

ANNEX 1. OBLIGACIONS ESPECÍFIQUES DEL LOT 1 DEL GRAND TOUR DE CATALUNYA

El Grand Tour de Catalunya (GTC) és un itinerari circular de més de 2.000 km per Catalunya amb vehicle motoritzat que permet descobrir, explorar, viure, tastar i gaudir de Catalunya al vostre ritme. Es tracta d'una ruta per carreteres paisatgístiques amb racons màgics plena de propostes enogastronòmiques, activitats de turisme actiu i natura i d'experiències culturals que conviden a descobrir els grans atractius de Catalunya des d'una mirada completament nova i refrescant.

És un dels projectes transversals pels que l'Agència Catalana de Turisme (ACT) fa una aposta forta, clara i decidida per la transformació de les destinacions i l'aplicació de la tecnologia en la informació i la promoció.

El Grand Tour de Catalunya és una eina de dinamització per al sector turístic fruit d'una tasca de desenvolupament cooperatiu. En el projecte hi han treballat conjuntament l'ACT, la Direcció General de Turisme (DGT), que inclou la Xarxa d'Oficines de Turisme de Catalunya, i els diferents patronats de Turisme de les Diputacions de Barcelona, Tarragona, Lleida i Girona, així com Foment Torisme Val d'Aran i Turisme de Barcelona.

El turisme sostenible i responsable és un dels eixos principals d'aquest projecte. Pretén fomentar el coneixement i el respecte pel territori, les seves costums i la seva cultura de manera inclusiva. Busca potenciar la descoberta de la vida local i dels productes de proximitat, i incentivar el respecte pel medi ambient.

Es tracta d'un producte turístic encara molt nou i que va veure la llum l'any 2021, per això, durant aquest temps, i encara avui, s'està fent un gran esforç per donar-lo a conèixer i promocionar-lo a través d'una àmplia campanya de publicitat online i offline als principals mercats emissors.

L'any 2022 vam iniciar la cerca d'agències de viatges catalanes que programessin la ruta i que ens ajudessin a comercialitzar el GTC entre seus clients i als mercats emissors com a agència receptiva. Actualment comptem amb 19 AAVV distribuïdes per tot el territori català i de diferents tipologies.

Actualment seguim treballant en aquest desenvolupament i és un dels punts importants de la contracció. Estem treballant amb els Centres de promoció (CPT's) de l'ACT als mercats prioritaris per trobar millors comercialitzadors per oferir-los treballar amb la ruta i també amb les agències de viatges catalanes.

Si haguéssim de definir amb poques paraules l'usuari del Grand Tour de Catalunya, el descriuríem com una persona culta, interessada en la cultura, amb un poder adquisitiu mitjà-alt, que valora molt el paisatge i que sol viatjar amb parella, un petit grup d'amics o en família. A més, planifica el viatge amb anterioritat: sap bé on viatja i què hi pot veure i viure. L'englobem al [visitor persona de touring](#).

Els mercats prioritaris per a aquest producte són els europeus, amb una gran preferència per Catalunya, Espanya, França, Regne Unit, Benelux i Alemanya. Al 2025 es vol començar a treballar el mercat de nord-amèrica.

Aquesta ruta és que es pot organitzar al gust del consumidor: inclou experiències per a tots els gustos i enfocades a públics molt diversos. Cada cop que es recorri la ruta, es pot fer de manera diferent: creant un nou itinerari, en una altra època de l'any i/o amb diferents companys de viatge. Aquestes diferents possibilitats són les que fan que el Grand Tour de Catalunya es visqui d'una manera única,

gaudint d'un paisatge diferent i tastant productes gastronòmics de temporada. Es tracta d'un viatge amb infinites possibilitats. Tal com indica el *claim*, és Un viatge ple de viatges.

Inspirat en els grans viatges que es van iniciar a mitjans del segle XIX, hi ha dues maneres de fer el Grand Tour de Catalunya, o bé recórrer un o varis dels 5 trams en els quals està dividit, que a la vegada estan compostos d'entre 5 i 7 etapes (dies), o bé fer la ruta icònica, la qual us revelarà els punts més destacats a nivell cultural i natural en 13 dies.

La principal font d'informació i inspiració és el web <https://grandtour.catalunya.com/ca>, on hi ha tota la informació referent al producte turístic: la descripció de les rutes, les experiències, les principals eines de comunicació, el planificador, els comercialitzadors, així com [l'enllaç a la part professional](#) on hi ha tres documents clau que s'exposen a continuació.

- Al Manual del producte hi trobareu tota la informació que necessiteu sobre el Grand Tour de Catalunya: la descripció, objectius, visitor persona, els detalls de la ruta, els materials promocionals, etc. A més, també inclou el Manual d'ús del nom, la marca i el logo, on es detallen tots els materials i les eines de comunicació disponibles.

- El Manual de comunicació inclou un resum de què és el Grand Tour de Catalunya amb les claus bàsiques per comunicar-lo.

