

Jornada InterPirineus 2025

Marca Pirineus de Catalunya



@visitpirineus #InterPirineus2025



Jornada InterPirineus 2025 – 7 d'octubre de 2025

- 08:30h** Recepció i acreditació dels participants
- 09:00h** Benvinguda de la Jornada per part dels amfitrions
- 09:15h** Estratègia de Màrqueting: (+) Catalunya, millor turisme
- 09:35h** Estratègia Marca Pirineus de Catalunya
- 10:00h** Sessió d'intel·ligència de mercat
- 11:00h** Pausa cafè
- 11:30h** Sessió d'intel·ligència de mercat
- 12:30h** Taula rodona de Turisme Regeneratiu al Pirineu. Futur i llegat
- 13:30h** Dinar còctel
- 15:15h** Workshop B2B
- 17:30h** Cloenda de la Jornada InterPirineus 2025





Benvinguda Jornada InterPirineus 2025

Joan Plana

Vicepresident 2n

Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Pia Serinyana

Alcaldeessa

Ajuntament de Cadaqués

Xavier Camps

President

Empordà Turisme

(+) Catalunya, millor turisme

Una manera compartida d'entendre i transformar el turisme,
més conscient i autèntica



Estratègia de màrqueting: (+) Catalunya, millor turisme

Patrick Torrent
Agència Catalana de Turisme (ACT)



(+) Catalunya, millor turisme, s'ha elaborat **amb el consens dels agents clau del sector turístic**, tant en l'àmbit català com estatal i internacional

+30 taules de treball amb l'ACT

Sessions de contrast amb institucions europees
(Comissió Europea, ETOA, UN Tourism, Necstour, etc.)

Sessions amb Turespaña i el Consell de Direcció de l'ACT

Enquesta digital amb **(+) de 200 respostes**

5 convocatòries territorials amb el sector turístic català amb **(+) 1.000 empreses participants**

Sessions amb representants públics i privats

Jornada amb el sector turístic amb **(+) 250 participants**

Jornada amb membres de l'ACT amb **(+) 150 participants**

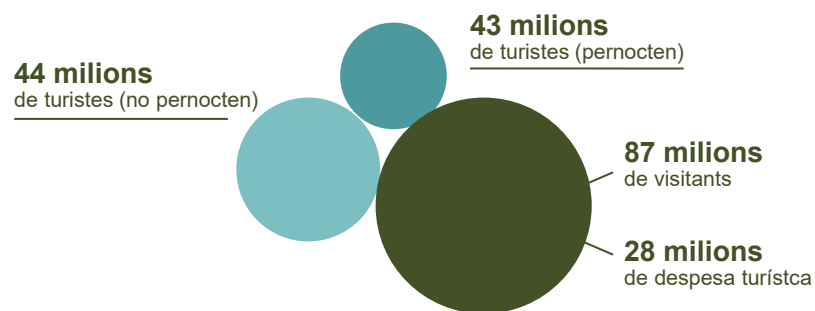
La Catalunya del present i del futur immediat ha de tenir molt en compte el paper del turisme com a motor econòmic.

LA DEMANDA

El 2024, Catalunya va rebre **19,8 milions de visitants** estrangers.

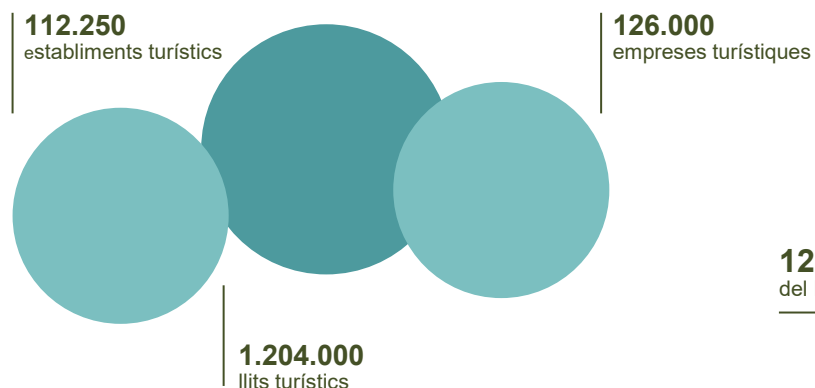
Un total del **87 milions de visitants** (43 M amb pernoctació i 44 M excursionistes)

Que van deixar una **despesa directa de 28.000 M€**, amb una mitjana de **212 € diaris per visitant estranger**.



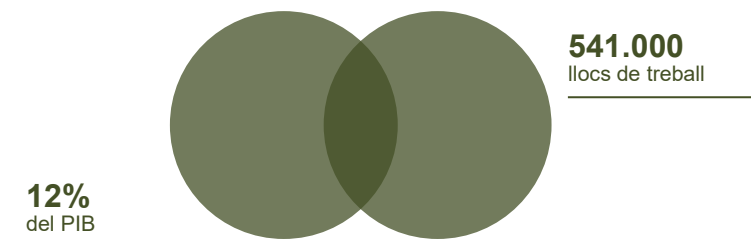
L'OFERTA

Amb **més de 126.000 empreses, 1,2 milions de llits i 111.250 establiments**, el sector mostra una àmplia implantació territorial i econòmica.



L'IMPACTE ECONÒMIC

En definitiva, el turisme és un sector estratègic que aporta un **12% al PIB català** i genera ocupació per a **més de 541.000 persones**.

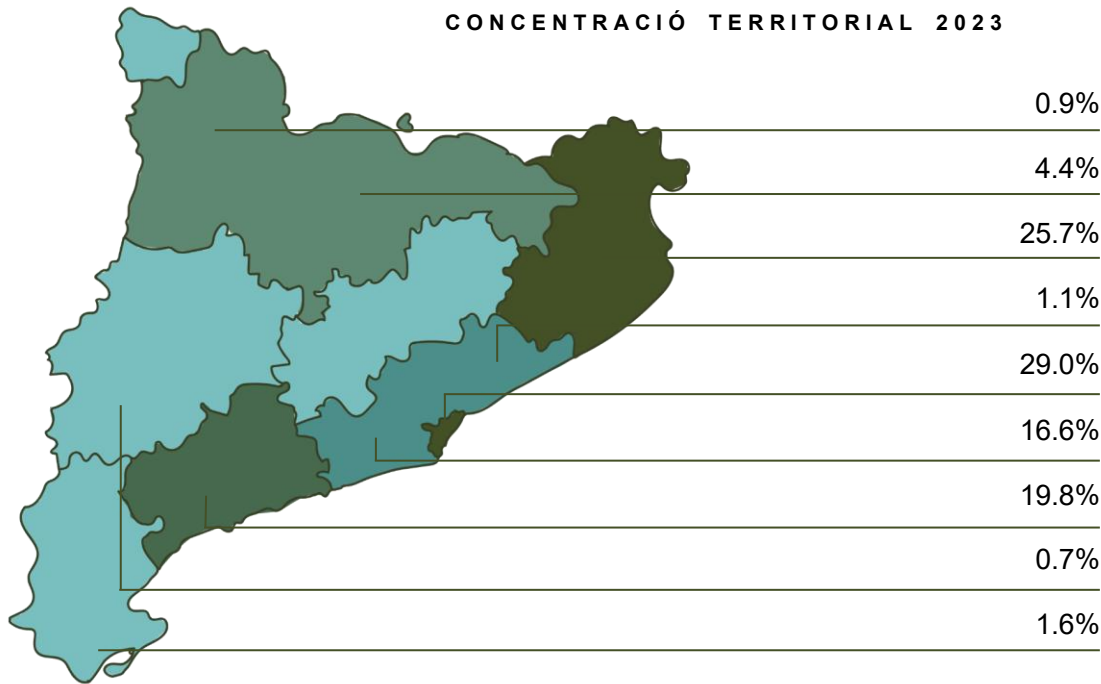


Alhora, s'ha de tenir també molt present les **externalitats i desequilibris** que la mateixa activitat pot generar al territori.

A nivell territorial, amb una forta concentració dels visitants al llarg de la costa i la ciutat de Barcelona.

A nivell temporal, amb una forta estacionalitat a l'estiu en la majoria dels territoris.

(+) Catalunya, millor turisme, ha de ser un instrument important per intentar corregir aquests desequilibris.



