

# **Resum executiu** **Pla de Programa** **de Turisme esportiu i golf**

## 1. Introducció

### Definició del turisme esportiu

Entenem per turisme esportiu els viatges on la motivació principal és l'esport, ja sigui des de la vessant de l'espectador d'un espectacle esportiu o des de la d'un esportista participant en una estada d'entrenament, un esdeveniment esportiu o un viatge on es practiqui un esport de manera recreativa amb un component important de rendiment, resultats o repte físic personal.

Es diferencia del programa Actiu Natura que contempla les activitats d'oci i recreatives en el medi natural sense cap finalitat competitiva, com el senderisme, el cicloturisme, els esports nàutics i d'aventura, etc.

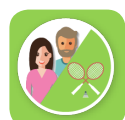
### Tipologies de viatges esportius

<b>Turisme esportiu participatiu</b>	<b>Esdeveniments</b>	Campionat oficial Lliga regular Campionat o torneig amateur Cursa
	<b>Estades d'entrenament</b>	Estada d'entrenament Campus, clínic...
<b>Turisme esportiu passiu</b>	<b>Esdeveniments esportius</b> <b>Museus i equipaments esportius</b>	

## Tipologies de *visitor persona*:



Esportista  
professional



Esportista  
*amateur*



Turista  
sports fan



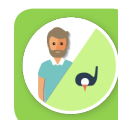
Ciclista de carretera  
*performance*



Ciclista *mountain  
bike* (BTT)



Ciclista *amateur*  
(cycling holidays)



Turista  
golfista

**Important:** alguns *visitor persona*, com l'esportista professional i l'esportista *amateur*, tenen unes característiques 100% B2B, similars al turisme de reunions i viatges de negocis, on el *visitor persona* no és el *buyer persona* que pren la decisió de compra del viatge (entrenador, mànager...).

## Estructura del pla de programa

El Pla de "Turisme esportiu i golf" s'estructura en dos grans blocs: un primer bloc d'anàlisi i un segon bloc d'estratègia. S'ha dut a terme una anàlisi interna de l'oferta actual de turisme esportiu a Catalunya i una revisió del funcionament del propi programa. En segon lloc, s'ha fet una anàlisi de les principals xifres i tendències, un *benchmark* de competidors i casos d'èxit, i una anàlisi dels canals de comunicació i comercialització existents.

El bloc d'estratègia, alineat amb el model turístic de l'Agència Catalana de Turisme (ACT) que fomenta un turisme responsable, social i sostenible, formula la visió, la missió i els objectius del programa de Turisme esportiu i golf, actualitzant el model de governança, i definint les disciplines esportives, així com les tipologies de turisme esportiu, els *visitor persona* i els mercats d'actuació. Finalment, s'ha proposat un pla d'accions de màrqueting, comunicació i promoció amb els indicadors de seguiment corresponents.

## 2. Objectius del pla

### Competitivitat

Estimular la creació de valor de les empreses que es dediquen al turisme esportiu per ser més competitives i productives. Donar suport i assessorar les empreses catalanes en el procés d'especialització en turisme esportiu i en la creació de productes 4D (desestacionalització, desconcentració, diversificació i despesa) tenint en compte tot el cicle del viatge (pre, durant, post).

### Creixement i despesa

Incrementar els ingressos turístics generats pel turisme esportiu i contribuir a incrementar la despesa mitjana diària del visitant a través d'una oferta turística de qualitat i amb un gran valor experiencial.

### Desestacionalització

Fomentar la diversificació temporal a través de l'increment del turisme esportiu fora de la temporada alta, centrant-se en les disciplines esportives i els mercats emissors amb més potencial desestacionalitzador per augmentar els ingressos anuals i generar llocs de treball més estables.

### Diversificació

El turisme esportiu contribueix a un creixement diversificat de la demanda i permet desenvolupar noves oportunitats de negoci en el sector turístic a través de la combinació i les sinergies amb altres categories de producte, com el MICE, el turisme accessible i el turisme actiu, mitjançant una oferta turística de qualitat.

### **Comunicació**

Maximitzar i capitalitzar el potencial comunicatiu i promocional de l'important volum de turisme esportiu que acullen les empreses, instal·lacions i destinacions especialitzades actualment.

### **Governança**

Crear sinergies i millorar la coordinació entre empreses, administracions i organismes vinculats al turisme esportiu per a una millor implementació del programa de Turisme esportiu i golf.

