

Situació actual i perspectives de futur del cicloturisme a la ciutat de Girona

Anàlisi de l'oferta

Autor: Marcos Muñoz Rodríguez
Tutora: Dra. Rosa Maria Fraguell Sansbelló
Curs acadèmic 2014 – 2015. Setembre de 2015.

ÍNDEX

1.	INTRODUCCIÓ	4
1.1.	Rellevància del tema.....	4
1.2.	Estructura del document i metodologia	5
1.3.	Objectius	6
2.	INTRODUCCIÓ AL CONCEPTE CICLOTURISME I ELS SEUS ATRIBUTS	7
2.1.	Definicions i debats conceptuals	7
2.1.1.	Cicloturisme.....	7
2.1.2.	Turisme actiu i turisme esportiu.....	10
2.2.	Atributs del cicloturisme	12
2.2.1.	Despesa mitjana del cicloturista	12
2.2.2.	Sostenibilitat.....	12
2.2.3.	Estacionalitat	13
3.	ANÀLISI DE L'OFERTA CICLOTURÍSTICA DE GIRONA.....	14
3.1.	Situació de l'àmbit d'estudi: Girona	14
3.1.1.	Context geogràfic.....	14
3.1.2.	Infraestructures ciclables i els seus agents implicats.....	15
3.1.3.	Eines de promoció i distintius de qualitat, i els seus agents implicats	17
3.1.4.	Empreses cicloturístiques de la ciutat de Girona	20
3.2.	Anàlisi dels catàlegs de productes cicloturístics de la ciutat de Girona	22
3.2.1.	Consideracions.....	22
3.2.2.	Aspectes analitzats.....	22
3.2.3.	Tipus d'itinerari.....	23
3.2.4.	Durada del viatge.....	26
3.2.5.	Tipus d'allotjament oferts	27
3.2.6.	Distribució geogràfica de les pernoctacions.....	29
3.2.7.	Cost diari mitjà.....	33
3.3.	Entrevistes a agents rellevants quant a la creació, gestió, promoció i comercialització de l'oferta cicloturística de la ciutat de Girona	35
3.3.1.	Persones entrevistades	35
3.3.2.	Temes debatuts	37
3.3.3.	Perfil de la demanda percebut pels agents que componen l'oferta.....	37
3.3.4.	Preferències i necessitats especials als establiments d'allotjament i restauració	

3.3.5.	Infraestructures ciclables	40
3.3.6.	Eines de promoció i distintius de qualitat	41
3.3.7.	Relació entre els agents involucrats en la creació, gestió, promoció i comercialització de l'oferta cicloturística de Girona.....	45
4.	CONCLUSIONS I PROPOSTES DE MILLORA.....	48
	Bibliografia	54
	Webgrafia.....	56

ÍNDEX DE TAULES

Taula 1 Tipologies de cicloturisme segons el seu ús.....	9
--	---

ÍNDEX D'IL·LUSTRACIONS

Il·lustració 1 Mapa de Catalunya i les seves marques turístiques, i Girona dins les comarques gironines.....	14
Il·lustració 2 Patrons espacials alternatius per a viatges de plaer.....	23
Il·lustració 3 Tipus d'itineraris cicloturístics..	24
Il·lustració 4 Distribució geogràfica de les pernoctacions corresponents al total de productes analitzats..	29
Il·lustració 5 Distribució geogràfica de les pernoctacions corresponents als productes de cicloturisme itinerant.....	30
Il·lustració 6 Distribució geogràfica de les pernoctacions corresponents als productes de ciclisme de carretera.....	31
Il·lustració 7 Distribució geogràfica de les pernoctacions corresponents als productes de BTT.	32

