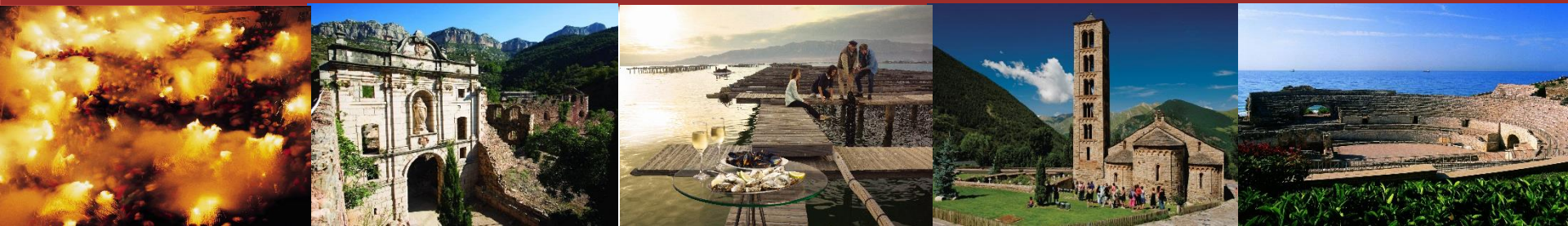




La promoció del turisme cultural a Catalunya



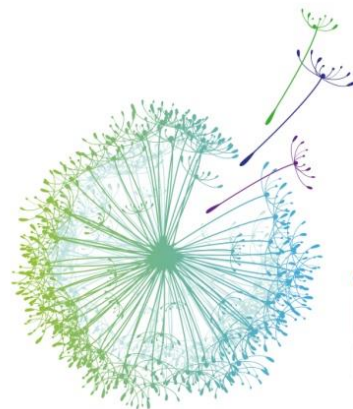
- 1) L'Any del Turisme Cultural 2018: repte i objectius
- 2) Programes de Treball amb el Sector
Arts i Cultura
Ciutats i Viles amb Caràcter
Pobles amb Encant
- 3) Pla de Promoció



2015 Any del Turisme d'Interior i Muntanya



BIOSPHERE
RESPONSIBLE
TOURISM



2017
INTERNATIONAL YEAR
OF SUSTAINABLE TOURISM
FOR DEVELOPMENT

2018 Any del Turisme Cultural



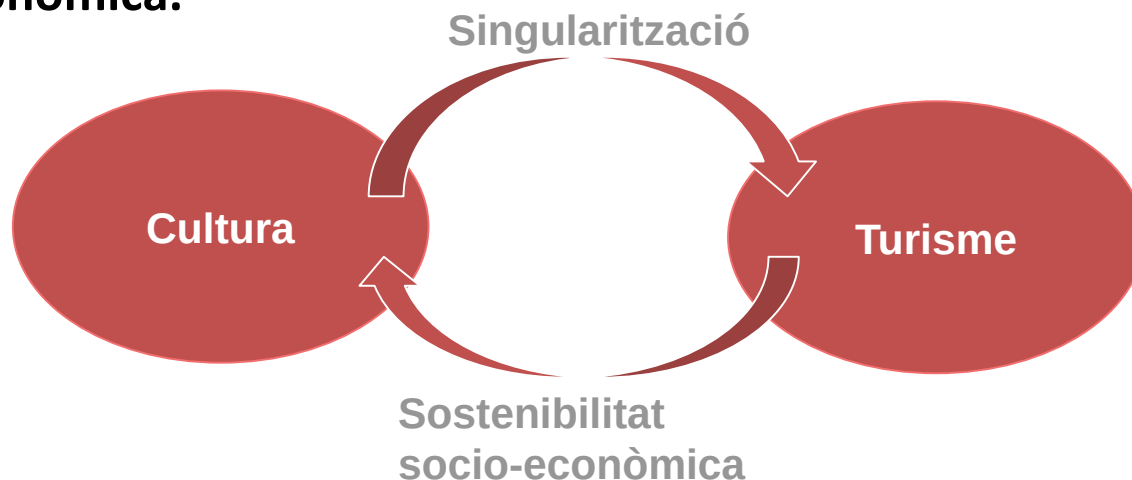
Generalitat de Catalunya
**Departament d'Empresa
i Coneixement**



Generalitat de Catalunya
**Departament
de Cultura**

Repte (bidireccional) :

Posicionar la cultura com a eix clau de diferenciació de la destinació i, al mateix temps, fer que el Turisme, lluny de suposar una amenaça per a la cultura local (lluny d'amagar-la, disfressar-la, folcloritzar-la o homogeneïtzar-la), la posi en valor i esdevingui una oportunitat per a la seva sostenibilitat social i econòmica.



OBJECTIUS

1- Vincular de forma més directa la **CULTURA** com a element definidor de la marca



OBJECTIUS

2- Incrementar el **volum d'ingressos** per turista a partir d'oferir experiències culturals de **més valor**.



OBJECTIUS

3- Fomentar la creació d'una **oferta de qualitat orientada a una demanda de qualitat**, a partir de la transformació dels recursos culturals en productes turístics vendibles.



