

Cicloturista passeig



Qui són?

Joves independents i adults actius, amb fills o sense. Fan rutes cicloturístiques, o trams de ruta, majoritàriament d'un dia, no gaire exigents i que ofereixen atractius durant la ruta; per exemple, vies verdes.

Es tracta d'un *visitor* transversal amb altres esports i experiències d'actiu i aventura.

Generació

- Generació Silver (72-97)
- Baby boomers (59-71)
- Generació X (45-58)
- Mil·lennistes (26-44)

Mercat d'origen

- Bèlgica i Països Baixos
- Alemanya
- França
- Espanya

Mobilitat

- Unidestinació
- Multidestinació

Canal de reserva

- Sense reserva
- Reserva autònoma
- Reserva paquetitzada

Companyia



Amics



Parella



Sol

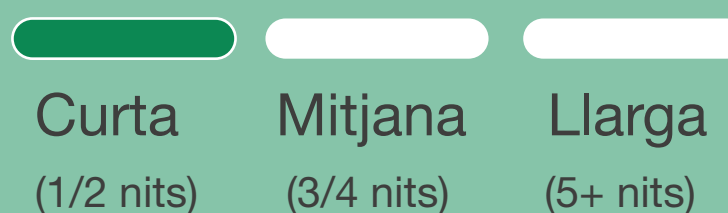


Família

Nivell de despesa



Durada de l'estada



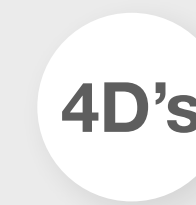
Inspiració i cerca

A destinació



Recomanació

A destinació: oficina de turisme, càmping, amics o coneguts.



Desestacionalització · Desconcentració · Diversificació



Motivació tractora

Gaudir de la seva activitat preferida, viatjar en família, anar en bici

Ecoturista genèric



Qui són?

Joves independents, parelles adultes sense fills a casa, parelles que s'acaben de casar i no tenen fills, adults actius amb fills o sense, que cerquen el contacte amb la natura i s'interessen per la sostenibilitat.

Busquen descobrir nous indrets i fer activitats de baixa intensitat mentre aprenen de la flora i la fauna (observar, interpretar i fotografiar).

Es tracta d'un *visitor* transversal amb senderisme, cultura, enogastronomia i altres esports.

Generació

- Generació X (45-58)
- Mil·lennistes (26-44)

Mercat d'origen

- Espanya
- Regne Unit
- França
- Alemanya
- Bèlgica i Països Baixos
- Xina
- Itàlia
- APAC (Japó, Singapur i Austràlia principalment)

Mobilitat

- Unidestinació
- Multidestinació

Canal de reserva

- Sense reserva
- Reserva autònoma
- Reserva paquetitzada

Companyia



Amics



Parella



Sol



Família

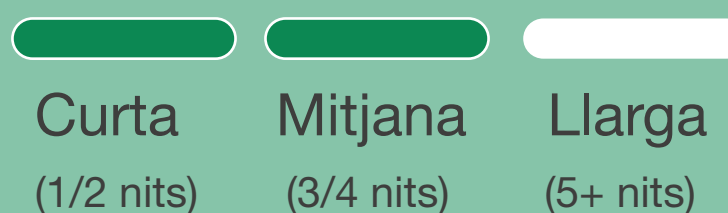


Mascota

Nivell de despesa

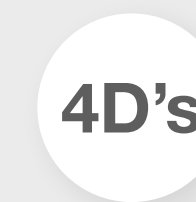


Durada de l'estada

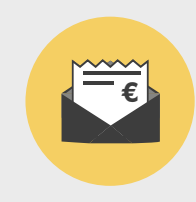


Inspiració i cerca

A destinació i xarxes socials (excursionista).



4D's



Desestacionalització · Desconcentració · Diversificació



Motivació tractora

Fer unes vacances eco, viatjar en família

Esportista amateur



Qui són?

Turistes federats o no federats que fan unes vacances esportives per gaudir d'algun esport, amb l'objectiu de passar-s'ho bé, sense competir.

Catalunya ofereix una gran varietat d'oferta esportiva per a tots els públics, i destaquen el golf, l'esquí, el ciclisme, les maratons, les curses *trail running*, les aigües obertes, el tennis, el futbol...