### **Posicionament**

Posicionar Catalunya com a referent internacional en turisme esportiu i incrementar el poder de la marca Catalunya a través de nous valors diferenciadors com ara l'esport.

### **Desconcentració**

Repartir els fluxos turístics arreu del territori i evitar concentracions a la costa i a les grans ciutats.

### **Comercialització**

Incentivar la comercialització del turisme esportiu als mercats emissors a través de l'aprofitament de les oportunitats comercials generades en accions promocionals.

### 3. Idees força en clau d'oportunitats

#### 1. Esport: és tendència i va en augment

- L'activitat esportiva està incrementant la dimensió i la importància en tots els àmbits de l'esport (pràctica esportiva, social, salut, acadèmic, competició, indústria, comerç, serveis i turisme).
- La crisi de la COVID-19 va accelerar la tendència positiva que ja tenia el sector esportiu i va fer un salt quantitatiu en la majoria dels sectors, especialment en el de l'esport a l'aire lliure.
- Els canvis socioeconòmics i demogràfics, l'evolució dels hàbits i el comportament de la població estan modificant la pràctica esportiva i fan emergir noves tendències i nous esports.

#### 2. Esport: motor de desenvolupament socioeconòmic

- L'esport és un factor de cohesió i inclusió social, de prevenció i de foment de la salut, clau en les polítiques públiques dels països avançats. Els valors de l'esport transcendeixen la simple esfera de l'activitat física.
- L'esport és un generador de desenvolupament econòmic en una àmplia cadena de valor de sectors que conformen la indústria de l'esport, dels quals el turisme esportiu és una petita part.

#### 3. Esport: palanca de posicionament de marca

- L'esport és passió i afició. Els atletes, els clubs i els esdeveniments esportius s'han convertit en importants generadors d'imatge i posicionament de marca gràcies a la seva connexió i identificació amb practicants i aficionats de tot el món.
- Les destinacions, sigui a escala local, regional o internacional, fan servir l'esport com a palanca per posicionar-se com a destinacions turístiques.

#### 4. Catalunya, referent internacional de l'esport i el turisme

- Catalunya, impulsada pel llegat olímpic i el Futbol Club Barcelona, és un referent internacional en l'àmbit de l'esport i els esdeveniments esportius.
- Catalunya és un *hub* de la indústria de l'esport.
- Catalunya és una destinació turística líder i pionera en turisme esportiu.

## 5. Turisme esportiu. Producte 4D estratègic per a Catalunya

- El turisme esportiu és un producte estratègic per a Catalunya per la seva contribució a les 4D:
  - Desestacionalització, ja que ajuda a allargar la temporada turística;
  - Desconcentració de les zones més turístiques;
  - Diversificació de l'activitat;
  - Generació de despesa al territori.

## 4. Reptes estratègics

### 1. Sostenibilitat: una realitat inajornable

- Catalunya parteix d'una bona posició competitiva per liderar projectes de sostenibilitat en l'àmbit del turisme esportiu, gràcies a l'esforç que s'ha fet en matèria de sostenibilitat en el sector durant els darrers anys, com ara la certificació Biosphere.
- La sostenibilitat amb un enfocament global (ambiental, social i econòmic) ha arribat al sector del turisme esportiu, tant per part de l'oferta a través de l'adopció progressiva de mesures d'eficiència energètica, de reducció d'emissions i de minimització dels impactes negatius, com per una conscienciació creixent per part de la demanda que prioritza propostes i experiències que tinguin la sostenibilitat integrada en la seva proposta de valor.

### 2. Competència: un factor a tenir en compte

- Forta competència en l'àmbit estatal i internacional amb importants inversions en màrqueting i promoció de destinacions de turisme esportiu d'estades d'entrenament i vacances esportives.
- Estratègies sòlides de captació d'esdeveniments esportius internacionals per part de destinacions amb organismes, departaments i professionals dedicats íntegrament a aquesta funció.

### **3. Esdeveniments esportius: coordinació**

- Catalunya disposa d'un calendari potent d'esdeveniments esportius internacionals, però no té una estratègia d'esdeveniments esportius planificada i consensuada a escala territorial amb programes i línies d'ajuts importants amb criteris objectius preestablerts.