OBJECTIUS

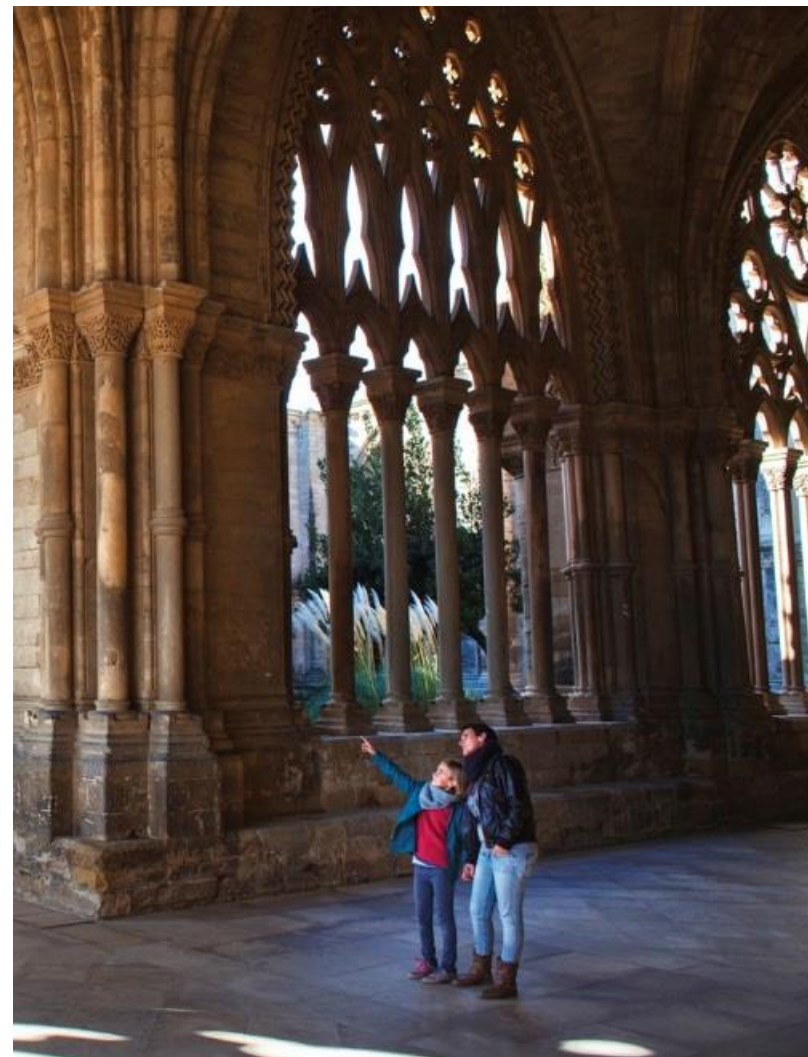
4- Posar en valor la riquesa de Catalunya com a destinació de destinacions autònomes, sostenibles i competitives, impulsant una **millor distribució territorial** de l'activitat turística.



Presència de
turisme 

OBJECTIUS

5- Aprofitar l'oportunitat de treballar la **desestacionalització**, a través de la posada en valor turístic de la cultura catalana.



OBJECTIUS

6- Incrementar el consum d'experiències turístiques culturals dels turistes un cop són a Catalunya.

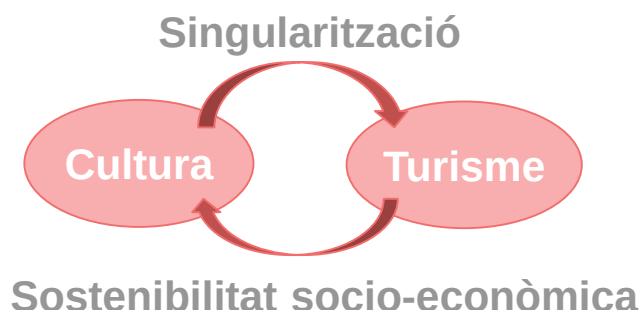


OBJECTIUS



7- Maximitzar els beneficis
que una cultura que s'aprofita
del turisme pot generar també
per al **resident**.

RESUM



1. Major **vinculació** de la cultura amb la **marca Catalunya**.
2. Increment del **volum d'ingressos** per turista a partir d'oferir experiències culturals de **més valor**.
3. **Oferta de qualitat** orientada a una **demanda de qualitat**.
4. Impuls d'una **millor distribució territorial** de l'activitat turística.
5. **Desestacionalització**, a través de la posada en valor turístic de la cultura catalana.
6. **Increment del consum d'experiències turístiques culturals** dels turistes un cop són a Catalunya.
7. **Maximització dels beneficis** que una cultura que s'aprofita del turisme pot generar també per al **resident**.

- 1) L'Any del Turisme Cultural 2018: repte i objectius
- 2) Programes de Treball amb el Sector
Arts i Cultura
Ciutats i Viles amb Caràcter
Pobles amb Encant
- 3) Pla de Promoció

**Pla de Màrqueting
turístic de Catalunya
2013 -2016**



**Nous programes
de treball**

**De Clubs
de Producte**



**A Marques
i Segells**

Nova fórmula de treball amb el sector

- ✓ **Orientació a la demanda**
- ✓ **Màrqueting online**
- ✓ **Coneixement dels mercats**
- ✓ **Innovació**
- ✓ **Orientació a resultats**

Programes de treball amb el sector

**Turisme Familiar/
Vacances en
família** ➔

Platja en
Família

Natura i
Muntanya en
Família

Equipament
Familiar

**Turisme Actiu -
Natura** ➔

Actiu i
Aventura

Cicloturisme a
Catalunya

Senderisme a
Catalunya

Ecoturisme

**Turisme
Gastronòmic i
Enoturisme** ➔

Enoturisme
Catalunya

Experiències
Gastronòmiques

Hotels
Gastronòmics

**Turisme
Esportiu** ➔

Turisme
Esportiu

Golf

**Turisme
Cultural** ➔

Arts i Cultura

Ciutats amb
Caràcter

Pobles amb
Encant

*Viles
Marineres*

**Turisme
Exclusiu** ➔

Barcelona
Medical
Destination

Catalunya
Premium

Rutes de Catalunya

Turisme per a tothom / Sostenibilitat

Arts i Cultura

Ciutats amb Caràcter

Pobles amb Encant

**Producte
Avalat**



Viles Marineres

Rutes de Catalunya

Objectius

- Posar en valor l'oferta d'activitats de les empreses adherides amb orientació a la demanda
- Oferir plataformes de promoció i comercialització



Augmentar el nombre de turistes que consumeixen turisme cultural, posicionant Catalunya com a destinació de referència

