre

---

## Presentació i *fam trip* Be Travel Congress: trobada anual AV belgues

Benelux

18-21 abril



---


### 3.3.2 Esdeveniments B2C

---

Promoció amb l'associació campista-caravanista Deutscher Camping Club

**01** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*

 Alemanya

 Quart trimestre



---

### 3.3.3 Trips

---

*Fam trips* individuals segons l'interès dels mercats prioritaris

**01** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*



 Multimercat

 Tot l'any



*Press trips* i *blog trips* individuals segons l'interès dels mercats prioritaris

**01** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*



 Multimercat

 Tot l'any




Gimcana amb *influencers*

**01** *Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*



 Mercat italià

 Segon trimestre

---

---

## 3.5 Desenvolupament i transformació de producte i servei

### 3.5.2 Auditories i comitè executiu

---

Verificació del compliment dels requisits de les experiències i de les agències de viatges

01

*Grand Tour de Catalunya, experiència sostenible*



 Catalunya

 Tot l'any



# Pla d'accions

## Barcelona Medical Destination

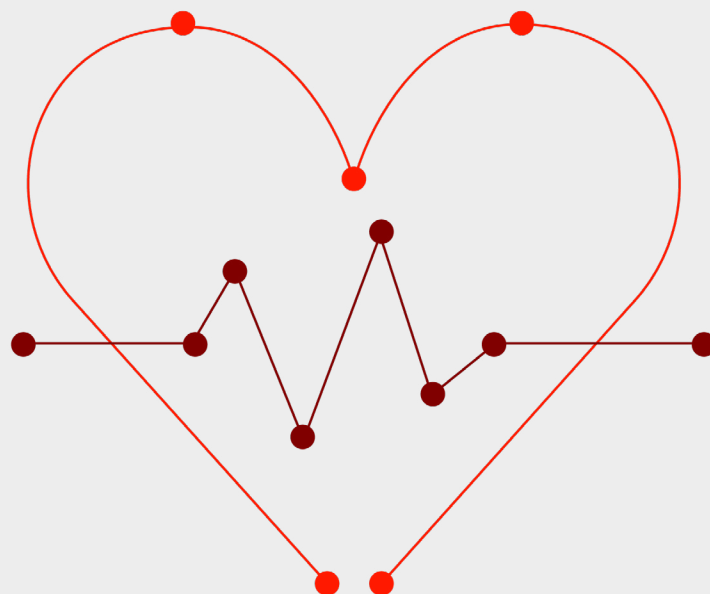
# 09

La marca Barcelona Medical Destination (BMD) se centra en els objectius de màrqueting, promoció i posicionament de Catalunya com a destinació de turisme mèdic d'alt valor afegit, i es basa en l'excel·lència i l'alta complexitat de l'oferta del nostre país, en particular, de la ciutat de Barcelona.

El comitè de BMD, format per les dues associacions mèdiques de Catalunya (BCM i BIH) — Turisme de Barcelona i l'Agència Catalana de Turisme— considera que aquesta marca compleix els paràmetres i contribueix a incrementar el nivell de valor de l'oferta turística catalana, la qual arriba al marge d'estacionalitat, que aporta un volum d'ingressos entre tres i quatre vegades superior a la mitjana del turisme i augmenta el valor de diferenciació que els turistes perceben de la nostra ciutat.

El Pla d'accions 2024 s'enfocarà a promocionar la destinació en fires, *workshops* i congressos especialitzats en turisme mèdic; es duran a terme missions empresarials i comercials pròpies a mercats estratègics com l'Àràbia Saudita, i també es faran campanyes de promoció digital en mercats d'interès, com ara l'Orient Mitjà, els Estats Units, Europa i els països de l'Est.

**BMD**  
**BARCELONA**  
MEDICAL DESTINATION



## Llegenda



<b>Acció</b>	Publicació <i>Digues quin tipus de família sou i et diré què t'agrada</i>			
<b>Objectiu i projecte prioritari</b>	 <i>Posada al mercat d'experiències enogastròniques</i>		<b>Actiu i aventura</b>	<b>Esportiu</b>
<b>Productes relacionats</b>	  	     		<b>Especialització</b>
<b>Mercat</b>	 Multimercat			<b>Visitor persona</b>
<b>Data</b>	 Segon trimestre		<b>S'adreça al sector català</b>	<b>Amb participació d'afiliats</b>

Trobareu l'explicació de cada una de les icones dels *visitor persona* a la pàgina 17 d'aquest document.