S'allotgen principalment en hotels, però també en hotels-apartament. Es tracta d'un *visitor* transversal amb actiu-aventura i que valora l'accessibilitat i la sostenibilitat.

Generació

Baby boomers (59-71) · Generació X (45-58) · Mil·lennistes (26-44) · Generació Z (12-25)

Mercat d'origen

- DACH i Europa Central (Alemanya, Àustria i Suïssa)
- Països nòrdics
- Regne Unit i Irlanda
- França
- Benelux
- Estats Units (fútbol i ciclisme)
- Països de l'Est
- Països baixos
- Bèlgica
- Espanya
- Itàlia
- Japó (fútbol i tennis)

Mobilitat

- Unidestinació
- Multidestinació

Canal de reserva

- Sense reserva
- Reserva autònoma
- Reserva paquetitzada

Companyia



Amics



Parella

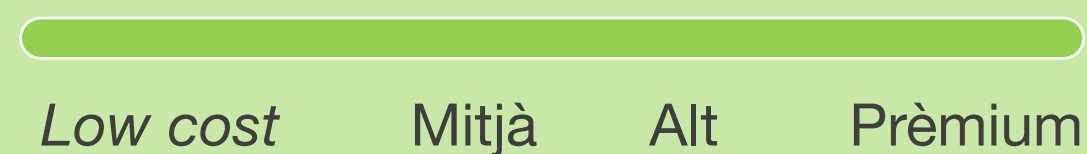


Sol



Família

Nivell de despesa



Durada de l'estada



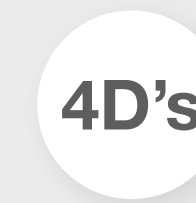
Inspiració i cerca

Recomanacions personals (xarxes socials, equips, atletes, destinacions, marques...) i webs especialitzades

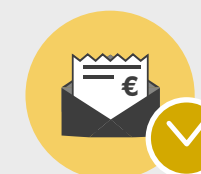


Recomanació

Xarxes socials i portals d'opinió



4D's



Desestacionalització · Despesa
Desconcentració · Diversificació



Motivació tractora

Entrenar, Gaudir de la seva activitat preferida, Viatjar en família

Prèmium àrab



Qui són

Famílies nombroses.

- Luxe en tot el cicle del viatge.
- S'allotgen en hotels de 5 estrelles i apartaments de luxe.
- Interès per les compres i per la ciutat.
- Molt d'interès en celebracions esportives i en entreteniment per a tota la família.
- Molt sensibilitzats amb qüestions culturals i religioses.
- Viatgen 3-4 cops l'any.
- Viatgen molt als mesos de més calor.
- Clients molt exigents, sobretot pel que fa als serveis.
- Són molt de les destinacions que coneixen i amb les quals se senten còmodes.

Mercat d'origen

- Orient Mitjà

Mobilitat

- Unidestinació
- Multidestinació

Com reserven

- Sense reserva
- Reserva autònoma
- Reserva paquetitzada (last-minute i molts canvis)

Companya



Amics



Parella



Família

Nivell de despesa



Low cost Mitjà Alt Prèmium

Durada de l'estada



Curta (1/2 nits) Mitjana (3/4 nits) Llarga (5+ nits)



@La Roca Village



Inspiració i cerca

Web i xarxes socials. Comparació de preus amb agents de viatges.

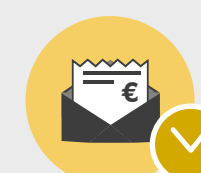
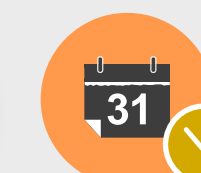


Recomanació

Referents nacionals, no els experts.



4D's



Desestacionalització · despesa



Motivació tractora

Visitar una ciutat, viatjar en família, curar-se

Sports fan



Qui són?

És un tipus de turista que viatja a Catalunya amb l'objectiu de presenciar una competició (esport passiu), com un partit de futbol, una final de bàsquet, una cursa de Fórmula 1, Godó, etc.

Els esdeveniments esportius solen atreure masses i generar molt de trànsit dins les ciutats, i són, doncs, rellevants per a tots els sectors.

Aquests turistes s'allotgen principalment en hotels. Es tracta d'un *visitor* que pot arribar a ser transversal amb tota mena d'experiències/productes turístics.