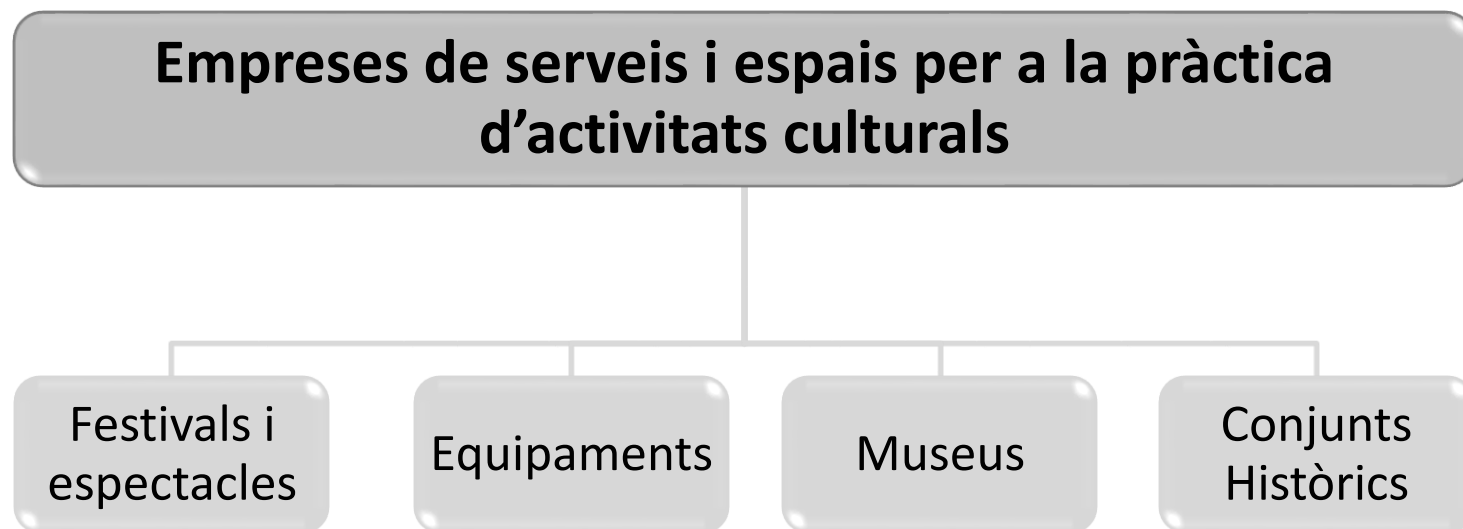


Qui en pot formar part?

Empreses i entitats  **Oferir serveis i activitats culturals**  Adreçades al turista

- ✓ Patrimoni cultural material i immaterial
- ✓ Arts
- ✓ Indústries culturals i creatives

Requisits



*Oferir **activitats turístiques especialitzades en cultura** com ara rutes, excursions, visites a espais singulars, assistència a festivals, exhibicions...*

