

Es traducción del original:

“ANEXO 1. OBLIGACIONES ESPECÍFICAS DEL LOTE 1 DEL GRAND TOUR DE CATALUÑA

El Grand Tour de Cataluña (GTC) es un itinerario circular de más de 2.000 km por Cataluña con vehículo motorizado que permite descubrir, explorar, vivir, probar y disfrutar de Cataluña a su ritmo. Se trata de una ruta por carreteras paisajísticas con rincones mágicos llena de propuestas enogastronómicas, actividades de turismo activo y naturaleza y de experiencias culturales que invitan a descubrir los grandes atractivos de Cataluña desde una mirada completamente nueva y refrescante.

Es uno de los proyectos transversales por los que la Agència Catalana de Turisme (ACT) hace una apuesta fuerte, clara y decidida por la transformación de los destinos y la aplicación de la tecnología en la información y la promoción.

El Grand Tour de Catalunya es una herramienta de dinamización para el sector turístico fruto de una labor de desarrollo cooperativo. En el proyecto han trabajado conjuntamente la ACT, la Dirección General de Turismo (DGT), que incluye la Red de Oficinas de Turismo de Cataluña, y los diferentes patronatos de Turismo de las Diputaciones de Barcelona, Tarragona, Lleida y Girona, así como Foment Torisme Val d'Aran y Turisme de Barcelona.

El turismo sostenible y responsable es uno de los principales ejes de este proyecto. Pretende fomentar el conocimiento y el respeto por el territorio, sus costumbres y su cultura de forma inclusiva. Busca potenciar el descubrimiento de la vida local y de los productos de proximidad, e incentivar el respeto por el medio ambiente.

Se trata de un producto turístico todavía muy novedoso y que vio la luz en 2021, por eso, durante este tiempo, y todavía hoy, se está haciendo un gran esfuerzo para darlo a conocer y promocionarlo a través de una amplia campaña de publicidad online y offline en los principales mercados emisores.

En 2022 iniciamos la búsqueda de agencias de viajes catalanas que programaran la ruta y que nos ayudaran a comercializar el GTC entre sus clientes y en los mercados emisores como agencia receptiva. Actualmente contamos con 19 AAVV distribuidas por todo el territorio catalán y de distintas tipologías.

Actualmente seguimos trabajando en este desarrollo y es uno de los puntos importantes de la contracción. Estamos trabajando con los Centros de promoción (CPT's) de la ACT en los mercados prioritarios para encontrar mejores comercializadores para ofrecerles trabajar con la ruta y también con las agencias de viajes catalanas.

Si tuviéramos que definir con pocas palabras al usuario del Grand Tour de Cataluña, lo describiríamos como una persona culta, interesada en la cultura, con un poder adquisitivo medio-alto, que valora mucho el paisaje y que suele viajar en pareja, un pequeño grupo de amigos o en familia. Además, planifica el viaje con anterioridad: sabe bien a dónde viaja y qué puede ver y vivir. Lo englobamos al [visitor persona de touring](#).

Los mercados prioritarios para este producto son los europeos, con gran preferencia por Cataluña, España, Francia, Reino Unido, Benelux y Alemania. En 2025 se quiere empezar a trabajar el mercado de Norteamérica.

Esta ruta es que se puede organizar al gusto del consumidor: incluye experiencias para todos los gustos y enfocadas a públicos muy diversos. gastronómicos de temporada. Se trata de un viaje con infinitas *posibilidades*.

Inspirado en los grandes viajes que se iniciaron a mediados del siglo XIX, hay dos maneras de hacer el Grand Tour de Cataluña, o bien recorrer uno o varios de los 5 tramos en los que está dividido, que a su vez están compuestos de entre 5 y 7 etapas (días), o bien realizar la ruta icónica, que le revelará los puntos más destacados a nivel cultural y natural.

La principal fuente de información e inspiración es la web <https://grandtour.catalunya.com/ca>, donde se encuentra toda la información referente al producto turístico: la descripción de las rutas, las experiencias, las principales herramientas de comunicación, el planificador, los comercializadores, así como [el enlace a la parte profesional](#) donde hay tres documentos clave que se exponen a continuación.

- En el Manual del producto encontrará toda la información que necesite sobre el Grand Tour de Cataluña: la descripción, objetivos, visitor persona, los detalles de la ruta, los materiales promocionales, etc. Además, también incluye el Manual de uso del nombre, marca y logo, donde se detallan todos los materiales y herramientas de comunicación disponibles.
- El Manual de comunicación incluye un resumen de lo que es el Grand Tour de Catalunya con las claves básicas para comunicarlo.
- El Manual de comercialización incorpora la información necesaria para las agencias de viaje y las empresas de actividades que desean formar parte del Grand Tour de Catalunya. Especifica los pasos a seguir y la documentación requerida para formalizarlo. También incluye el listado de las agencias que comercializan la ruta y el mapa con el listado de las Experiencias incluidas.