Generació

- Baby boomers (59-71)
- Generació X (45-58)
- Mil·lennistes (26-44)
- Generació Z (12-25)

Mercat d'origen

- DACH i Europa Central (Alemanya, Àustria i Suïssa)
- Països nòrdics
- Regne Unit
- França
- Japó
- Països Baixos
- Itàlia
- Sudamèrica
- Israel
- Espanya

Mobilitat

- Unidestinació
- Multidestinació

Canal de reserva

- Sense reserva
- Reserva autònoma
- Reserva paquetitzada

Companyia



Amics

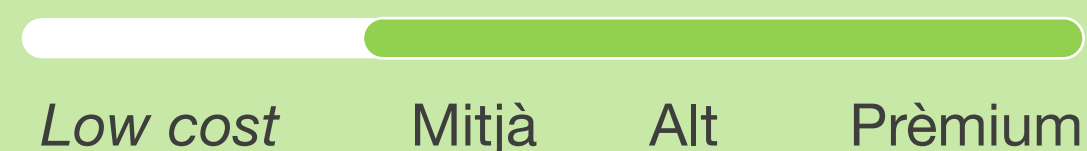


Parella

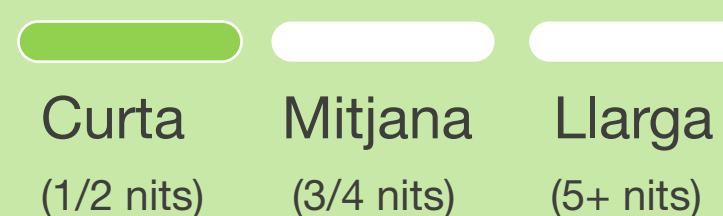


Família

Nivell de despesa



Durada de l'estada



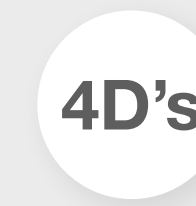
Inspiració i cerca

Canals digitals i socials de mitjans esportius, d'equips, atletes i *lifestyle*/lleure



Recomanació

Xarxes socials i portals d'opinió



4D's



Desestacionalització · Despesa
Desconcentració · Diversificació



Motivació tractora

Gaudir de la seva activitat preferida,
Viatjar en família

Touring



Qui són?

- Els turistes ruters o *touring* són turistes cultes, interessats en la cultura i amb un poder adquisitiu mitjà-alt.
- Preparen amb antelació la ruta, i saben on van i què hi trobaran.
- Volen activitats variades que els facin descobrir el territori per on viatgen i gaudir de la ruta, i per això és imprescindible que la seva ruta transcorri per carreteres boniques: el recorregut en cotxe és part de l'experiència.

Generació

- Generació Silver (72-97)
- Baby boomers (59-71)
- Generació X (45-58)
- Mil·lennistes (26-44)

Mercat d'origen

- | | |
|--|--------------------------------|
| · Espanya / Catalunya | · Àsia-Pacífic |
| · França | · Israel |
| · DACH i Europa Central (Alemanya, Àustria i Suïssa) | · Països de l'Est |
| · Benelux | · Xina |
| · Regne Unit i Irlanda | · Estats Units, Canadà i Mèxic |
| · Itàlia | |

Mobilitat

- Unidestinació
- Multidestinació

Com reserven

- Sense reserva
- Reserva autònoma
- Reserva paquetitzada (poca antelació)