MARQUES TURÍSTIQUES

Val d'Aran	34%	20%	46%
Pirineus	44%	27%	20%
Costa Brava	63%	31%	6%
Paisatges Barcelona	38%	37%	25%
Barcelona	38%	35%	27%
Costa Barcelona	56%	33%	11%
Costa Daurada	65%	27%	8%
Terres de Lleida	56%	31%	13%
Terres de l'Ebre	38%	36%	26%

JUNY
JULIOL
AGOST
SETEMBRE

MARÇ
ABRIL
MAIG
OCTUBRE

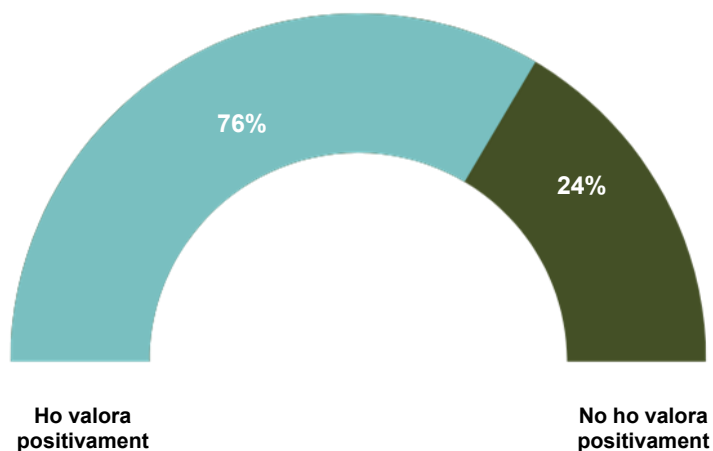
GENER
FEBRER
NOVEMBRE
DESEMBRE

(+) Catalunya, millor turisme

L'estratègia de Màrqueting (+) Catalunya, millor turisme fa un pas decisiu cap un model més equilibrat i connectat amb les **realitats locals**. És una aposta que vol **potenciar l'impacte positiu** de l'activitat i redefinir la relació amb les franges d'edat amb menys suport actual.

La majoria de la ciutadania **dona suport al turisme** i en **valora el seu impacte de manera positiva**.

Percepció general del turisme



El suport és especialment destacat **en edats més altes** però baixa entre els més joves i la franja de 35 a 49 anys.

Suport al turisme segons l'edat



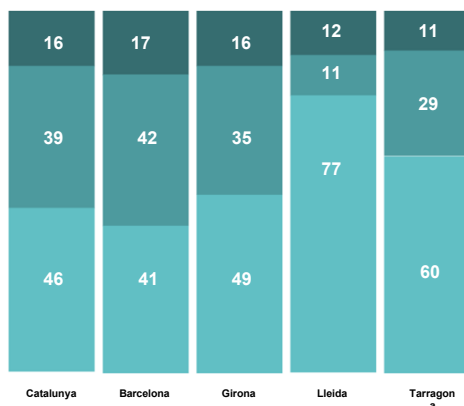
Finalment, la percepció del ‘resident’ vers l’activitat turística es pot interpretar des de diferents dimensió d’anàlisi. La nova estratègia (+) Catalunya, millor turisme, contempla aquest gran repte.

Tot i que un 53% dels catalans aposten per continuar fomentant el turisme, les percepcions sobre la seva intensitat varien molt:

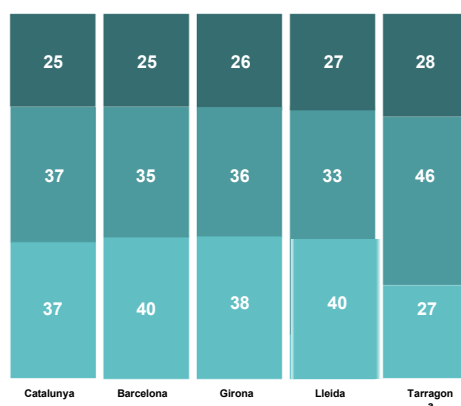
Lleida i Tarragona veuen marge per créixer.

Barcelona i Girona perceben una saturació creixent.

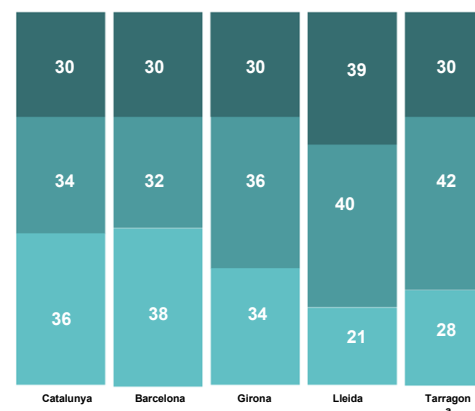
“S’ha de continuar fomentant el turisme”



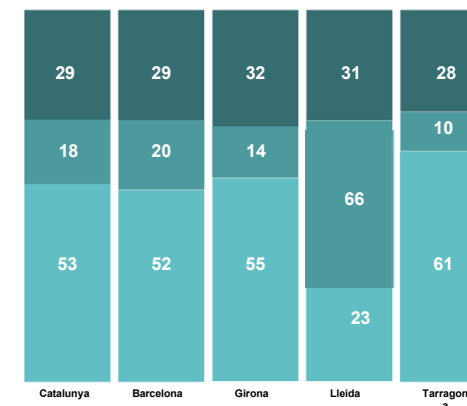
“La meua comarca hauria d’atreure més turistes”



“El turisme limita les activitats i l’espai públic de la gent que viu aquí”



“S’està arribant al límit de la capacitat de poder absorbir el turisme a la meua comarca”



D'acord En desacord No ho sé i N/A

(+) Catalunya, millor turisme

una manera compartida d'entendre i transformar el turisme,
més conscient i autèntica

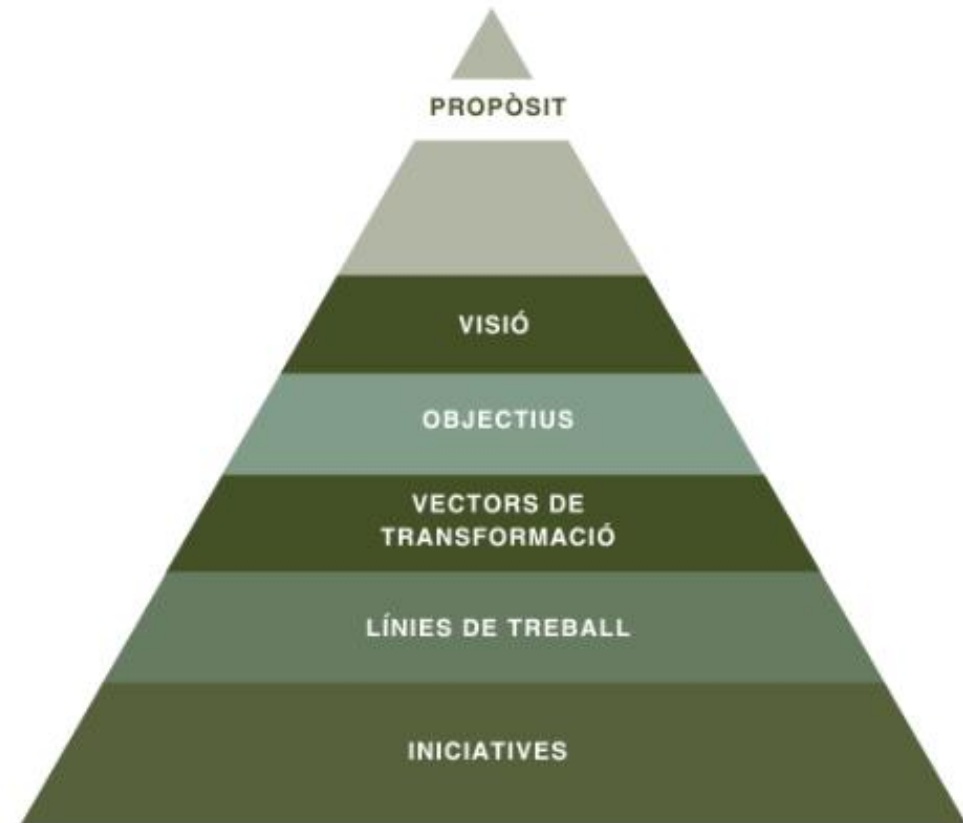
Del Volum al Valor

La nova (+) Catalunya, millor turisme, està centrada a assolir un **propòsit**: *“aportar benestar a la comunitat a través dels valors de viatjar.”*

I una **visió** per al 2030:

“

“Fer de Catalunya una destinació europea líder en turisme conscient que genera l’aportació més gran a l’economia local i al benestar de la comunitat ”



(+) Catalunya, millor turisme, es concreta en els **objectius 4 (+) 4 que ens permetran avaluar els diferents avenços.**

A les 4D de l'anterior pla ara amb la nova estratègia **(+) Catalunya, millor turisme**, va més enllà i li suma la 'Satisfacció de la relació client-resident', la 'Sostenibilitat', 'Fidelització del visitant conscient' i "Marca Catalunya".

(+) Catalunya, millor turisme



(+) Catalunya, millor turisme, ha de ser una estratègia mesurable amb mètriques clares i resultats quantificables.

Gràcies a una clara orientació cap a la cultura de la dada,

(+) Catalunya, millor turisme, incorpora una bateria d'indicadors estratègics que permetran fer un **seguiment dels objectius i resultats esperats** així com la seva evolució fins el 2030.