## 2. Màrqueting de producte

### 2.1 Publicacions, vídeos i fotografies

Actualització catàleg i vídeo BMD

-  Multimercat
-  Segon trimestre



### 2.2 Campanyes de publicitat

Campanya de publicitat i comunicació lligada al posicionament web

-  Orient Mitjà i Estats Units
-  Tot l'any



## 3. Cartera de Serveis

### 3.1 Assessorament i *networking*

#### 3.1.1 Jornades tècniques amb afiliats als programes de l'ACT

Assemblea BMD

 Catalunya


 13 de juny



Trobada entre afiliats a Catalunya Premium i BMD



 Catalunya

 Segon trimestre




### 3.2 Coneixement

#### 3.2.1 Intel·ligència de mercat / Intel·litur CAT

Estudi d'intel·ligència de mercat dels mercats europeus

 Multimercat

 Segon trimestre



Enquesta a les clíniques afiliades

 Catalunya

 Primer trimestre



---

## 3.3 Comercialització i promoció

### 3.3.1 Esdeveniments B2B

---

#### Fira Arab Health

 Orient Mitjà


 Del 27 gener al 2 febrer



---

#### The Medical & Wellness Travel Conference - Manchester

 Multimercat


 27-29 febrer



---

#### Medical Tourism - The World of ITB

 Multimercat


 5-7 març



---

#### Missió comercial Aràbia Saudita

 Jidda i Riad


 Segon trimestre



---

#### Workshop B2B Medical Encounters París

 Multimercat


 2-3 maig



---

#### Missió comercial Estats Units

 Costa Est

 Tercer trimestre



---

### Missió comercial Uzbekistan

 Uzbekistan

 Novembre



---

### Workshop B2B Medical Encounters Berlín

 Multimercat

 7-8 novembre



---

## **3.5 Desenvolupament i transformació de producte i servei**

### **3.5.2 Auditories i comitè executiu**

---

#### Comitè executiu BMD

 Catalunya

 Tot l'any



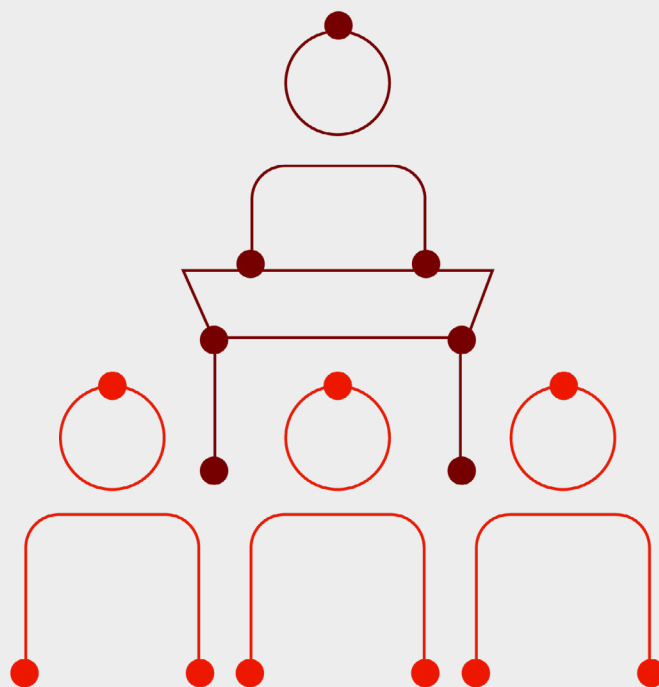


---

# Pla d'accions

# Catalunya Convention Bureau 10

El Catalunya Convention Bureau (CCB) és una marca de l'ACT que té com a objectiu aconseguir que Catalunya esdevingui una destinació integral de turisme de reunions. L'actual model de relació del CCB amb les institucions i empreses que treballen per portar reunions a Catalunya té com a objectiu implantar fórmules renovades de treball entre els *convention bureaux* existents, que permetin oferir a les empreses més serveis i accions de suport per a la comercialització, al mateix temps que s'optimitzen els recursos i se sumen esforços per fer de Catalunya una destinació més competitiva.



## Llegenda

<b>Acció</b>	Publicació <i>Digues quin tipus de família sou i et diré què t'agrada</i>		
<b>Objectiu i projecte prioritari</b>	Objectius prioritaris del Catalunya Convention Bureau	Actiu i aventura	Esportiu
<b>Productes relacionats</b>			<b>Especialització</b>
<b>Mercat</b>	Multimercat		<b>Visitor persona</b>
<b>Data</b>	Segon trimestre		<b>S'adreça al sector català</b> <b>Amb participació d'afiliats</b>

Trobareu l'explicació de cada una de les icones dels *visitor persona* a la pàgina 16 d'aquest document.