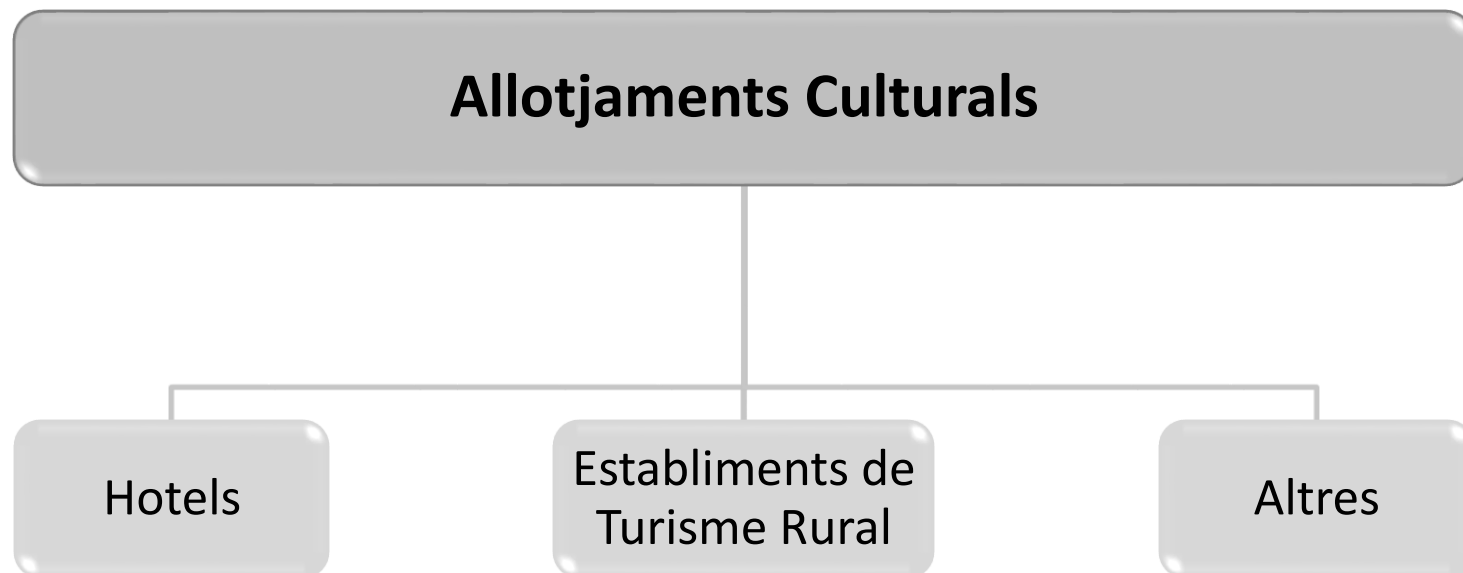
Requisits

Rutes i xarxes territorials de Cultura i Turisme



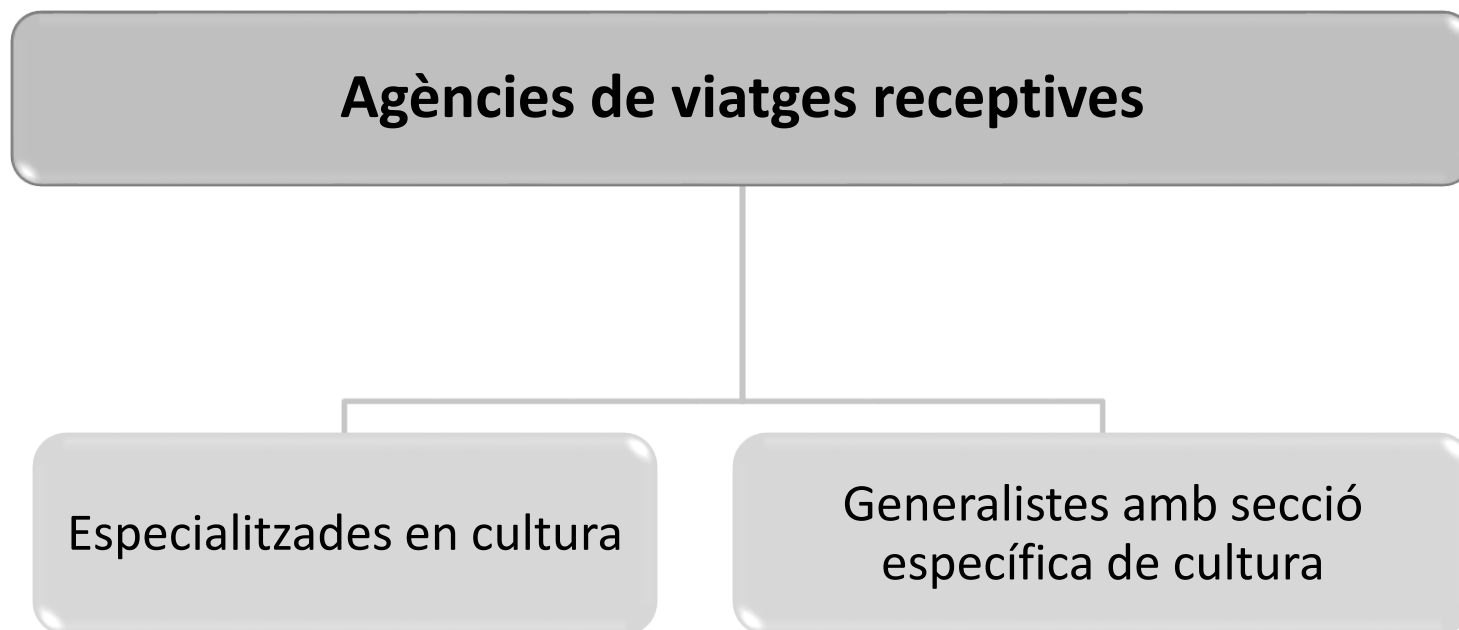
*Disposar d'una **oferta estructurada** relacionada amb la temàtica de la ruta o la xarxa o del territori on s'ubica, i com a mínim, d'un **responsable dels temes turístics**.*

Requisits



*Ubicats en **espais patrimonials o edificis singulars** de nova creació amb una aposta pel patrimoni cultural.*