### **4. Màrqueting: un avantatge competitiu desaprofitat**

- La imatge, les eines i les accions de màrqueting digital de l'oferta turística esportiva catalana no transmeten ni aprofiten l'actual lideratge i posicionament internacional de Catalunya com a destinació esportiva.

### **5. Estructuració i competitivitat de productes de turisme esportiu: un marge de millora considerable**

- Catalunya disposa de grans exemples d'èxit en la majoria de les tipologies de viatge esportiu. Però, lluny de caure en l'autocomplaença, també té un important dèficit d'estructuració de productes i experiències esportives memorables segmentades per tipologies de producte i *visitor persona* per part d'una part de l'oferta.

### **6. Representativitat: incloure tots els agents del sector turístic esportiu català**

- Actualment, els sectors empresarials d'organitzadors d'esdeveniments i acadèmies esportives no formen part del programa de Turisme esportiu i golf de l'ACT atès que fins al 2021 els requisits d'afiliació no ho contemplaven.

### **7. Governança compartida, clau de l'èxit**

- El turisme esportiu implica la interrelació, cooperació i coordinació entre actors públics i privats molt diversos. L'actual programa de Turisme esportiu té marge de millora per dotar-se d'un model de governança que doni resposta a les necessitats i els reptes que presenta el turisme esportiu.



## 5. Plantejament Estratègic

### Proposta de valor

Els principals avantatges competitius de l'oferta de turisme esportiu i golf de Catalunya són:



Climatologia benigna (clima temperat els mesos d'hivern, abundància d'hores de sol i pluviositat limitada).



Comunicacions internes (distància i temps entre l'aeroport i les estacions i destinacions).



Qualitat i varietat d'equipaments esportius (estat, manteniment, diversitat i serveis esportius).



Connexions internacionals (connectivitat aèria, ferroviària i per carretera).



Existència de productes/ experiències de turisme esportiu comercialitzables (estades d'entrenament, campus, tornejos, curses...).



Destinació turística atractiva, segura i amb una oferta complementària variada (cultural, d'oci, gastronòmica...).



Allotjament amb serveis especialitzats per a esportistes.



Calendari d'esdeveniments internacionals.



### **Missió**

Posicionar Catalunya com una destinació de turisme esportiu de referència mundial basada en quatre 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.



### **Visió 2027**

Situar Catalunya al *top 5* de destinacions de turisme esportiu internacional i al *top 3* estatal, amb una proposta d'experiències i productes 4D, de la mà de les destinacions, els equipaments esportius, les empreses especialitzades i els grans esdeveniments esportius que representin la totalitat de l'oferta de Catalunya.

## **Disciplines esportives del programa**

Les disciplines esportives que es treballen al programa són:

- Atletisme
- Ciclisme
- Esports d'equip indoor
- Futbol
- Golf
- Natació
- Paracaigudisme
- Piragüisme
- Rem
- Tennis
- Triatló
- Vela lleugera

El programa pot contemplar la incorporació de noves disciplines esportives en cas que detecti l'existència de demanda internacional i oferta preparada per cobrir les necessitats dels esportistes i organitzadors de viatges esportius de la disciplina en concret.

La selecció dels esports del programa de Turisme esportiu i golf de l'ACT s'ha basat en els criteris de valoració següents:

**01**

L'existència de demanda internacional amb un volum rellevant de practicants i aficionats.

**02**

L'existència de productes estructurats i canals de distribució identificables de turisme esportiu (operadors especialitzats, clubs, acadèmies, organitzadors d'esdeveniments...).

**03**

El potencial dels segments de públic i les tipologies de producte turístic esportiu.

**04**

L'existència d'una oferta catalana d'equipaments esportius, allotjaments i serveis especialitzats per als diversos segments de públic i tipologies de viatge esportiu.

## Priorització per tipologia de viatge i *visitor persona*

Basant-se en el nivell de competitivitat de l'oferta i l'anàlisi de la demanda, les experiències/productes esportius prioritaris són:

**01** Estades d'entrenament d'esportistes d'elit i d'esportistes amateurs competitiu de la majoria de disciplines esportives (futbol, natació, triatló, ciclisme, tennis, rem i piragüisme).

**02** Els torneigs de futbol i d'esports d'equip d'esportistes amateurs competitiu, principalment de categories infantils i juvenils que viatgen en períodes vacacionals de Setmana Santa, ponts de primavera i inicis d'estiu.