ÍNDEX DE GRÀFIQUES

Gràfica 1 Percentatge de productes cicloturístics segons tipus d'itinerari.....	25
Gràfica 2 Nombre de productes cicloturístics segons tipus d'itinerari i tipologia cicloturística..	25
Gràfica 3 Percentatge de productes cicloturístics segons la seva durada en nits. Elaboració pròpia.....	26
Gràfica 4 Nombre de productes cicloturístics segons la seva durada en nits i tipologia cicloturística.....	26
Gràfica 5 Percentatge de pernoctacions segons tipus d'allotjament ofert.....	27
Gràfica 6 Nombre de pernoctacions segons tipus d'allotjament ofert i tipologia cicloturística.	28
Gràfica 7 Cost diari mitjà dels productes cicloturístics segons si requereixen pernoctació o no i tipologia cicloturística.....	33

1. INTRODUCCIÓ

1.1. RELLEVÀNCIA DEL TEMA

La presència de ciclistes amb *maillots* i viatgers amb voluminoses alforges a les bicicletes és una imatge cada cop més habitual en la ciutat de Girona.

Girona s'ha posicionat mundialment com una de les millors destinacions europees per practicar ciclisme, i habitualment s'atribueix aquest renom a l'arribada del mundialment conegut ciclista professional Lance Armstrong el 2001 a la ciutat de Girona, tot i que molts altres companys de professió i d'equip van establir en aquesta ciutat la seva base d'entrenament anys abans que el ciclista texà. És el cas d'altres nord-americans com George Hincapie i Floyd Landis, o de l'australià Tyler Hamilton.

Si bé es podria haver tractat d'una moda passatgera, l'establiment d'equips professionals a la ciutat, com el cas de Cannondale-Garmin que té el 100% de les seves instal·lacions europees a la capital gironina, i una comunitat de ciclistes professionals que compta actualment amb més de 70 membres internacionals residint a la ciutat, acrediten que es tracta d'un fenomen en constant creixement.

La recent obtenció per part de l'Ajuntament de Girona del segell de qualitat de l'Agència Catalana de Turisme com a Destinació de Turisme Esportiu, la concepció de la primera fira activa de la bicicleta i del cicloturisme a Catalunya, i la posada en valor dels productes de natura i turisme actiu de la ciutat i comarques de l'entorn els darrers anys –i el paper que ha jugat el cicloturisme en aquestes iniciatives–, indiquen que des dels organismes competents per a la gestió i promoció turística de la ciutat s'aposta per la dinamització d'aquesta modalitat turística.

Malauradament, no existeix cap estudi que reculli en xifres l'impacte del cicloturisme a la ciutat. Fruit d'aquesta manca d'estudis relacionats amb l'activitat cicloturística, sorgeix el present document, que pretén ser la primera part d'un estudi més ampli de l'oferta i la demanda cicloturística de la ciutat de Girona.

El present document correspon a l'anàlisi de l'oferta cicloturística de la ciutat de Girona, que no s'hauria pogut dur a terme sense la col·laboració dels diferents agents, tant d'organismes públics com privats, que dissenyen, promocionen i gestionen aquesta oferta. La interacció amb aquests agents ha permès conèixer amb més profunditat de quins productes cicloturístics disposa la ciutat, com s'estructura actualment l'oferta cicloturística, quin rol assumeix cada agent, i quins factors es tenen en compte a l'hora de dissenyar nous productes turístics.

El coneixement en profunditat de l'oferta permetrà en un futur completar aquest estudi amb un anàlisi de la demanda cicloturística i el seu impacte econòmic, servint en la seva totalitat com a referència per a la presa de decisions relacionades amb el futur del cicloturisme a la ciutat, puntualitzant que aquest estudi és extrapolable tant a la resta de les comarques gironines com a Catalunya.

1.2. ESTRUCTURA DEL DOCUMENT I METODOLOGIA

Fet que no hi ha estudis anteriors relacionats amb aquest fenomen, el projecte té com a títol “Situació actual i perspectives de futur del cicloturisme a la ciutat de Girona”. Aquest projecte vol constar de tres parts, la primera de les quals constitueix aquest document:

1. **Anàlisi de l'oferta cicloturística de la ciutat de Girona.**
2. Anàlisi de la demanda cicloturística de la ciutat de Girona.
3. Estudi d'impacte econòmic del cicloturisme a la ciutat de Girona.