Requisits



Comercialitzar **paquets específics** de turisme cultural

Temàtiques a desenvolupar en taules de treball

Festivals i Espectacles



Inclòs el **turisme musical** i els espais **d'oci nocturn** amb programació estable

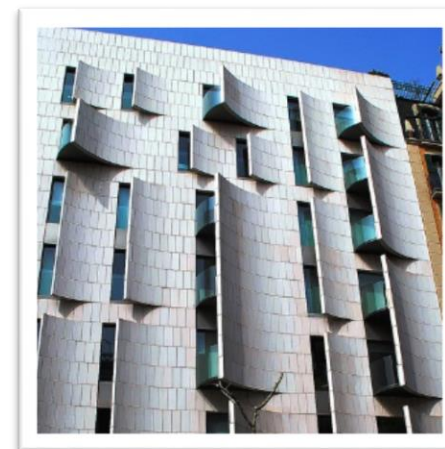
Temàtiques a desenvolupar en taules de treball

Hotels culturals

Hotels
monument



Hotels de
disseney

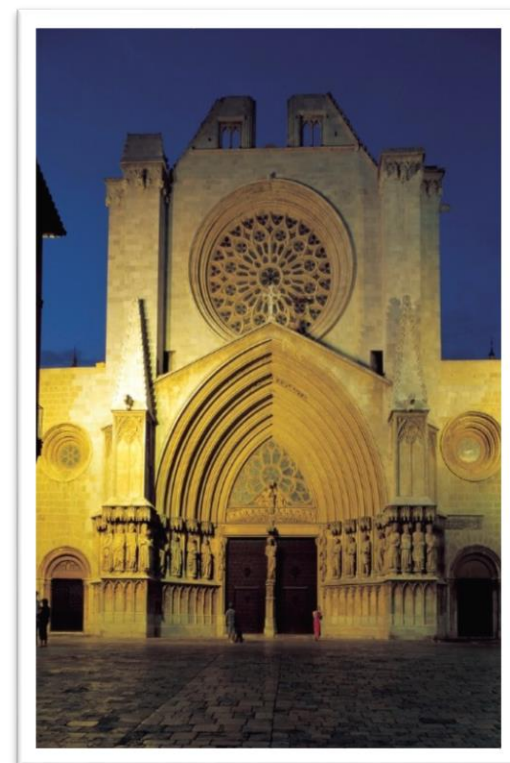
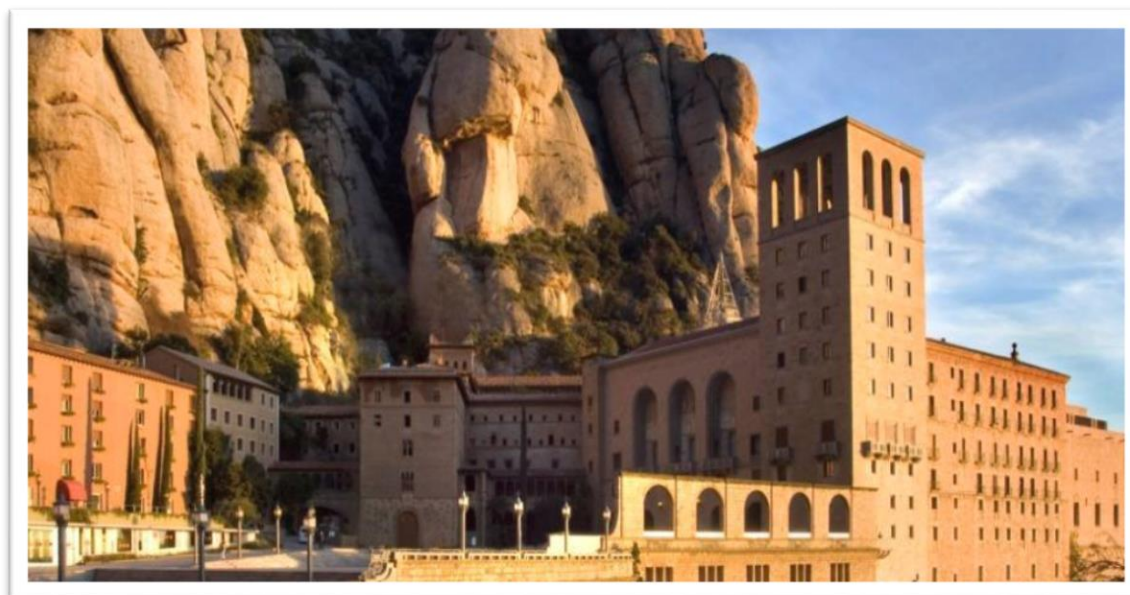