Objectius 4 (+) 4

TEMPORALITAT

Índex Gini Desestacionalitzat
Mesura de la distribució temporal de l'arribada de visitants estrangers

2023	Objectiu 2030	Variació
0,15	0,12	-20%

DIVERSIFICACIÓ

Índex Gini Tipus Turisme
Mesura la distribució tipologies de turisme practicat

2023	Objectiu 2030	Variació
0,4	0,32	-20%

DESCONCENTRACIÓ

Índex Desconcentració Territorial
% establiments fora de la costa i Barcelona

2023	Objectiu 2030	Variació
8,9%	12%	+35%

IMPACTE ECONÒMIC

Mitjana Despesa diària per capita.
€ per persona/dia

2023	Objectiu 2030	Variació
125€	134€	+7,5%

SATISFACCIÓ RELACIÓ RESIDENT - VISITANT

Percepció de l'impacte del turisme
% de residents que el veuen positiu o molt positiu

2023	Objectiu 2030	Variació
83%	87%	+5%

SOSTENIBILITAT

Índex de sostenibilitat ambiental. Índex rànquing EPI i pernactacions D

2023	Objectiu 2030	Variació
0,84	0,90	+7,4%

FIDELITZACIÓ

Satisfacció dels Visitants a Catalunya Puntuació 0-10

2023	Objectiu 2030	Variació
7,9	8,5	+7,6%

MARCA CATALUNYA

Índex Regional de posicionament de marca turística

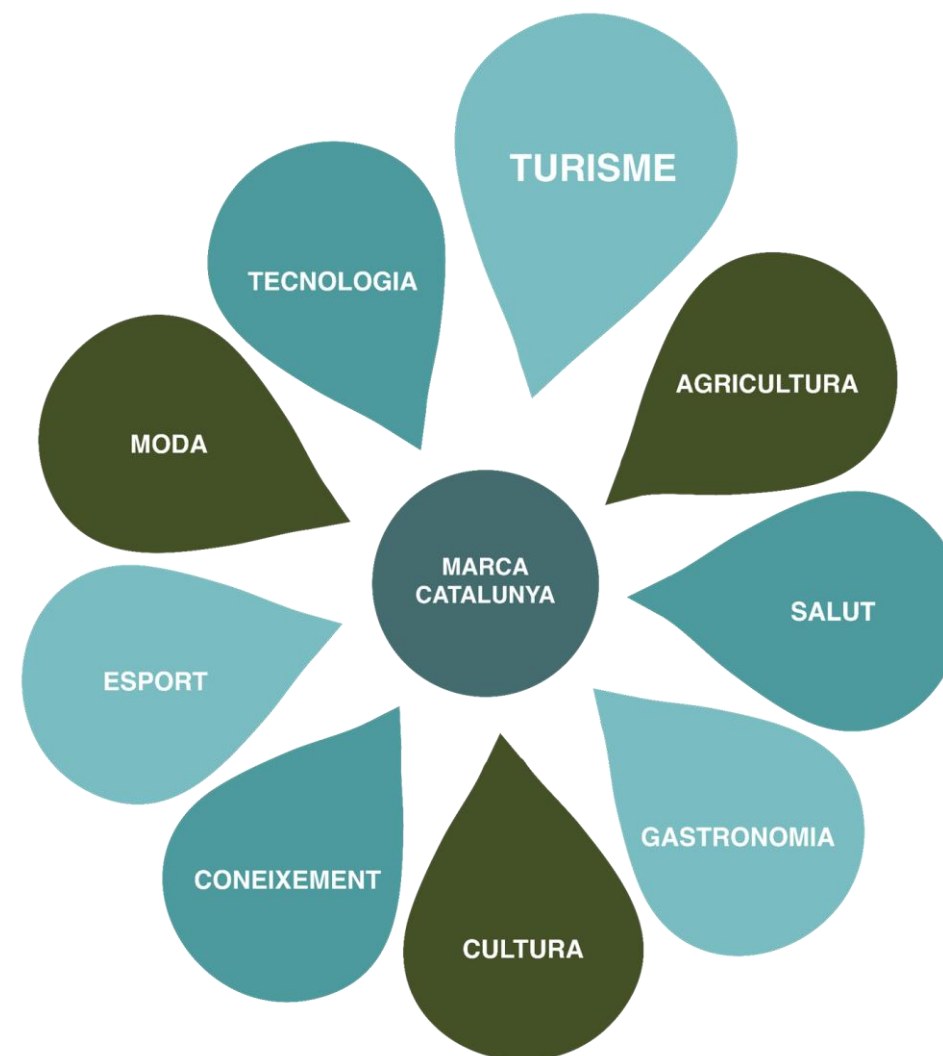
2023	Objectiu 2030	Variació
R18	R10	8 posicions

(+) Catalunya, millor turisme

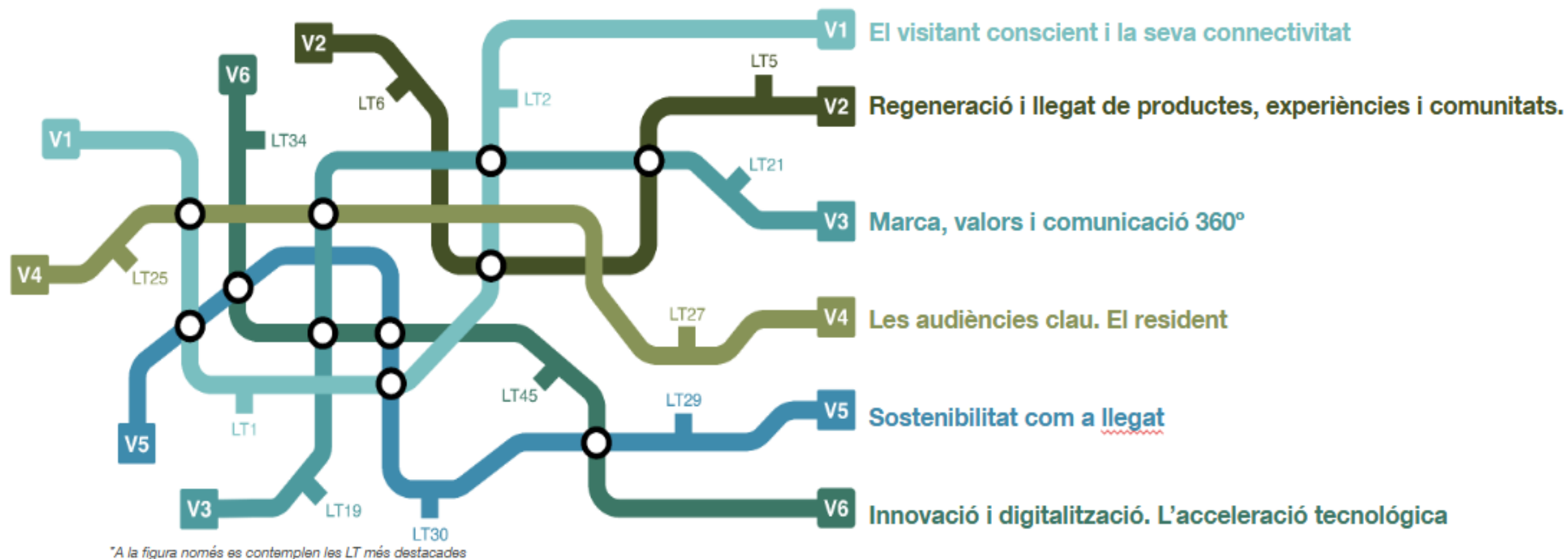
La **‘Marca Catalunya’** va més enllà de l’activitat turística i s’integra amb una proposta de futur més àmplia que ha d’incloure necessàriament els seus sectors estratègics.

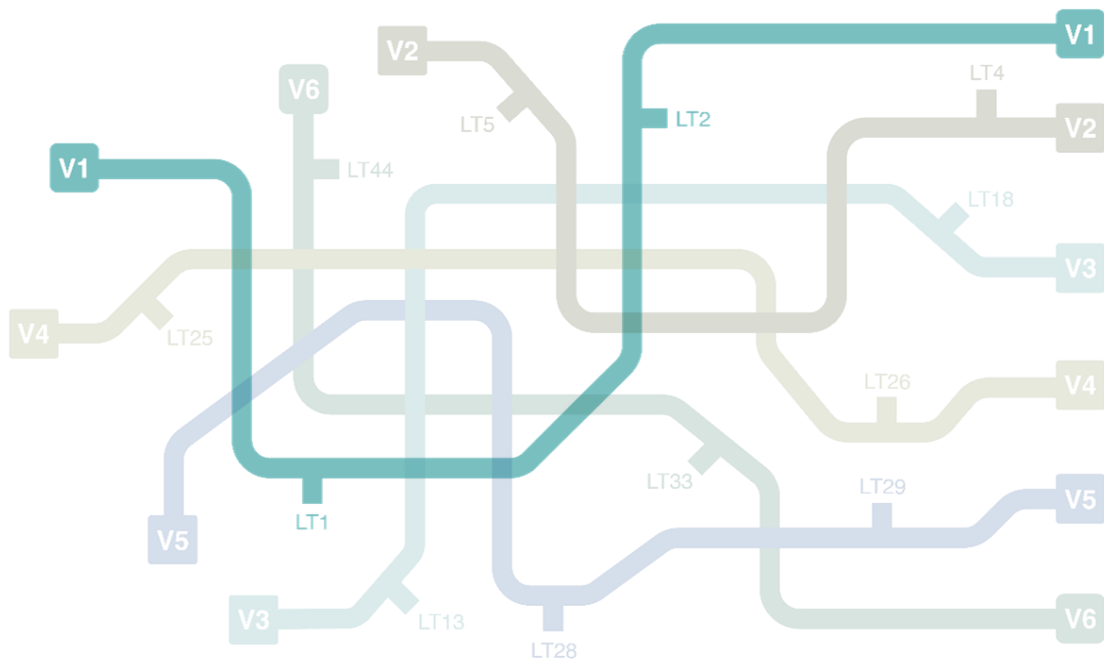
La potenciació de la **‘Marca Catalunya’** ha d’anar de la mà de la **promoció d’altres sectors estratègics** per a fer créixer el posicionament internacional de Catalunya com a espai de turisme conscient, creador de cultura, amant de l’esport, impulsor de la innovació i el coneixement.