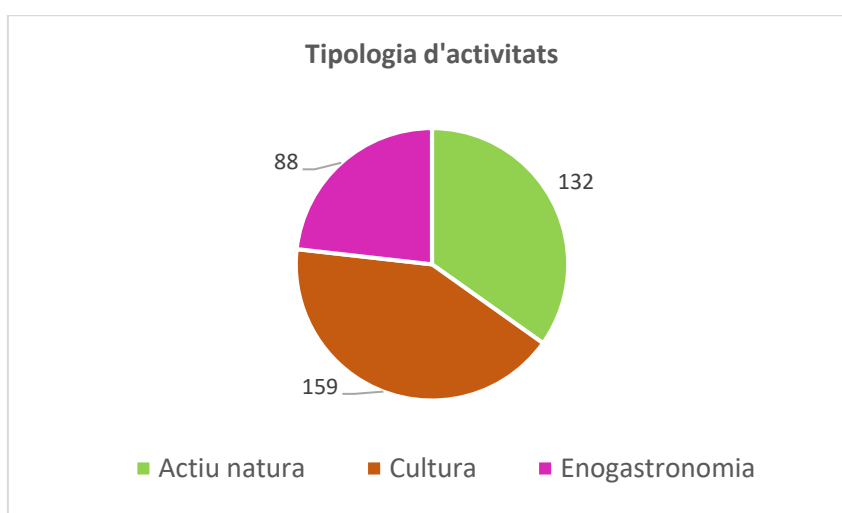
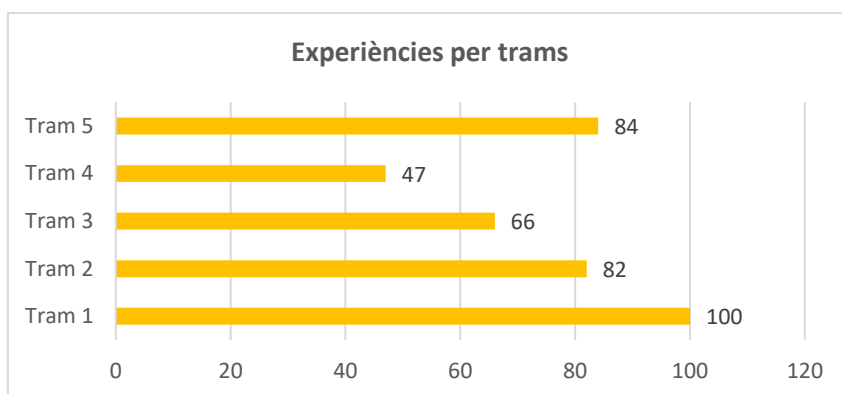
- El Manual de comercialització incorpora la informació necessària per les agències de viatge i les empreses d'activitats que volen formar part del Grand Tour de Catalunya. Especifica els passos que cal seguir i la documentació requerida per formalitzar-ho. També inclou el llistat de les agències que comercialitzen la ruta i el mapa amb el llistat de les Experiències incloses.

A continuació us enllacem també una mostra dels vídeos que s'han fet per tal de mostrar la seva essència i personalitat pròpia.

- [Curtmetratge interactiu del GTC.](#)
- [Vídeo promocional del GTC.](#)

Els membres del Grand Tour de Catalunya s'engloben en:

- Grup de treball
- Experiències: 379 empreses i entitats.
- Oficines de turisme: 73
- Agències de viatges: 21



Els principals objectius estratègics son:

- Comunicació segmentada per *visitor persona* als mercats prioritaris
- Desenvolupament de la comercialització B2B i B2C als mercats prioritaris
- Posicionament de Catalunya a nivell enogastronòmic amb la ruta Tasta el Grand Tour de Catalunya

A nivell informatiu, aquest objectius tenen com a principal mètriques i objectius quantificables pel 2025:

- Increment de les vendes de les agències de viatges que comercialitzen la ruta.
- Augment de la visualització de les experiències i de les seves vendes.
- Augment de les visualitzacions dels continguts inclosos al web.
- Difusió i comercialització de la nova ruta especialitzada en enogastronomia:.
- Desenvolupament de la “cistella del Grand Tour de Catalunya”.
- Suport i gestió del producte i dels membres.

Gran part d'aquestes mètriques les aconseguirem amb la campanya de publicitat i les altres del resultats de la consulta al web.

Les accions més destacades durant els propers anys son:

- Acció de *networking*: Grand Tour de Catalunya DAY
- Campanya de publicitat: segmentades i genèrica.



- Visualització i difusió nova ruta Tasta el Grand Tour de Catalunya.
- Accions de promoció incloses al pla d'accions del producte: presentacions, workshops, màrqueting d'influencers, press-trips,...
- Difusió de la nova eina de gamificació.
- Actualització dels continguts gràfics i textuais de les eines de promoció.
- Desenvolupament del Pla de producte.
- Comercialització: replantejament de l'estratègia i assessorament sobre el Grand Tour de Catalunya a les agències de viatges que comercialitzen la ruta.

Com a punt destacat cal fer menció de la nova reestructuració de la comercialització.

Els darrer anys hem estat treballant conjuntament amb agències de viatges catalanes per a que comercialitzin la ruta i també hem treballat amb els CPT's per a cercar nous touroperadors i agències de viatges que volguessin programar la ruta i/o treballar amb les agències de viatges membres del Grand Tour de Catalunya.

A banda de les tasques detallades a les obligacions comunes, l'empresa contractista haurà de realitzar també les següents:

- Anàlisi de la competitivitat de les agències de viatges catalanes i dels mercats prioritaris.
- Cerca de possibles agències de viatges catalanes i dels mercats prioritaris que puguin tenir interès en comercialitzar el Grand Tour de Catalunya.
- Acompanyament a les agències de viatges en la confecció i organització de la ruta o rutes que plantegin crear i comercialitzar en els seus portafolis.
- Organització de la part professional del web www.grandtour.catalunya.com.
- Reorganització de la part comercial (Agències de viatges) del web i del Manual de comercialització.
- Suport a l'ACT en la proposta i desenvolupament per implementar comercialització el Grand Tour de Catalunya.
- Plantejar una proposta de formació específica per agències de viatges membres del Grand Tour de Catalunya.