Hotels
d'art



Temàtiques a desenvolupar en taules de treball

Catalunya Terra Sacra



Objectius

- ✓ **Agrupar els municipis sota uns programes que facilitin el seu posicionament i la seva promoció com a destinacions turístiques a nivell nacional i internacional.**
- ✓ **Preservar i promoure el patrimoni històric, arquitectònic, tradicional i paisatgístic.**
- ✓ **Promoure el turisme, com a eina de desenvolupament, diversificació econòmica i garantia de futur per als pobles i les ciutats.**

Objectius

- ✓ **Crear sinèrgies entre municipis, tot oferint una plataforma de diàleg i intercanvi d'experiències i coneixements en l'àmbit turístic.**
- ✓ **Potenciar la diversificació territorial de l'activitat turística.**
- ✓ **Protegir la conciliació i l'equilibri entre els residents i els visitants.**



Qui pot formar part?

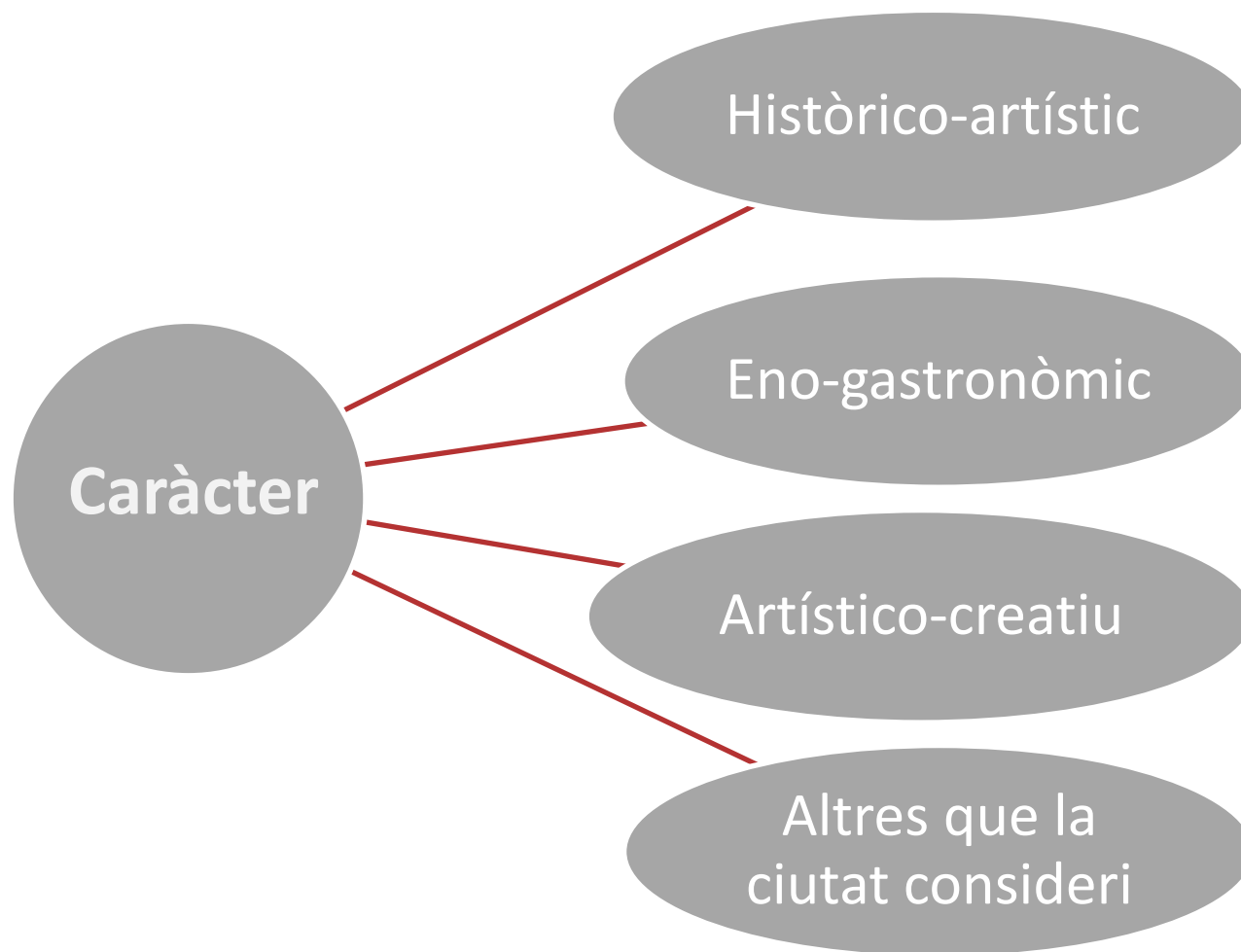
Ciutats mitjanes per
volum de població



Amb forta
personalitat que
determini el seu
caràcter



Amb
propostes
orientades als
visitants



Requisits

Ser **capital de comarca**
o tenir **entre 10.000 i 50.000** habitants*



Disposar de mínim 3
BCINs en el nucli urbà*



Generalitat de Catalunya
**Departament
de Cultura**

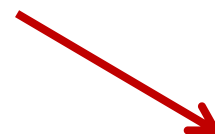
Complir criteris de



vocació turística



vocació de futur



**equipament de
ciutat i paisatge urbà**

Programes de Treball. Pobles amb Encant



Qui pot formar part?

Pobles amb menys
de 2.500 habitants*



Amb un atractiu o
bellesa especial
que captiva i
enamora al
visitant



Amb
propostes
orientades als
visitants

Requisits

Mínim **2 BCINs** en el nucli urbà*



Generalitat de Catalunya
**Departament
de Cultura**



Complir criteris de

**vocació
turística**

**qualitat
arquitectònica**

**qualitat
urbanística**

**mediambientals
i paisatgístics**

- ✓ **Format per professionals destacats i reconeguts d'àmbits diferents, i per representants dels Patronats i de l'ACT, avalua i valida les sol·licituds d'accés en base als requisits.**
- ✓ **En el cas dels Pobles amb Encant, es realitzarà una visita prèvia per part d'un Equip de Certificació.**

Viles Marineres

- ✓ És el tercer programa pensat per treballar el Turisme Urbà en clau cultural.
- ✓ Es posarà en marxa properament, una vegada definits els criteris i requisits.
- ✓ Contribuirà a posar en valor el patrimoni costaner (material i immaterial) , més enllà del turisme de sol i platja.

Rutes de Catalunya

- ✓ **Proposarà diferents rutes COMERCIALITZABLES per recórrer Catalunya en VEHICLE MOTORITZAT.**
- ✓ **Facilitarà al turista uns recorreguts atractius a nivell paisatgístic i que permetran enllaçar visites i activitats amb la garantia de trobar serveis i oferta de qualitat pel que fa els road-trip's i el fly&drive.**
- ✓ **Els adherits a altres programes de treball que estiguin en el recorregut de les rutes, formaran part de Rutes de Catalunya com a avantatge.**

Què fa l'ACT?



12
oficines
al món

50
països
d'influència

+ de 1.000
accions
de promoció

Major projecció europea

Grup de treball



Network of European Regions for
a Sustainable and Competitive Tourism

NECSTouR



Projectes europeus

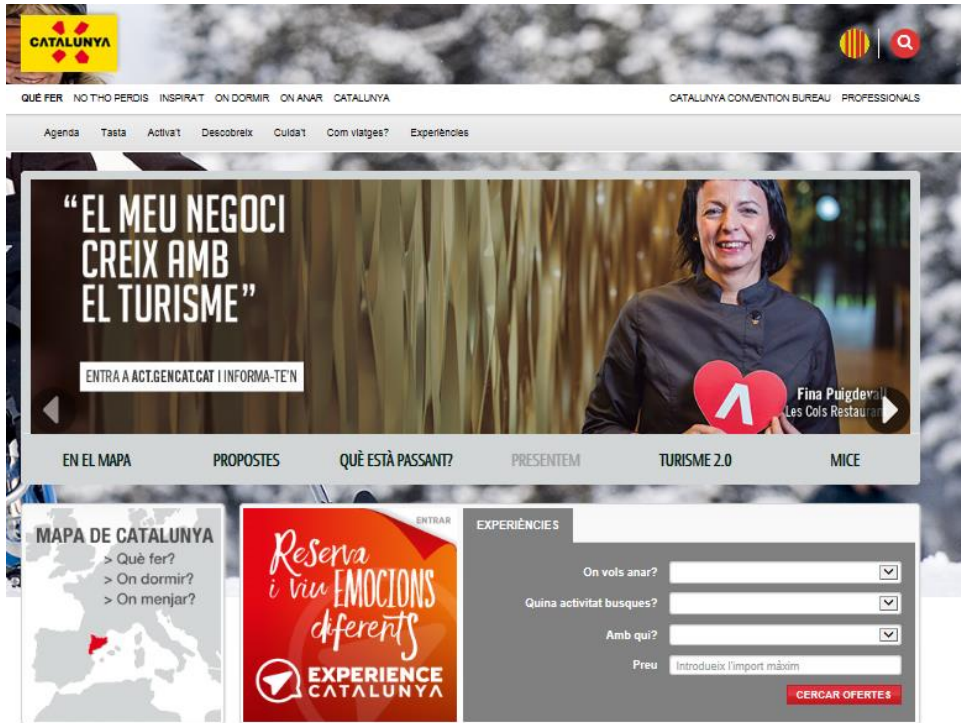
SPIRITYOUTH



Co-funded by the COSME programme
of the European Union

- 1) L'Any del Turisme Cultural 2018: repte i objectius
- 2) Programes de Treball amb el Sector
Arts i Cultura
Ciutats i Viles amb Caràcter
Pobles amb Encant
- 3) Pla de Promoció