Fer créixer una marca requereix un seguit d’accions que, al llarg del temps i en conjunció amb un entorn de valors compartits, aconseguen **posicionar la marca en l’imaginari de les audiències i públics objectius**.



La nova (+) Catalunya, millor turisme, vol donar resposta als **objectius 4 (+) 4** a través del desplegament de **6 grans vectors de transformació (V)**, que es desglossen en (+) **vint línies de treball (LT) rellevants** i es concreten en (+) **100 iniciatives**.



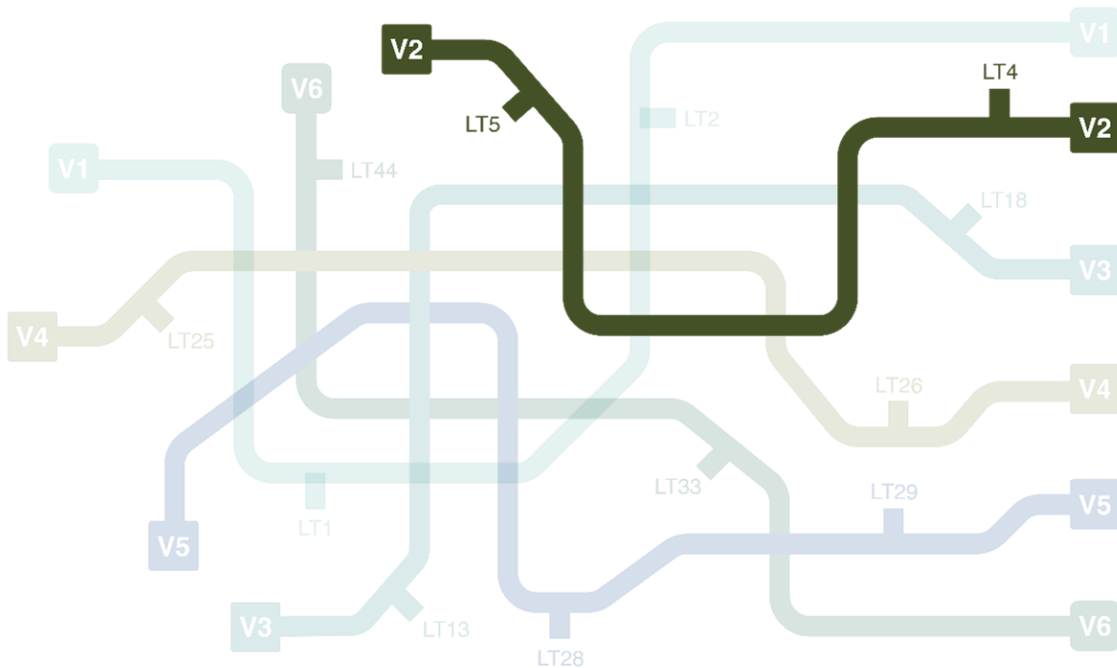


La cerca del visitant conscient i la seva connectivitat

El visitant **conscient** valora experiències alineades amb el seu propòsit, minimitza l'impacte negatiu i es converteix en un agent de regeneració del territori.

S'identifiquen els segments clau segons els seus **MINDSETS**, alineació amb els valors de **(+) Catalunya, millor turisme**, i el seu potencial de mercat.

La **Connectivitat** es la clau per vincular aquest visitant d'alt valor amb les experiències de les nostres destinacions.

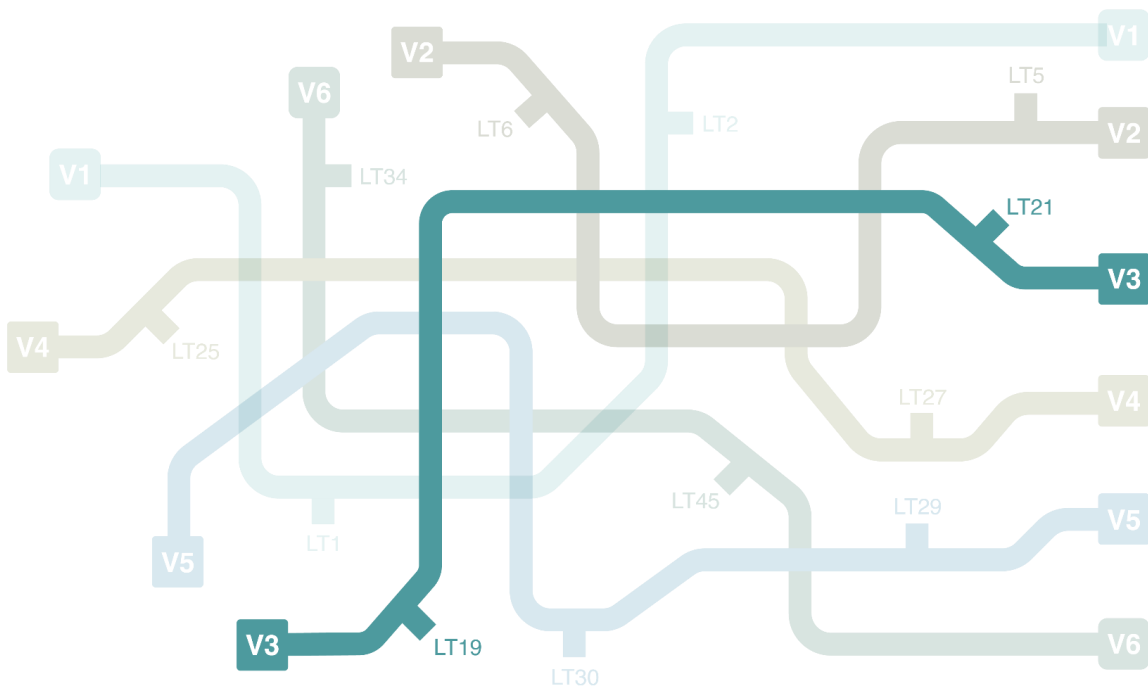


La regeneració i llegat de productes, experiències i comunitats.

La **regeneració** d'experiències parteix de nous posicionaments **d'empreses conscients** dels canvis socials i ambientals que afecten al planeta.

Aquestes empreses impulsen la construcció de **llegats** vinculats a l'activitat turística en els territoris on es troben implantades i que alimenten el propòsit d'aquesta estratègia: **millorar la qualitat de vida de les comunitats locals a Catalunya.**

Els programes de l'Agència transiten cap a **Comunitats.**

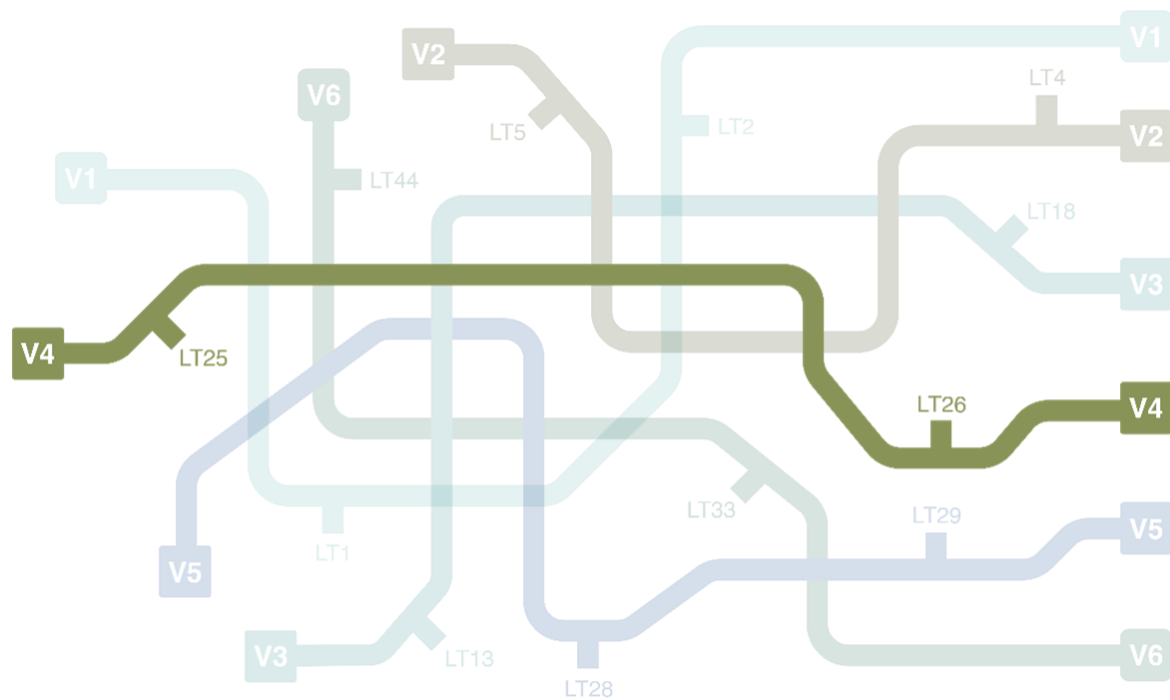


La marca, els valors i la comunicació 360°

L'estratègia (+) **Catalunya, millor turisme**, requereix un nou model de comunicació que transita des d'un màrqueting d'esdeveniments a un màrqueting de **continguts**.