Companya



Amics

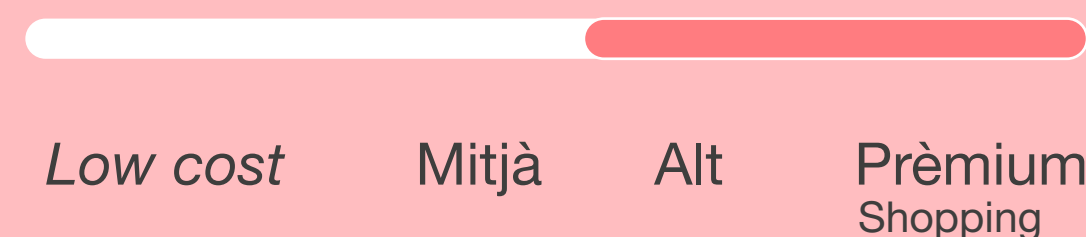


Parella

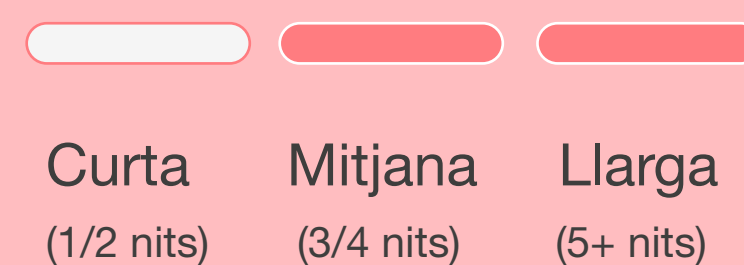


Família

Nivell de despesa



Durada de l'estada



Inspiració i cerca

Blogs, xarxes socials o amics/familiars



Recomanació

Segueix molt les tendències de xarxes socials i les recomanacions d'amics i familiars.



4D's



Desestacionalització · Despesa
Desconcentració · Diversificació



Motivació tractora

Fer una ruta en cotxe, viatjar en família

Aventurer



Qui són?

Joves independents i adults actius amb fills o sense que busquen diversió i adrenalina, juntament amb la descoberta d'indrets nous.

Les vacances han de tenir un component divertit.

Es tracta d'un *visitor* transversal amb altres esports.

Generació

- Generació X (45-58)
- Mil·lennistes (26-44)
- Generació Z (12-25)

Mercat d'origen

- Regne Unit
- Estats Units
- Regne Unit (turista esportista)
- Espanya
- França
- Països Baixos
- Alemanya

Mobilitat

- Unidestinació
- Multidestinació

Canal de reserva

- Sense reserva
- Reserva autònoma
- Reserva paquetitzada

Amb antelació

Companyia



Amics



Parella



Família

Nivell de despesa



Durada de l'estada



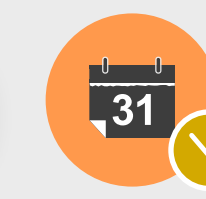
Inspiració i cerca

Bloguers, xarxes socials i YouTube, a més de centres d'activitats.



Recomanació

Xarxes socials i internet en general.



Desestacionalització · Desconcentració · Diversificació



Motivació tractora

Gaudir de la seva activitat preferida, viatjar en família

Must see o col·leccionista



Qui són?

Es tracta del turista que arriba per primer cop a una ciutat o zona i no es vol perdre res. Sol viatjar en temporada alta i li agrada visitar els llocs més típics i recomanats, fer rutes turístiques clàssiques i anar als museus més populars. La seva intenció de viatge és conèixer la destinació, però no hi ha una motivació únicament cultural. Vol veure els atractius principals i posar un *tick* de completat a la seva llista.

Generació

- Generació Silver (72-97)
- Baby boomers (59-71)
- Generació X (45-58)
- Mil·lennistes (26-44)
- Generació Z (12-25)

Mercat d'origen

Tots els mercats, en concret els de llarga distància

Mobilitat

- Unidestinació
- Multidestinació

Canal de reserva

- Sense reserva
- Reserva autònoma
- Reserva paquetitzada

Companyia



Amics



Parella



Sol

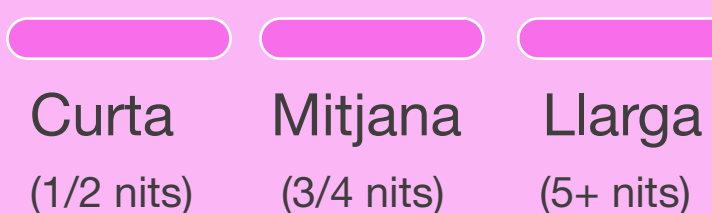


Família

Nivell de despesa



Durada de l'estada



Inspiració i cerca

Xarxes socials i internet



Recomanació

Molt actiu a xarxes socials i internet abans, durant i després dels viatges.



Desestacionalització · Diversificació



Motivació tractora

Gaudir de la cultura local, viatjar en família, visitar una ciutat

Omnívor cultural



Qui són?

És el visitant que viatja sense un interès cultural específic concret, però amb inquietuds mínimes per conèixer la destinació a través de la cultura.