Canals de promoció online



www.catalunya.com
<http://act.gencat.cat>



App Visit Catalonia

#CATALUNYAEXPERIENCE



+915.353
380.961



+67.979
+21.775 tuits



+190.000
+1,370M



+6.158
+6.949M



1.500
2.600 likes

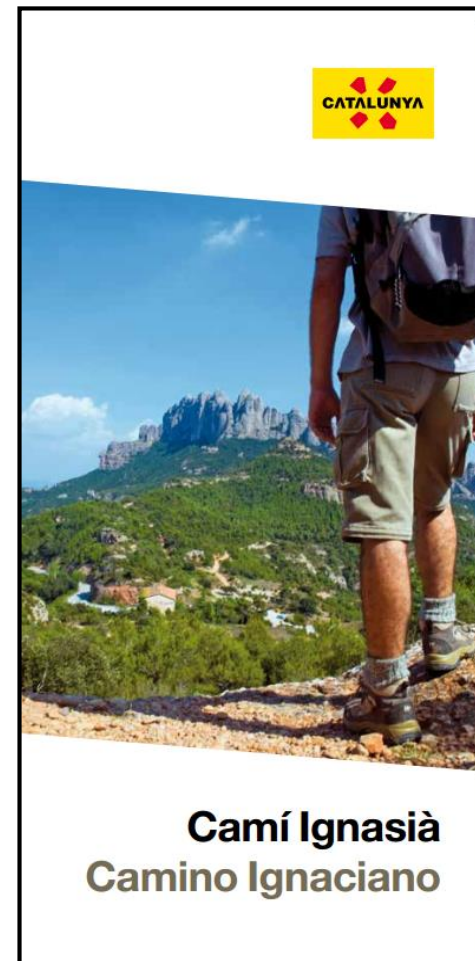


+5.477
+8.941M

+ 1Milió seguidors des de l'any 2009

#catalunyaescasateva #CatalunyaAdvisors #GuestInstagramer #turismeaccessible
#accessible4all #turismefamiliar ...

Canals de promoció Offline



✓ REVISTA DIGITAL CATALUNYA EXPERIENCE



Catalunya Experience #2

Sàpiens Publicacions Viajes y guías

PEGI 3

Ofrece compras en la aplicación

No tienes dispositivos

Añadir a la lista de deseos

Instalar



Editorial

In Catalonia, gastronomy is more than a tourist high way of living and storytelling. What is the flavour of C the taste of the Mediterranean shores, the food and wine of the Pyrenees, the traditional meats and the vineyards, the flavour of fruit, vegetables, wines, specialties are made, cooked, and eaten in every corner creating a distinct world of flavours and sensations. It is a culture in order to offer unforgettable experiences abundant and diverse tourism. Highlights are seen as they are naturally found and shared, without crowd for the environment that welcomes and surrounds the the European Commission have declared 2017 the Year of Gastronomy.

For all of these reasons, in addition to the work and in Catalonia has received the title of 2016 European Capital of Gastronomy in the public with regard to different gastronomy achieved thanks to the nomination presented by the project, such as World Heritage recognition in order to enhance the gastronomy of the land and the from the kitchen to the table. The products and the history, and a culture that treasures endless attraction.

Catalunya Experience Magazine es una publicación electrónica para descubrir Cataluña de una manera fácil, interactiva y entretenida. Este segundo ejemplar gira en torno a la gastronomía. ¿A qué sabe Cataluña? En la orilla del mar Mediterráneo, a las recetas marineras de toda la vida; a la sombra de las montañas del Pirineo, a embutidos artesanos; en los campos, en las huertas o en las viñas, a frutas, verduras, arroces, vinos o cavas. En cada rincón del territorio se producen, elaboran y consumen especialidades muy diferentes que forman un universo único de sabores y sensaciones.

Descàrrega gratuïta per tablets a les botigues d'IOS i Android (App Store i Google Play)

Campanya de comunicació i publicitat



<https://www.youtube.com/watch?v=LnQ-29prb-l>



CATALUNYA ÉS CASA TEVA

<http://escasateva.catalunya.com>

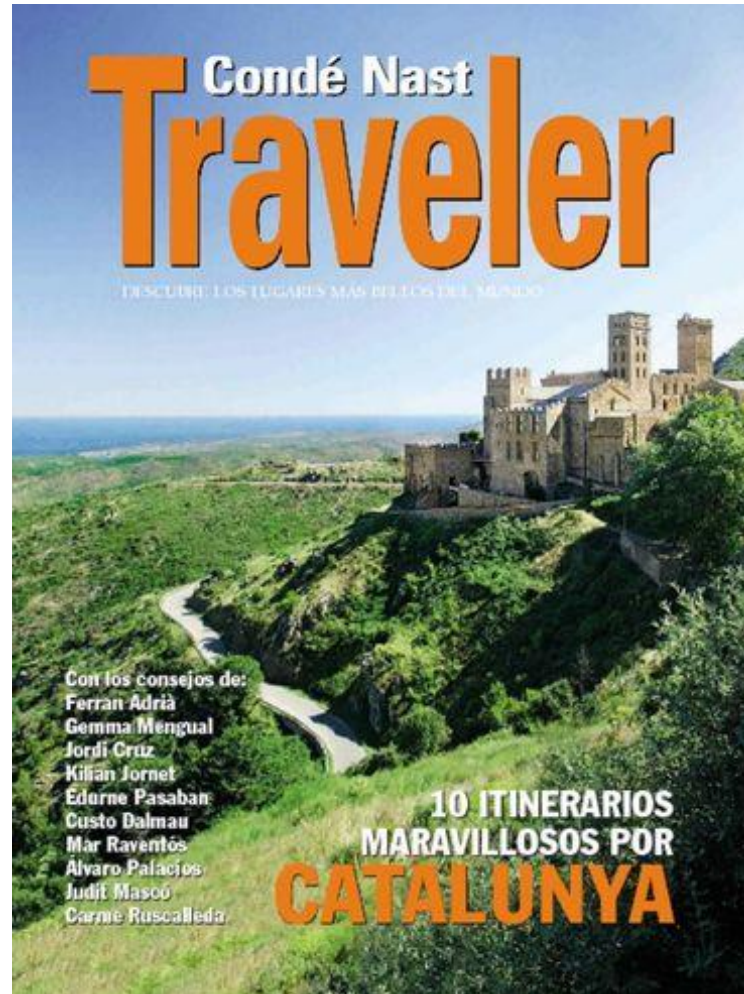
✓ PROGRAMA DE TELEVISIÓ CATALUNYA EXPERIENCE