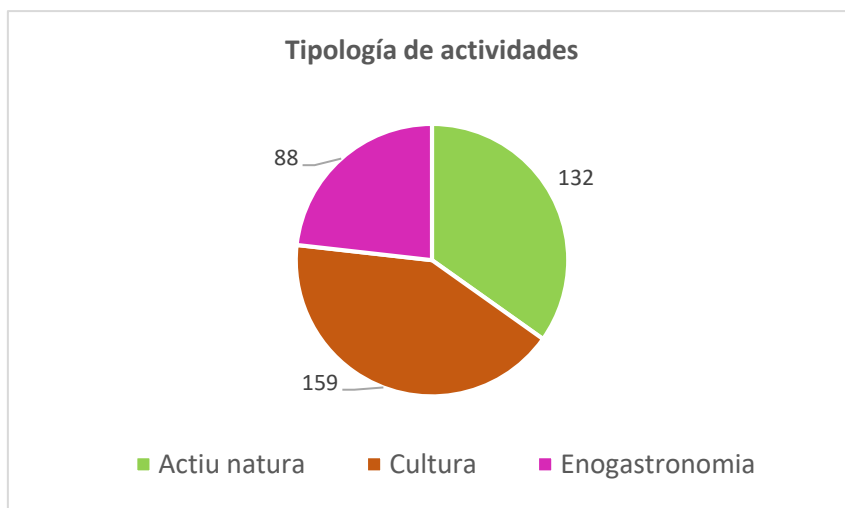
A continuación le enlazamos también una muestra de los vídeos que se han hecho para mostrar su esencia y personalidad propia.

- [Cortometraje interactivo del GTC.](#)
- [Vídeo promocional del GTC.](#)

Los miembros del Grand Tour de Catalunya se engloban en:

- Grupo de trabajo
- Experiencias: 379 empresas y entidades.
- Oficinas de turismo: 73
- Agencias de viajes: 21





Los principales objetivos estratégicos son:

- Comunicación segmentada por *visitor persona* en los mercados prioritarios
- Desarrollo de la comercialización B2B y B2C en los mercados prioritarios
- Posicionamiento de Cataluña a nivel enogastronómico con la ruta Prueba el Grand Tour de Catalunya

A nivel informativo, estos objetivos tienen como principal métricas y objetivos cuantificables para 2025:

- Incremento de las ventas de las agencias de viajes que comercializan la ruta.
- Aumento de la visualización de las experiencias y sus ventas.
- Aumento de las visualizaciones de los contenidos incluidos en la web.
- Difusión y comercialización de la nueva ruta especializada en enogastronomía:.
- Desarrollo de la “cesta del Grand Tour de Catalunya”.
- Apoyo y gestión del producto y de sus miembros.

Gran parte de estas métricas las conseguiremos con la campaña de publicidad y otras de los resultados de la consulta en la web.

Las acciones más destacadas durante los próximos años son:

- Acción de *networking* : Grand Tour de Catalunya DAY
- Campaña de publicidad: segmentadas y genérica.
- Visualización y difusión nueva ruta Prueba el Grand Tour de Catalunya.
- Acciones de promoción incluidas en el plan de acciones del producto: presentaciones, workshops, marketing de influencers, press-trips,...
- Difusión de la nueva herramienta de gamificación.
- Actualización de los contenidos gráficos y textuales de las herramientas de promoción.
- Desarrollo del Plan de producto.
- Comercialización: replanteamiento de la estrategia y asesoramiento sobre el Grand Tour de Catalunya en las agencias de viajes que comercializan la ruta.

Como punto destacado cabe mencionar la nueva reestructuración de la comercialización.

Los últimos años hemos estado trabajando conjuntamente con agencias de viajes catalanas para que

comercialicen la ruta y también hemos trabajado con los CPT's para buscar nuevos touroperadores y agencias de viajes que quisieran programar la ruta y/o trabajar con las agencias de viajes miembros del Grand Tour de Catalunya.

Aparte de las tareas detalladas en las obligaciones comunes, la empresa contratista deberá realizar también las siguientes:

- Análisis de la competitividad de las agencias de viajes catalanas y de los mercados prioritarios.
- Búsqueda de posibles agencias de viajes catalanas y de los mercados prioritarios que puedan tener interés en comercializar el Grand Tour de Catalunya.
- Acompañamiento a las agencias de viajes en la confección y organización de la ruta o rutas que planteen crear y comercializar en sus portafolios.
- Organización de la parte profesional de la web www.grandtour.catalunya.com.
- Reorganización de la parte comercial (Agencias de viajes) de la web y del Manual de comercialización.
- Apoyo a la ACT en la propuesta y desarrollo para implementar comercialización el Grand Tour de Catalunya.
- Plantear una propuesta de formación específica por agencias de viajes miembros del Grand Tour de Catalunya.

(firma)''