Es una aposta per la gestió eficient i personalitzada dels **continguts** i els canals que permet donar resposta als objectius de connectar el visitant conscient amb les experiències de valor de les nostres destinacions.

El desplegament de la tecnologia en els **programes 4P** amb Fons FEDER permet garantir aquesta vector de transformació.

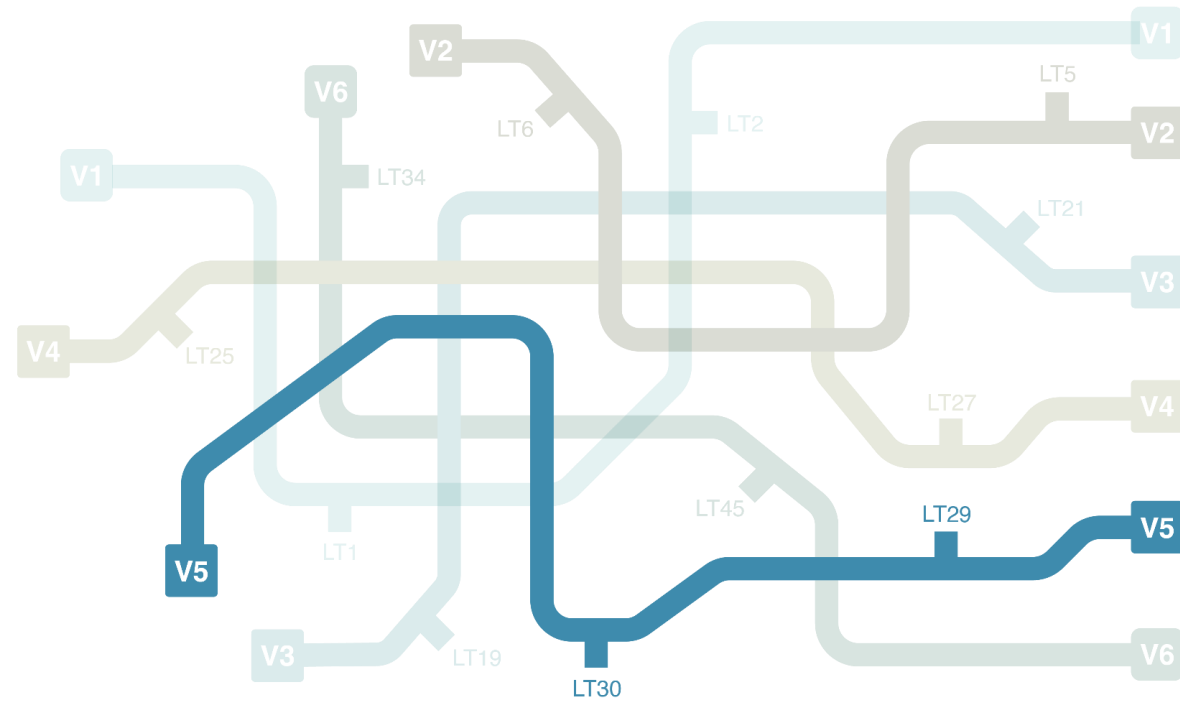


Les audiències clau. El resident

Es treballa amb la **reputació** de les nostres destinacions per tal que els **residents** puguin percebre els impactes positius que l'activitat de l'economia del visitant genera al territori, i al mateix temps puguin donar a conèixer activitats locals que generin sensibilització i pedagogia als que les visiten.

S'interpreta el visitant com a **resident temporal**, que actua amb la mateixa cura, responsabilitat i estima que un resident.

Fem **autoestima** dels nostres territoris i recuperar l'**hospitalitat** fent respectar i comprendre la nostra identitat i la manera de viure.

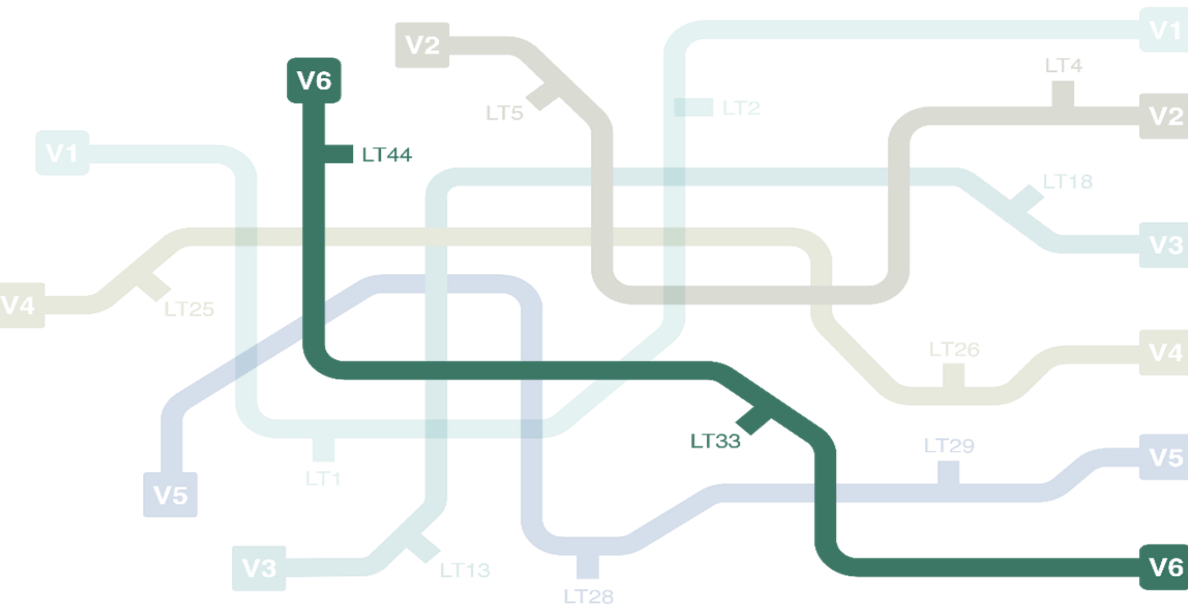


Sostenibilitat: el llegat i l'impacte positiu com a eixos centrals del propòsit

La Xarxa **Turisme per a Tothom** és el camí, ja iniciat, per posicionar Catalunya com una destinació líder en l'**accessibilitat universal** a tot Europa.

El **llegat** de les accions de màrqueting, dels esdeveniments MICE i la seva translació al sector leisure garanteix el desplegament de plans de llegat que accelerin l'obtenció dels objectius que marca l'estratègia.

La **Sostenibilitat** aplicada de forma transversal dins de l'Agència permet liderar projectes més ambiciosos oberts ara per tot Catalunya com el **Pla d'Acció Climàtica** i el compromís per la **reducció d'emissions**.



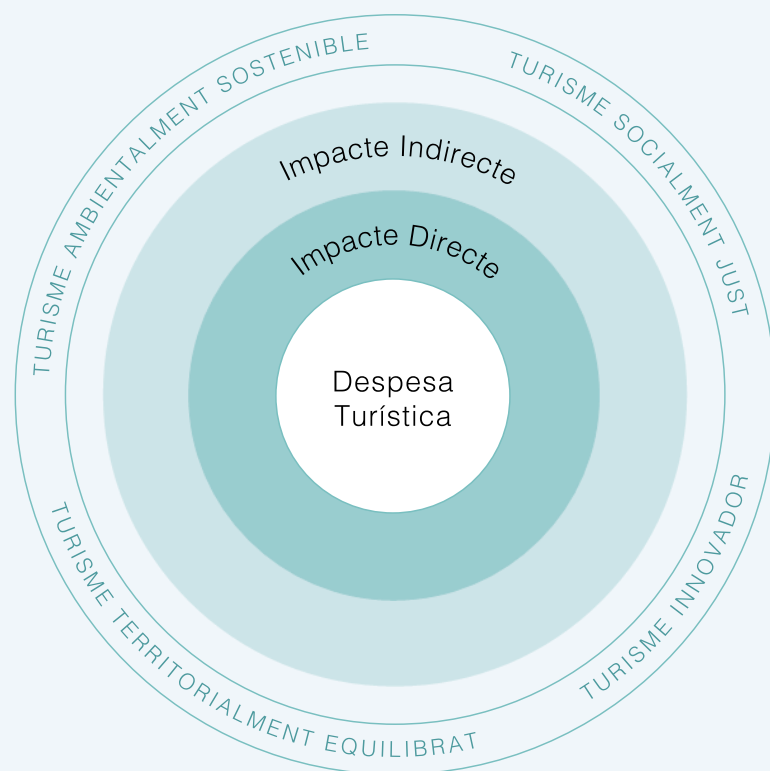
Innovació i Digitalització. Acceleració Tech i IA

(+) Catalunya, millor turisme, fa una aposta decidida per la **innovació**, **fomentant noves aliances** i formes organitzatives i impulsant l'ús de noves tecnologies, en especial **IA**.