## 1. Estratègia de programa

### 1.1 Pla de programa/producte

Desenvolupament del Pla d'innovació i impacte, llegat. Desenvolupament de l'estratègia, metodologia i eines.

Catalunya

Tot l'any

Projecte europeu BEFuture Unió Europea

Unió Europea

Tot l'any



Comitè Executiu del CCB

Catalunya

Juliol/desembre

## 2. Màrqueting de producte

### 2.1 Publicacions, vídeos i fotografies

Videoentrevistes amb organitzadors d'esdeveniments

 Multimercat

 Tot l'any

Actualització Meeting Planner Guide

 Multimercat

 Primer trimestre

Publicació d'un Llibre Blanc del futur dels esdeveniments professionals

 Multimercat

 Agost



### 2.2 Campanyes de publicitat

Llançament i realització de la campanya de publicitat MICE vídeo, landing, creativitats

 Multimercat

 Tot l'any

Campanya de producte segmentat (Meetings & Sports / Meetings & Mobility) a mitjans digitals de mercats prioritaris

**06** *Objectius prioritaris del Catalunya Convention Bureau*

 Multimercat

 Tot l'any



---

## 2.3 Continguts per a canals propis

---

Actualització canals comunicació propis MICE: web Catalunya.con, LinkedIn, butlletins mercats CCB informa

 Multimercat

 Tot l'any

---

## 2.4 Continguts per a canals de tercers

---

Newsroom MICE Katalonien, mercat alemany

 Alemanya

 Tot l'any

# 3. Cartera de Serveis

## 3.1 Assessorament i *networking*

### 3.1.1 Jornades tècniques amb afiliats als programes de l'ACT

---

Jornada tècnica membres

 Catalunya

 Març



### 3.1.2 Projectes europeus

---

Convocatòria de bones pràctiques d'iniciatives regeneratives i sostenibles en els esdeveniments professionals

**06** *Objectius prioritaris del Catalunya Convention Bureau*

 Unió Europea

 Febrer



---

## Programa de formació BEFuture

**06** Objectius prioritaris del Catalunya Convention Bureau

📍 Frankfurt / Barcelona

📅 Del 14 al 16 de maig / del 19 al 21 de novembre



---

## BEFuture Innovation Forum

**06** Objectius prioritaris del Catalunya Convention Bureau

📍 Barcelona

📅 2 d'octubre



---

## Convocatòria de subvencions a PIMES

**06** Objectius prioritaris del Catalunya Convention Bureau

📍 -

📅 Novembre



---

## 3.2 Coneixement

### 3.2.1 Intel·ligència de mercat / Intel·litur CAT

---

TDS MICE, plataforma de recollida de dades del turisme de reunions a Catalunya. Consolidació (2a publicació), ampliació i evolutius de millora, amb Eurecat

📍 Catalunya

📅 Tot l'any

---

#### Estudi MICE del mercat emissor Benelux

📍 Catalunya

📅 Segon trimestre

---

#### Estudi reputació en línia, i satisfacció del viatger MICE

📍 Catalunya

📅 Quart trimestre

---

---

Estudi de l'estructura del sector MICE en clau sectors industrials: oportunitats de negoci

 Catalunya

 Tercer trimestre

---

### 3.2.2 Jornades i conferències empresarials amb experts

---

MEET Ambassadors, trobada de *networking* anual del programa Ambassadors

 Catalunya

 Pendent



Presentació del programa Catalunya Meetings & Sports

**06** *Objectius prioritaris del Catalunya Convention Bureau*


 Catalunya

 Primer trimestre



PCMA Convening Leaders, San Diego


 Multimercat

 7-10 gener



Strategic Alliance of The National Conventions Bureaux of Europe - Anual Meeting, Barcelona