Una vegada al lloc, experimenta, visita, viu diversos tipus d'experiències i recursos culturals.

Fa visites panoràmiques i visita només els atractius principals.

Generació

Generació Silver (72-97) · Baby boomers (59-71) ·
Generació X (45-58) · Mil·lennistes (26-44)

Mercat d'origen

- Espanya
- França
- Itàlia
- Regne Unit i Irlanda
- Europa Central
- DACH
- Països nòrdics
- Països Baixos
- Israel
- Bèlgica
- Corea del Sud
- Estats Units
- Canadà
- Mèxic

Mobilitat

- ✓ Unidestinació
- ✓ Multidestinació

Canal de reserva

- ✓ Sense reserva
- ✓ Reserva autònoma
- ✓ Reserva paquetitzada

Companyia



Amics



Parella



Sol

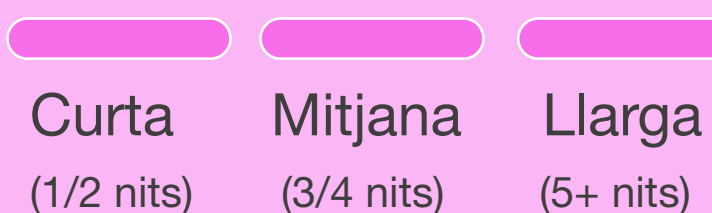


Família

Nivell de despesa



Durada de l'estada



Inspiració i cerca

Webs turístiques, xarxes socials



Recomanació

Família, amics, bloguers, *influencers* que escriguin en un blog, articles...



Desestacionalització · Desconcentració
Diversificació



Motivació tractora

Gaudir de la cultura local, gaudir de la seva activitat preferida, viatjar en família, fer senderisme, fer una ruta en cotxe...

Parcs temàtics



Qui són?

Visitants dels parcs temàtics principals, que viatgen amb l'objectiu de divertir-se. Generalment, aquests turistes es mouen acompanyats de la família (moltes vegades, amb nens) o en grups d'amics, i van als parcs temàtics com a única destinació.

Generació

- Mil·lennistes (26-44)
- Generació Z (12-25)

Mercat d'origen

- Internacional (a explorar)
- França

Mobilitat

- Unidestinació
- Multidestinació

Canal de reserva

- Sense reserva
- Reserva autònoma
- Reserva paquetitzada

Companyia

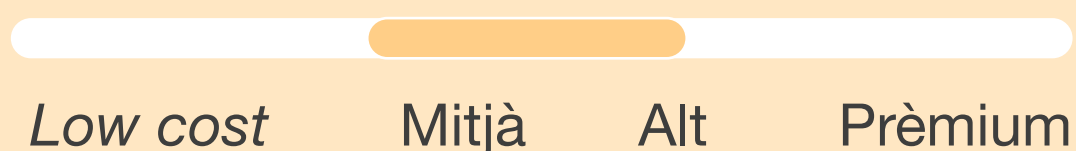


Amics

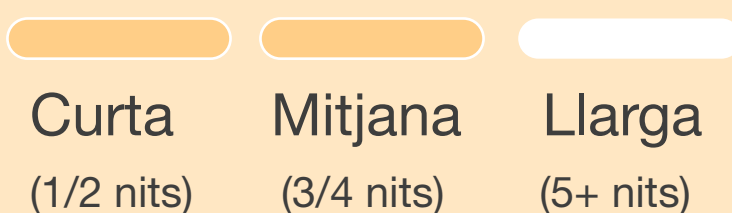


Família

Nivell de despesa



Durada de l'estada



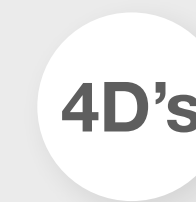
Inspiració i cerca

Xarxes socials, webs turístiques, amics/ coneguts.



Recomanació

Xarxes socials, amics/coneguts.



Desestacionalització · despesa



Motivació tractora

Gaudir de la seva activitat preferida, viatjar en família

Senderista



Qui són

Joves independents i adults actius amb fills o sense que viatgen a Catalunya per gaudir de l'entorn natural i per fer rutes de senderisme, en format excursió o *trekking*, i que poden combinar la descoberta de l'entorn a través d'altres activitats principalment d'actiu-aventura.