Especialment, es té en compte el canvi de paradigma que pot suposar l'ús de la **IA** en tota la cadena de valor del turisme: creació de continguts d'experiències més personalitzades, suport comunicatiu en la millora de la gestió de fluxos, hipersegmentació de demanda, creació de nous canals d'interacció amb el visitant, etc.

(+) CATALUNYA

Una nova concepció del turisme



(+) Catalunya, millor turisme

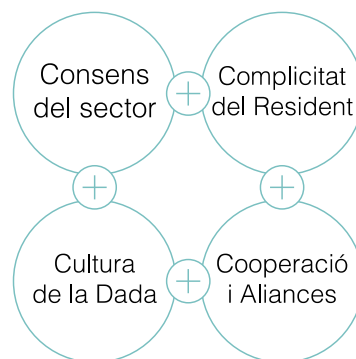
PROPÒSIT

"Aportar benestar a la comunitat a través dels valors de viatjar."

VISIÓ

"Fer de Catalunya una destinació europea líder en turisme conscient que genera l'aportació més gran a l'economia local i al benestar de la comunitat."

ESTRATÈGIA CONSENSUADA, RESPONSABLE, MESURABLE I INNOVADORA



MILLOR TURISME

Una nova brúixola estratègica que ens permeti assolir els objectius 4 (+) 4 a través de sis vectors de transformació

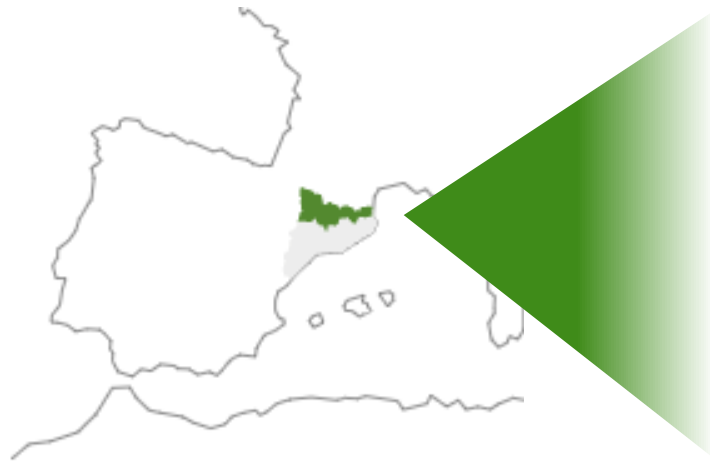




Pirineus
The Catalan
Pyrenees
www.visitpirineus.com

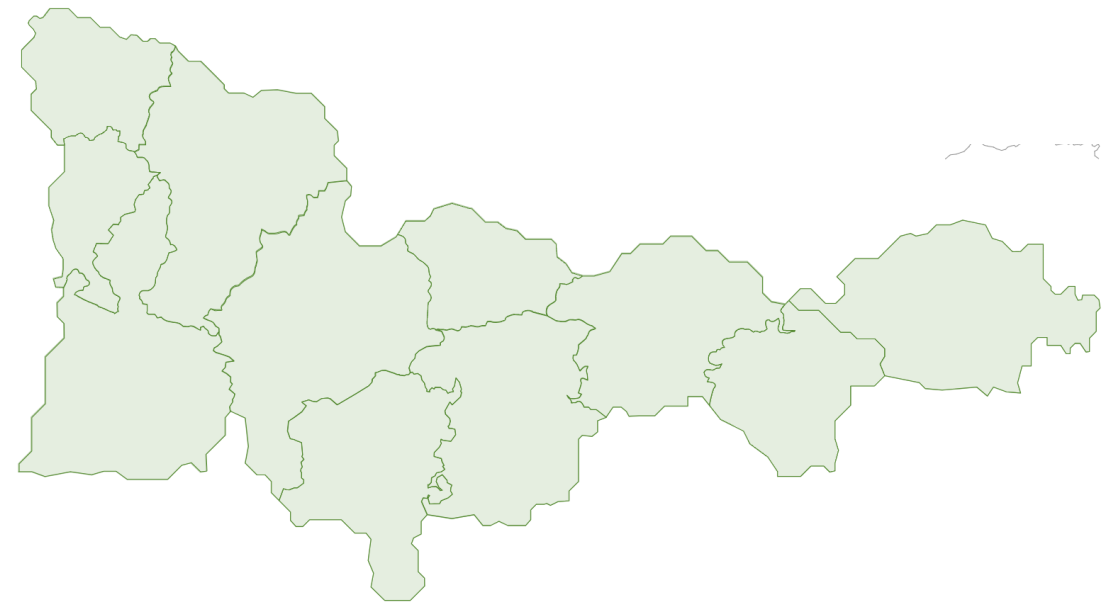


L'objectiu principal del programa Pirineus és consolidar les 11 comarques del Pirineu Català com a destinació turística única i transversal



Pirineus

Alt Empordà
Alt Urgell
Alta Ribagorça
Berguedà
Cerdanya
Garrotxa
Pallars Jussà
Pallars Sobirà
Ripollès
Solsonès
Val d'Aran



Mitjançant un pla d'accions anual, el programa Pirineus realitza una promoció específica i segmentada de la destinació als mercats emissors nacional i internacional, amb l'objectiu d'atraure un perfil de visitant que contribueixi a desestacionalitzar i diversificar la demanda.

Per a poder assolir aquest objectiu, el programa Pirineus compta amb la participació i el suport dels seus socis



 Generalitat de Catalunya
Agència Catalana de Turisme




Diputació de Lleida
Patronat de Turisme


Pirineu de Girona


VAL D'ARAN
L'essència dels Pirineus


IDAPA
Institut per al Desenvolupament
i la Promoció de l'Alt Pirineu i Aran
*Institut entath Desenvolupament
e era Promoció deth Naut Pirenèu e Aran*

 FGC
TURISME
RESPIRA NATURA

 Pirineus
Barcelona

 Diputació
Barcelona



LA VISIÓ DE LA MARCA PIRINEUS DE CATALUNYA

La marca Pirineus de Catalunya és una finestra oberta al coneixement i l'estima d'un territori únic i amb una forta identitat pròpia.

Pirineus de Catalunya es consolidarà com una destinació de muntanya de referència al sud d'Europa, reconeguda per la seva identitat, autenticitat, sostenibilitat i diversitat d'experiències al llarg de tot l'any.

La marca esdevindrà un model de col·laboració entre institucions, empreses i territori (més enllà de l'àmbit turístic), per tal d'esdevenir una destinació turística equilibrada que contribueixi a la preservació del patrimoni natural i cultural, alhora que a generar oportunitats econòmiques i a millorar la qualitat de vida de les comunitats locals.

L'objectiu és que els Pirineus catalans siguin percebuts, tant pels visitants com pels residents, com un espai únic de benestar, descoberta i respecte pel medi.

LA MISSIÓ DE LA MARCA PIRINEUS DE CATALUNYA

Pirineus de Catalunya és la marca que representa i impulsa la diversitat i riquesa del territori pirinenc català, com una destinació integral i transversal de referència per al turisme sostenible i conscient.

Amb un enfocament basat en la identitat, l'autenticitat, la natura, la cultura i les experiències actives, la marca treballa per consolidar la destinació i per fomentar un desenvolupament equilibrat i la desestacionalització de la demanda turística.

Com a projecte transversal i col·laboratiu, la seva missió és esdevenir un veritable òrgan de gestió integral (àmbit turístic) dels Pirineus de Catalunya.

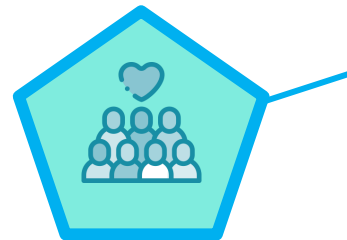
POSICIONAMENT DESITJAT

Elements clau



Turisme responsable i sostenible

Posar en valor la natura i la cultura local, prioritzant pràctiques respectuoses amb l'entorn.



Compromís amb la comunitat local

Implicar la població local en el procés turístic, tot contribuint al desenvolupament econòmic i al benestar social.

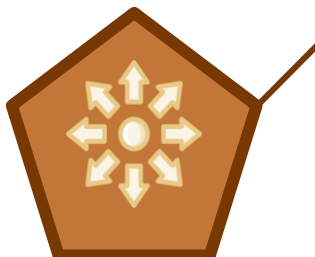
Experiències úniques i memorables

Oferir una diversitat d'experiències que van més enllà de les activitats tradicionals, incorporant la gastronomia, la identitat i la cultura local.