 Europa

 25 i 26 gener

---

ICCA Iberian Chapter - Annual Meeting, Sitges

 Multimercat

 6-8 març



PCMA Convening EMEA, Barcelona

 Multimercat


 Del 30 de setembre al 2 d'octubre

---

---

### ICCA World Congress

 Multimercat

 20-23 octubre



---

### 3.2.3 #formacióturismecat

---

#### Formació del Pla de sostenibilitat

 Catalunya

 A confirmar



---

#### Formació Pla d'accessibilitat als esdeveniments

 Catalunya

 A confirmar



---

## 3.3 Comercialització i promoció

### 3.3.1 Esdeveniments B2B

---

#### Agenda comercial al mercat francès (sostenibilitat & esport)

 França

 Tot l'any



---

#### Presència i agendes a fires i esdeveniments internacionals d'auto i mobilitat (amb ACCIO) - Meetings & Mobilty

**06** *Objectius prioritaris del Catalunya Convention Bureau*

 Multimercat

 Tot l'any



---

### Visites / presentacions a mercats prioritars forts en la indústria de l'auto - Meetings & Mobility

**06** *Objectius prioritars del Catalunya Convention Bureau*

 Multimercat

 Tot l'any



---

### Acció d'identificació i aproximació a esdeveniments internacionals de la indústria de l'esport (intenció de captació per a Catalunya) - Meetings & Mobility

 Multimercat

 Tot l'any



---

### Acció d'identificació i aproximació a esdeveniments internacionals de la indústria de l'esport (intenció de captació per a Catalunya) - Meetings & Sports

**06** *Objectius prioritars del Catalunya Convention Bureau*

 Multimercat

 Tot l'any



---

### Travel News Market Denmark

 Nòrdic


 9 de gener



---

### Mice and Forum - Tren

 Multimercat


 29-31 gener



---

### Associations Days

 Europeu

 21-24 febrer





---

### Presentació a mercat anglès


 Regne Unit

 Març



---

### Møde Katalonien

 Danès / sud Suècia


 1a quinzena març



---

### SMU Internacional

 EUA

 11-13 març



---

### Pure International

 Francès


 14 de març



---

### Workshop Invoyage

 Regne Unit + EUA


 17-21 març



---

### DBFAI About People

 Regne Unit


 22-24 març



---

### Heavent Cannes

 Francès

 28-30 març



---

### Presentació Meetings & Sports

 Itàlia

 Març/abril



---

### MICE Meet Up

 Irlanda

 Abril



---

### Presentació al mercat francès (sostenibilitat & esport)

 França

 Abril



---

### Presentació/seminari MICE al trade/buyers a APAC

 APAC


 Abril



---

### LOOP MICE SPRING 2024

 Europa Central


 7-10 abril



---

### Sports & Events Workshop

 Multimercat

 9-11 abril



---

### Presentació al mercat alemany

 Europa central


 Maig



---

### Fira IMEX Frankfurt

 Multimercat


 14-16 maig



---

### Workshop Catalunya Business Meetings - Meet and Com

 Francès


 3-5 juny



---

### Mice & More - Next stop MICE

 Itàlia


 7-9 juny



---

### The Meetings Show / TEAMS Europe

 Regne Unit

 19-20 juny



---

### Workshop MEET Catalunya amb focus en la sostenibilitat

 Multimercat

 26 de juny



---

### Festival of Forums

 Regne Unit


 Juliol



---

### Global Mice Forum - Associativo

 Espanya

 2-4 juliol



---

### Suport i presentació EMA - associats Madrid

 Corporatiu nacional


 Novembre



---

### MICE by Melody

 Europa central

 4 de novembre



---

### Workshop Partance IBTM

 Francès

 20 de novembre



---

### Fira IBTM World Barcelona

 Multimercat

 19-21 novembre



---

## 3.3.3 Trips

---

### *Fam trip* a la Vall d'Aran - Meetings & Sports

 Francès

 Febrer



---

### *Fam trip* Programa Catalunya Ambassadors

 Catalunya


 Abril



---

### *Press trip* en el marc del MEET Catalunya


 Multimercat

 25-28 juny

---

### *Fam trips* MEET Catalunya

 Multimercat


 25-28 juny



---

### *Fam trip* països nòrdics

 Països nòrdics

 20-22 setembre



---

### *Fam trip* Olot-Girona-Lloret agències nacionals

 Nacional

 4-6 octubre



---

### *Research trip* Atout France

 Francès

 5-7 novembre


---

## 3.4 Màrqueting i comunicació promocional

---

### Conveni Osaka Convention and Tourism Bureau

 Sud-est asiàtic

 2024-2027

---

## 3.5 Desenvolupament i transformació de producte i servei

---

### Reorientació Programa Catalunya Ambassadors.

 Catalunya


 Primer trimestre



---

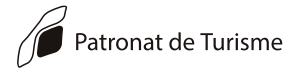
### Jornades de Treball Universitats Catalanes. Desenvolupament projecte i implantació

 Catalunya

 Març/octubre

Socis / Membres ACT

---



Partners

---



Main sponsors

---