<https://www.youtube.com/watch?v=VCsXETt8BU0>



✓ MONOGRÀFIC DE TURISME CULTURAL A CATALUNYA 2018



Accions de promoció Offline

- ✓ VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ
- ✓ VIATGES DE PREMSA I BLOGGERS
- ✓ WORKSHOPS DE PRODUCTE
- ✓ PRESENTACIONS DE PRODUCTE, ALGUNES VINCULADES A EXPOSICIONS
ITINERANTS
- ✓ FIRES TURÍSTIQUES GENÈRIQUES AMB PROMOCIÓ DEL TURISME CULTURAL

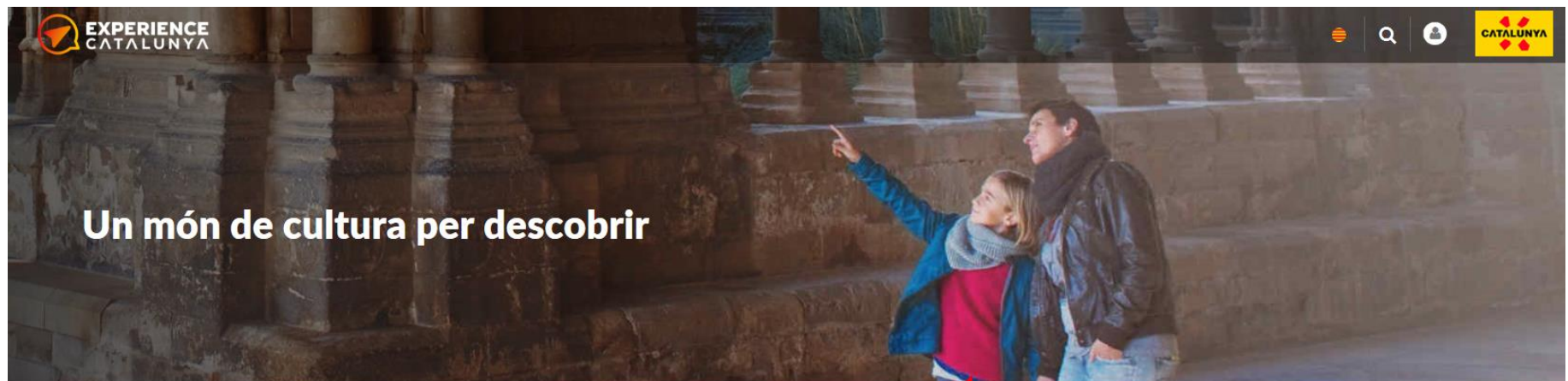
Creació de producte i comercialització

- ✓ JORNADA INTER - ADHERITS
- ✓ INTERNATIONAL TOURISM WEEK
- ✓ PRESÈNCIA ACTIVA A LA XARXA
- ✓ ACORD DE COL·LABORACIÓ AMB



✓ PLATAFORMA DE VENDES

<https://experience.catalunya.com>



Busca la teva experiència

< Febrer 2017 >

DI	Dt	Dc	Dj	Dv	Ds	Dg
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28				

On? ▼

Visites culturals ▼

A la recerca de l'or i les estrelles

Dos dies per gaudir de les estrelles, d'indrets d'interès cultural i històric i c...

Terres de Lleida

des de 110,00 € **RESERVAR**

Ara Lleida, tasta-la

Dos dies per conèixer les terres de Lleida, els seus productes, visita 4x4 i obse...

Terres de Lleida

des de 130,00 € **RESERVAR**

Activitats aquàtiques en família al País dels ...

Cap de setmana per gaudir de la platja i entrar a un poblat ibèric tal com era fa ...

Costa Daurada

des de 140,00 € **126,00 € RESERVAR**

Arquitectura i Paisatge de la Garrotxa i Palamós

Escapada de dos dies amb un arquitecte per Olot i Palamós

Costa Brava

des de 1.174,00 € **RESERVAR**

Altres accions

Investigació i Intel·ligència de Mercat

- ✓ **Estudi del perfil del turista cultural:** Definir el perfil del turista cultural
- ✓ **Baròmetre de satisfacció:** Conèixer la valoració que en fan els visitants de Catalunya
- ✓ **Enquesta de turisme cultural:** Aprofundir en el coneixement dels drivers del turista cultural a Catalunya
- ✓ **Presència activa a l'associació**



+ Cursos de Formació al sector, genèrics o de producte

Programa Advisors



Benedetta Tagliabue



Celler de Can Roca



Kilian Jornet



Robert Englund



Ivana Miño



<https://www.youtube.com/watch?v=kR5N0XO9eE0>

ESBÓS DE LES PRINCIPALS ACCIONS PROPOSADES PER L'ACT

SOM CULTURA TOUR

- ✓ Presentacions de l'oferta de turisme cultural a Catalunya
- ✓ A les principals ciutats europees emissores
- ✓ De la mà dels Patronats de Turisme de les Diputacions
- ✓ Amb una dinàmica innovadora
- ✓ Vinculat, a ser possible,
a esdeveniments culturals de
referència relacionats amb
Catalunya



Aconseguir que la tradició de la rosa i el llibre per **SANT JORDI** sigui coneguda internacionalment, a través de diverses accions:



- ✓ *Meet the press*
- ✓ Concurs internacional d'aparadors de llibreries amb votacions online (jurat popular/professional)
- ✓ Campanya de dinamització a les xarxes socials a nivell mundial

Workshop i viatges de familiarització

BUY CATALUNYA amb especial incidència en operadors
que treballin el turisme cultural



Participació al Festival **SMITHSONIAN 2018**, en què el Departament de Cultura farà una important acció promocional, atès que Catalunya és cultura convidada.



En el marc de l'**Any d'Europa a la Xina**,
 Projecte *Joint Promotion* marca Europa, l'ACT
 farà especial incidència en aquest mercat.

EU-China Year
 of Tourism 2018

*World Bridge Tourism
 European Launch*