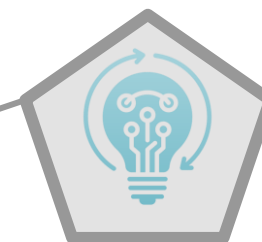
Diversificació i desestacionalització

Amb una oferta singular que atrau visitants durant tot l'any, reduint la dependència de les temporades altes. Una "Destinació Total".



Innovació i visibilitat

Mostrar els Pirineus de Catalunya com una destinació dinàmica i en constant innovació dins el mercat del turisme de natura/muntanya i sostenible europeu.



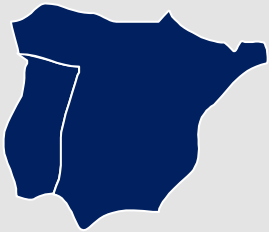
Uns pirineus propers i accessibles

Som una destinació propera, de fàcil accés i ben connectada amb els principals mercats emissors, que posa al seu abast una muntanya amable on la natura, la cultura i l'aventura es combinen per oferir moments inoblidables



MERCATS PRIORITARIS

ESPANYA



FRANÇA



ALEMANYA



REGNE UNIT



BENELUX



MERCATS PRIORITARIS, CURT I MIG TERMINI

REGNE UNIT



BENELUX



FRANÇA



ESPANYA



ALEMANYA



PRODUCTES PRIORITARIS

Actiu	Natura	Cultura	Gastronomia	Neu
• Senderisme	• Parc Nacional	• Patrimoni tangible / intangible	• Gastronomia	• Esquí alpí
• Bicicleta	• Parcs Naturals	• Història	• Enoturisme	• Esquí de fons
• Esports d'aventura	• Aigües d'interior	• Museus	• Productors i productores locals	• Raquetes
• Curses, turisme esportiu	• Ecoturisme (observació flora i fauna)	• Tradicions i identitat	• Fires i mercats	• Altres modalitats esportives
• Rutes a cavall	• Benestar	• Fires i mercats		• Activitats a la neu
← Sostenibilitat →				