**03** Els torneigs i les curses d'esportistes amateurs competitiu d'esports individuals com el tennis, el ciclisme, el *running* i el *trail running*.

**04** Els esdeveniments/ espectacles esportius de gran públic (futbol, bàsquet, motor, tennis...).

**05** Les vacances actives de practicants amateurs dels esports on existeixi aquesta tipologia de viatge més pròxim al turisme actiu (ciclisme, tennis, golf...).

## Priorització per tipologia de viatge i *visitor persona*

Viatge esportiu	<i>Visitor persona</i>	
<b>01</b> Training camp	 Esportista professional  Esportista amateur	 Ciclista de carretera performance  Ciclista mountain bike (BTT)
<b>02</b> Torneig, campionat Grups	 Esportista professional	 Esportista amateur
<b>03</b> Cursa, torneig Individuals	 Esportista professional  Esportista amateur  Turista golfista	 Ciclista de carretera performance  Ciclista mountain bike (BTT)  Ciclista amateur (cycling holidays)
<b>04</b> Espectacle esportiu	 Turista sports fan	
<b>05</b> Vacances esportives	 Turista golfista	 Esportista amateur

## **Mercats prioritaris i mercats estratègics**

Els mercats prioritaris coincideixen majoritàriament amb els principals mercats emissors vacacionals on destaquen els grans mercats europeus de França, Alemanya i el Regne Unit, seguits dels Països Baixos, Bèlgica i els Països Nòrdics.

Els mercats s'han prioritzat en funció del volum de practicants de les diverses disciplines, de les comunicacions (principalment, connectivitat aèria) i del nivell de competitivitat i atractivitat de l'oferta catalana pel que fa a factors com la climatologia, els equipaments esportius i l'oferta turística especialitzada.

Certs mercats intercontinentals són estratègics per algunes disciplines esportives com ara el ciclisme o el futbol. La seva priorització varia significativament en funció de la tipologia de viatge i visitor persona predominant.

### **Mercats Prioritaris**

**Alemanya**  
**Benelux**  
**França**  
**Països Nòrdics**  
**Regne Unit**

### **Mercats Estratègics**

**EEUU**  
**Canadà**  
**Corea del Sud**  
**Japó**  
**Xina**

## Línies estratègiques

El programa de Turisme esportiu i golf s'estructura en sis línies estratègiques que s'articulen en un pla d'accions operatives. Cada línia estratègica té com a missió donar resposta als reptes i les oportunitats plantejats, al mateix temps que formulen una proposta de valor als afiliats al programa.

### 1. Planificació, gestió i governança

#### Àmbit d'actuació:

Planificació i desplegament de l'estratègia i model de governança del programa de Turisme esportiu i golf.

#### Focus:

- La creació de mecanismes de governança amb tots els actors clau del sector turístic esportiu català i del programa específicament.
- Revisió dels requisits d'afiliació i captació de nous afiliats.

El pla contempla la creació de dos instruments de governança per gestionar el programa de Turisme esportiu i golf de manera efectiva facilitant la presa de decisions al mateix temps que s'integren al programa representants de la resta de les administracions, les organitzacions esportives i el sector privat:

- a. Comitè de programa
- b. Grups de treball

#### a. Comitè de programa de Turisme esportiu i golf

El Comitè de programa actuarà com a òrgan gestor del programa de Turisme esportiu i golf, i estarà format per representants de les empreses i entitats públiques afiliades.

El comitè tindrà l'objectiu de ser l'òrgan executiu i de presa de decisions sobre el desenvolupament del pla d'accions tàctic del programa. Es reunirà un mínim de dues vegades a l'any per validar la proposta de pla d'accions i pressupost, i per fer el seguiment de l'execució i el balanç en finalitzar l'any.

## **b. Grups de treball**

El programa de Turisme esportiu i golf és molt ampli i divers, atès que comprèn dotze disciplines esportives, quatre tipologies de viatge esportiu i múltiples *visitor persona*.

Amb la finalitat d'aportar el màxim valor als afiliats i poder aprofundir en les necessitats i especificitats de cada subsegment esportiu, es proposa fer quatre grups de treball formats per membres afiliats que, pel seu coneixement expert d'una disciplina esportiva i disponibilitat, dediquin temps per dur a terme un mínim d'una reunió anual amb la persona responsable del programa, per identificar oportunitats i necessitats, i proposar noves accions a implementar per part del programa:

## **2. Coneixement i intel·ligència de mercats**

### **Àmbit d'actuació:**

Recerca i investigació de mercats sobre turisme esportiu i golf.