- L'excursionista busca excursions fàcils i de poca durada.
- El *trekker* busca activitat dura i de llargada, i a més, complir un repte.
- Es tracta d'un *visitor* transversal amb altres esports i experiències d'actiu i d'aventura.

Generació

- Baby boomers (59-71) · Generació X (45-58)
- Mil·lennistes (26-44) · Generació Z (12-25)

Mercat d'origen

- Nacional (CAT i ESP)
Principialment excursionista
- Bèlgica i Països Baixos
- França
- DACH
- Regne Unit
- França
- Països nòrdics
- Israel

Mobilitat

- Unidestinació
- Multidestinació

Com reserven

- Sense reserva
- Reserva autònoma
- Reserva paquetitzada (poca antelació)

Companyia



Amics



Parella



Sol



Família



Mascota

Trekker

Excursionista

Nivell de despesa



Low cost Mitjà Alt Prèmium

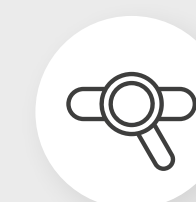
Durada de l'estada



Curta (1/2 nits) Mitjana (3/4 nits) Llarga (5+ nits)

Excursionista

Trekker



Inspiració i cerca

Destinacions semblants i esdeveniments específics.

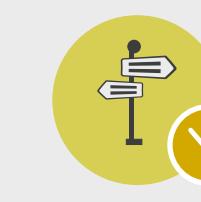


Recomanació

Entorn d'ornitòlegs, xarxes socials i bloguers específics.



4D's



Desestacionalització · Desconcentració



Motivació tractora

Gaudir de la seva activitat preferida, viatjar en família, fer senderisme

Wine & gastro tours



Qui són?

La influència de l'enogastronomia a l'hora d'escollir la destinació és baixa.

No coneixen el procés d'elaboració del vi.

Veuen les activitats enogastronòmiques com una manera d'interaccionar amb el territori i conèixer la cultura local, i també com un subproducte de la visita a la destinació i un complement del viatge.

Els interessen, a més, activitats culturals, de natura, actiu.

Generació

- Generació X (45-58)
- Mil·lennistes (26-44)
- Amb o sense fills

Mercat d'origen

- Catalunya
- Espanya
- França
- DACH
- Regne Unit e Irlanda
- Bèlgica
- Països Baixos
- Països Nòrdics
- Estats Units
- Països de l'Est

Mobilitat

- Unidestinació
- Multidestinació

Canal de reserva

- Sense reserva
- Reserva autònoma
- Reserva paquetitzada

Companyia



Amics



Parella

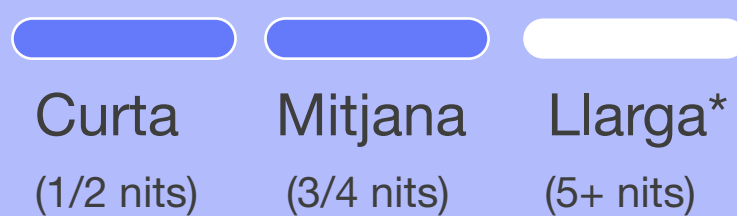


Família

Nivell de despesa



Durada de l'estada



Inspiració i cerca

Revistes genèriques de viatge, web destinació, amics i coneguts, plataformes de comercialització d'experiències.

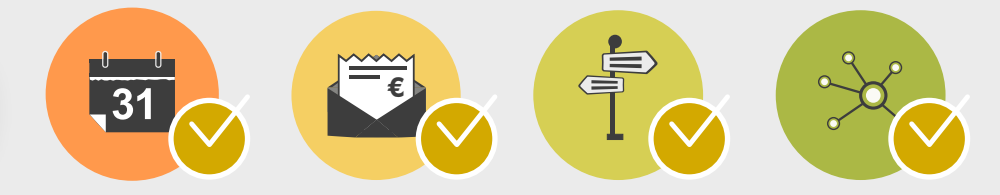


Recomanació

Xarxes socials, amics i coneguts.



4D's



Desestacionalització · despesa desconcentració · diversificació



Motivació tractora

Viatjar en família, visitar una ciutat, anar en bici, fer senderisme, fer una ruta en cotxe, gaudir de la cultura local, gaudir de l'enogastronomia, gaudir de la seva activitat preferida, jugar a golf