CAMPANYA DE PUBLICITAT

OBERT 365

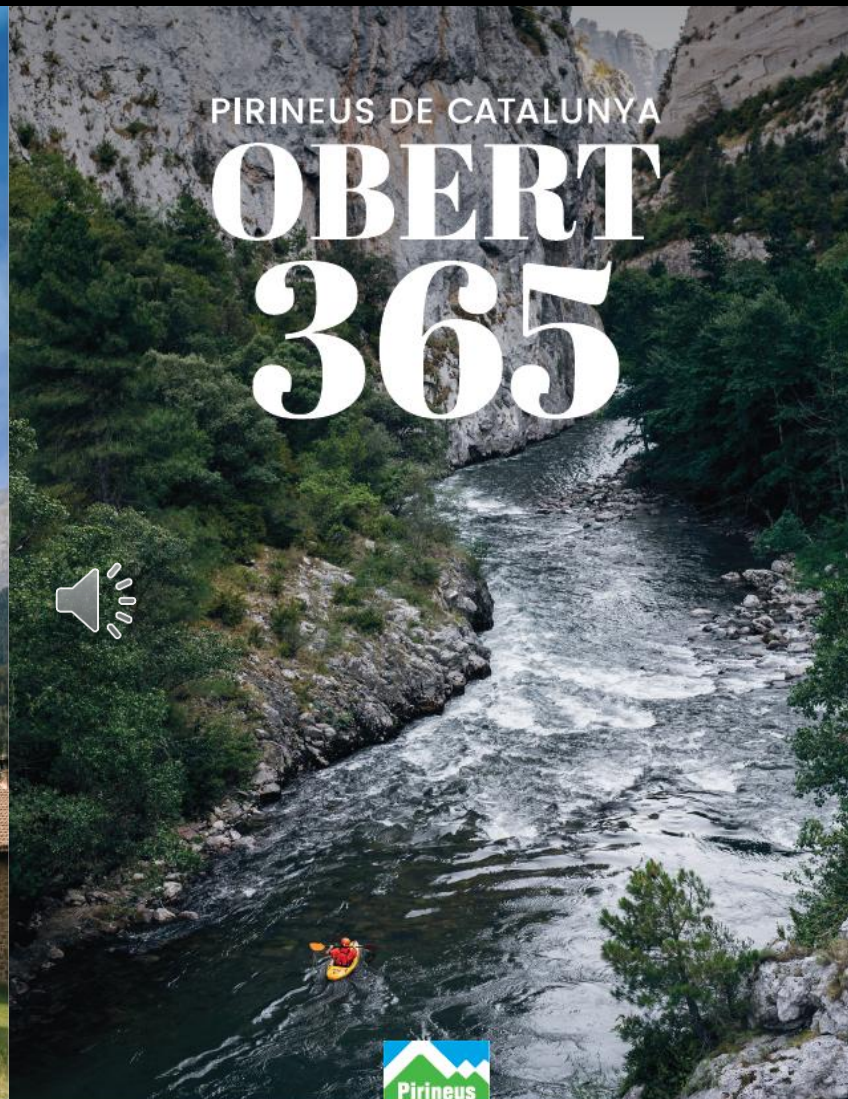


www.visitpirineus.com

 Generalitat
de Catalunya

PIRINEUS DE CATALUNYA

OBERT 365



www.visitpirineus.com

 Generalitat
de Catalunya

FITUR 2025



RENOVACIÓ ESTRATÈGIA DE LA MARCA



REUNIONS A TERRITORI



REUNIONS A TERRITORI



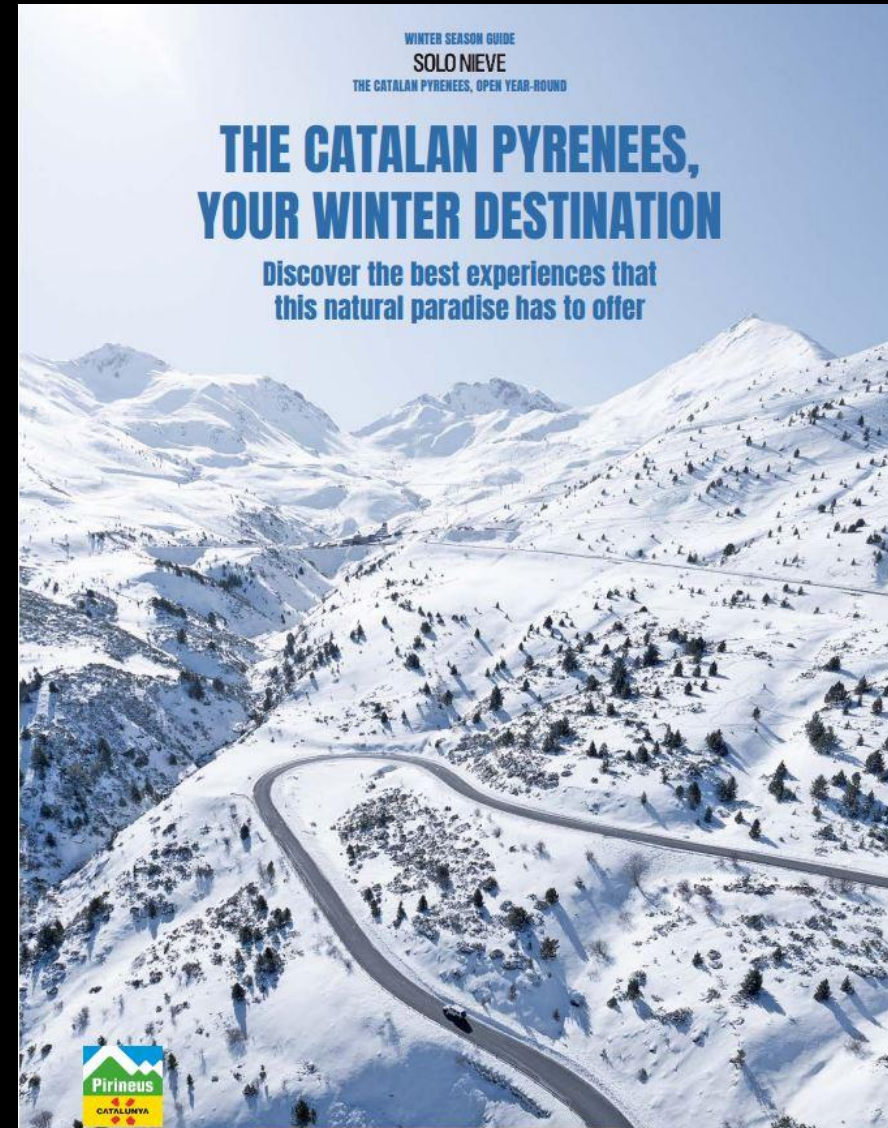
REUNIONS A TERRITORI



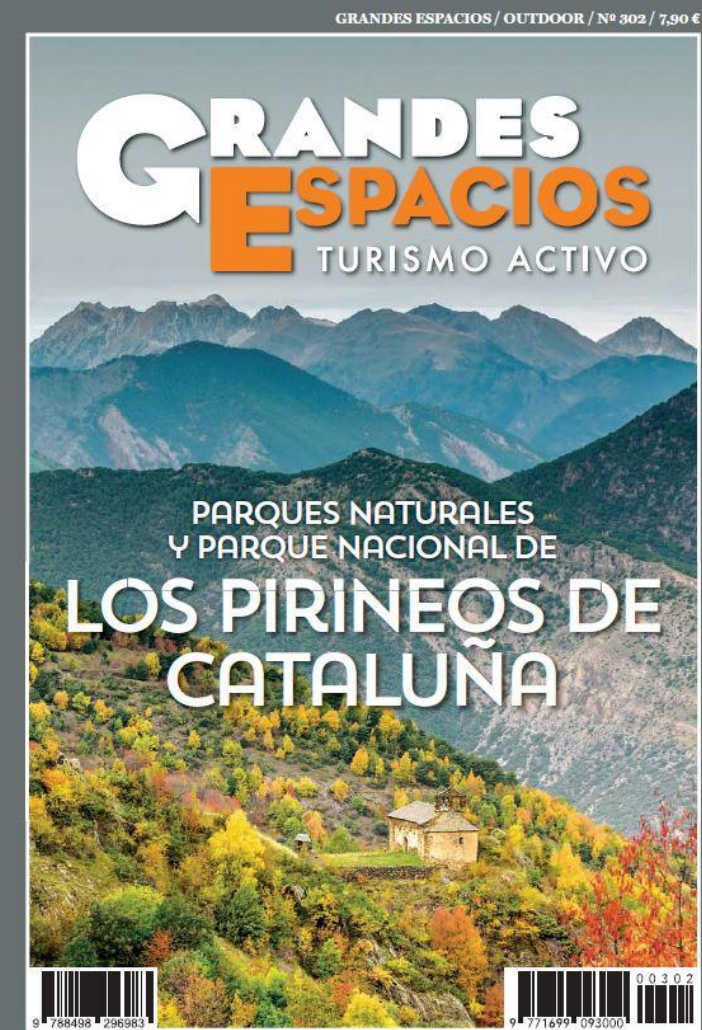
2 PROJECTES POCTEFA: EnjoyPyr i PITON



TRADUCCIÓ I EDICIÓ MONOGRÀFIC HIVERN-NEU



PRESENTACIÓ MONOGRÀFIC GRANDES ESPACIOS (MADRID)



MOUNTAIN TRADE NETWORK: WORKSHOP SASTEX i LISTEX (LONDRES)



DISCOVER THE PYRENEES OF CATALONIA

This winter, escape the ordinary and explore the Pyrenees of Catalonia — a pristine mountain paradise just two hours from Barcelona. With 10 Alpine ski resorts and 6 Nordic centres, the region offers fresh snow, stunning scenery and authentic mountain charm. From family-friendly slopes to high-mountain adventures, there's a resort to suit every style. Discover where to ski, stay, and savour the season.

WORKSHOP OFERTA NEU – Patronat de Turisme Costa Brava (MALLORCA)



CONGRÉS ADVENTURE ELEVATE US + OUTSIDE FESTIVAL, DENVER (ADVENTURE TRAVEL TRADE ASSOCIATION)



RODATGE NOVA CAMPANYA PIRINEUS. UNA MIRADA DIFERENT A TRAVÉS DE GENT DEL TERRITORI



RODATGE NOVA CAMPANYA PIRINEUS. UNA MIRADA DIFERENT A TRAVÉS DE GENT DEL TERRITORI



RODATGE NOVA CAMPANYA PIRINEUS. UNA MIRADA DIFERENT A TRAVÉS DE GENT DEL TERRITORI



RODATGE NOVA CAMPANYA PIRINEUS. UNA MIRADA DIFERENT A TRAVÉS DE GENT DEL TERRITORI



RODATGE NOVA CAMPANYA PIRINEUS. UNA MIRADA DIFERENT A TRAVÉS DE GENT DEL TERRITORI



RODATGE NOVA CAMPANYA PIRINEUS. UNA MIRADA DIFERENT A TRAVÉS DE GENT DEL TERRITORI



I SEGUIM...



Sessió d'Intel·ligència de Mercat

Damià Serrano

Màrqueting Experiències i Recerca de l'ACT

Arnau Bové

Unitat de Model turístic i Recerca de l'ACT

Jo Sanmartí

Unitat de Model turístic i Recerca de l'ACT



Pausa Cafè

Tornem en 30 min



Sessió d'Intel·ligència de Mercat

Arnau Bové

Unitat de Model turístic i Recerca de l'ACT

Jo Sanmartí

Unitat de Model turístic i Recerca de l'ACT



Turisme Regeneratiu al Pirineu. Futur i llegat.

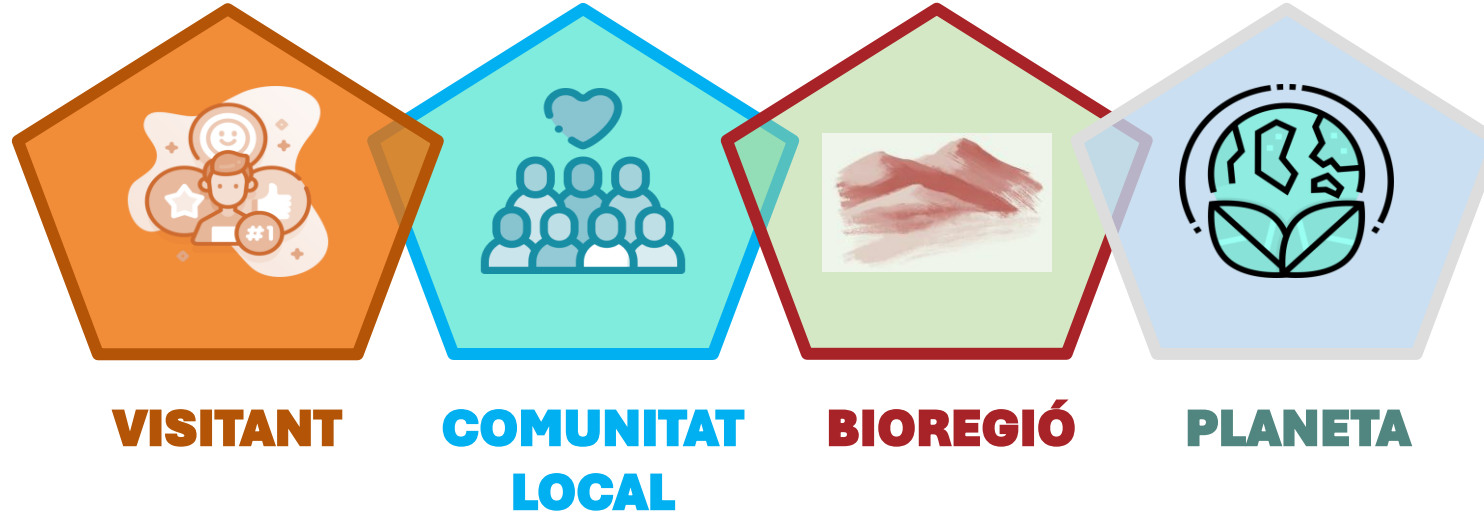
Charles van de Kerkhof
Fjällgås Agency

Dèlia Montesinos
Marca Pirineus de Catalunya

TURISME REGENERATIU = CANVI DE MENTALITAT

D'ON VENIM	CAP A ON HI ANEM (PENSAMENT REGENERATIU)
El Turisme com a indústria / sector	Turisme com a part d'un ecosistema viu
Causa - Efecte	Relacions i interaccions en constant moviment
Creixement econòmic	Donar suport a la vida i benestar de les comunitats locals i al seu entorn
Planificació centralitzada	Co creació amb les comunitats

TURISME COM A PART D'UN ECOSISTEMA VIU



TURISME COM A PART D'UN ECOSISTEMA VIU

CONCIOUSENESS



DONAR SUPORT A LA VIDA I BENESTAR DE LES COMUNITATS LOCALS I AL SEU ENTORN

L'entorn surt beneficiat gràcies al turisme?

La comunitat local se sent orgullosa, respectada? S'hi implica?

Els visitants estan experimentat vivències respectuoses i carregades de sentit per incentivar un canvi de consciència?

El territori s'enforteix per a generacions futures?

Turisme Regeneratiu al Pirineu. Futur i llegat.

Taula Rodona

Imma Espel
Bauma de les Deveses

Pau Calero
Assessor en Ecoturisme Universal

David Isern
Cerdanya Viva

Dèlia Montesinos
Marca Pirineus de Catalunya

Tornem a les 15h15
Workshop B2B





Workshop B2B

Sessió de 15h15 a 17h30

Jornada InterPirineus 2025

Marca Pirineus de Catalunya



@visitpirineus #InterPirineus2025



Què t'ha semblat la
InterPirineus 2025?

*Moltes gràcies !
Ens retrobem a la
InterPirineus 2026*