### **Focus:**

- Millorar el coneixement del visitant esportiu i dels canals de distribució i comunicació per ser més efectius en el disseny i l'execució de les accions de màrqueting, i per millorar la competitivitat de l'oferta catalana especialitzada.



### 3. Estructuració i millora de la competitivitat del producte

#### Àmbit d'actuació:

Assessorament i formació a destinacions i empreses afiliades per millorar-ne la competitivitat.

#### Focus:

- Estructuració de l'oferta de turisme esportiu i golf donant suport a la transició de productes a experiències personalitzades, desplegant la matriu d'esports, tipologies de viatge i *visitor persona*.
- Desplegar un pla de formació i assessorament als afiliats per adaptar la proposta de valor i les eines de màrqueting.
- Fomentar la incorporació transversal de mesures de sostenibilitat i inclusivitat a les empreses i propostes de serveis.

### 4. Marca i eines de màrqueting

#### Àmbit d'actuació:

Desplegament del programa de Turisme esportiu i golf en clau de *branding* sota el paraigua de la marca Catalunya.

#### Focus:

- Generació dels continguts, suports gràfics i materials, posant en valor l'argumentari d'avantatges competitius.

## 5. Comunicació i màrqueting

### Àmbit d'actuació:

Accions de comunicació i màrqueting que millorin el posicionament, la notorietat i la capacitat d'atracció de Catalunya com a destinació esportiva.

### Focus:

- Planificació d'accions per incidir principalment en les fases d'inspiració, descoberta, consideració i compra del *customer journey*.
- Execució de campanyes de publicitat en mitjans i plataformes especialitzades, i definició d'una estratègia de màrqueting de continguts per a canals propis (web, xarxes socials) i canals de tercers.
- Contacte amb mitjans i influenciadors per generar *press-trips*, contingut editorial, branded content o d'altres activacions.
- Planificar accions de comàrqueting amb operadors, marques i empreses del sector esportiu dels mercats emissors.

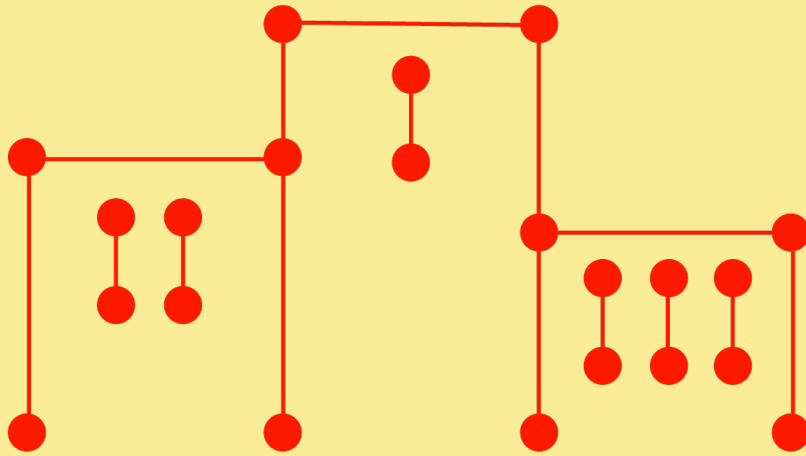
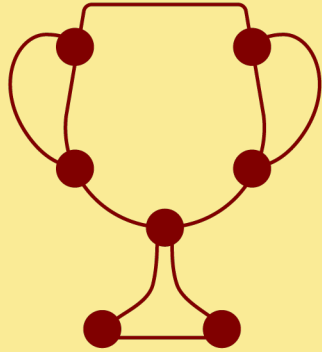
## 6. Promoció i suport a la comercialització

### Àmbit d'actuació:

Planificació d'accions de promoció i suport a la comercialització.

### Focus:

- Planificació d'accions per incidir principalment en les fases de consideració i compra del *customer journey*.
- Participació en fires especialitzades i esdeveniments esportius B2C.
- Organització de *fam-trips* i presentacions a intermediaris, prescriptors (federacions i organitzacions esportives) i client final (clubs).
- Organització d'agendes comercials (virtuals i presencials) amb intermediació especialitzada.



[act.gencat.cat](http://act.gencat.cat)  
[catalunya.com](http://catalunya.com)