Aquesta primer document consta de 3 seccions ben diferenciades:

- **Introducció al concepte cicloturisme i els seus atributs.** Aquest capítol és el marc teòric del document, elaborat amb fonts secundàries –majoritàriament fruit d'articles científics especialitzats i pàgines web–. Es fa una introducció als conceptes i terminologies que s'empraran en la resta de l'estudi, a més de mostrar els resultats d'estudis similars duts a terme en altres regions europees i de la resta del món.
- **Anàlisi de l'oferta cicloturística de Girona.** Aquest capítol es compon de tres subapartats amb metodologies diferents: primerament, es fa una introducció a la destinació objecte d'estudi; seguidament, es realitza un anàlisi dels catàlegs de productes cicloturístics de la ciutat; i finalment, es presenten els resultats estrets d'entrevistar a 13 agents vinculats amb l'oferta:
 - **Situació de l'àmbit d'estudi: Girona.** Es fa una descripció de la trama cicloturística que envolta a la ciutat de Girona, tant parlant d'infraestructures i eines de promoció, com dels agents involucrats en la seva gestió. Aquesta compilació de dades s'ha realitzat a partir de la revisió de fonts secundàries –principalment provinent de pàgines web–, però també a partir de les entrevistes que s'han mantingut amb els diferents agents relacionats amb l'oferta cicloturística de la ciutat. Aquest apartat serveix per contextualitzar les dues anàlisis que el succeeixen.
 - **Anàlisi dels catàlegs de productes cicloturístics de la ciutat.** Consisteix en la recopilació dels diferents productes de cicloturisme oferts. Això ha estat possible consultant les pàgines web de les diferents agències de viatges especialitzades en cicloturisme de la ciutat i contrastant i/o completant la informació interactuant amb els agents adients. Un cop identificats, s'han analitzat diferents aspectes dels productes en qüestió com el seu preu, la seva durada i la distribució geogràfica dels seus beneficis entre Girona i la resta de comarques.
 - **Entrevistes als agents involucrats en la creació, promoció i gestió de l'oferta cicloturística de Girona.** Un total de 12 entrevistes i 13 persones entrevistades componen aquest anàlisi qualitatiu en el que mitjançant entrevistes obertes, s'han debatut amb diferents agents d'organismes públics i privats temes com l'eficiència de les actuals eines de promoció relacionades amb el cicloturisme, o com valoren la interacció entre ells mateixos. Fins i tot, a través de les diferents percepcions

qualitatives de cada agent entrevistat s'ha pogut fer una primera aproximació al perfil de la demanda.

- **Conclusions i propostes de millora.** Aquest últim capítol d'aquesta primera part, recull les potencialitats i mancances de l'oferta cicloturística de la ciutat i la seva estructura. Les propostes de millora atenen en alguns casos a models aplicats en altres destinacions, a propostes fetes pels propis agents entrevistats, i propostes pròpies.

1.3. OBJECTIUS

L'objectiu principal d'aquest projecte en el seu conjunt és el de **conèixer l'oferta cicloturística existent a Girona (a través de l'anàlisi de l'oferta) i els patrons de consum del cicloturista que arriba a la ciutat (a través de l'anàlisi de la demanda i un estudi d'impacte econòmic).**

D'aquesta primera part del projecte, corresponent a l'anàlisi de l'oferta, es deriven els següents objectius específics:

- Determinar quina rellevància té la ciutat de Girona dins l'itinerari del cicloturista a les comarques gironines.
- Definir els diferents perfils de cicloturista presents a la ciutat de Girona a través dels agents que gestionen l'oferta.
- Analitzar les relacions entre els diferents agents del sector, les eines de promoció i comercialització de les que es disposen, i les percepcions que aquests tenen de les mateixes.

2. INTRODUCCIÓ AL CONCEPTE CICLOTURISME I ELS SEUS ATRIBUTS

2.1. DEFINICIONS I DEBATS CONCEPTUALS

Quan es duu a terme una recerca, el fenomen sota estudi ha de ser clarament definit (Lamont, 2009). L'aplicació de definicions coherents facilita la comparació de resultats de recerca, i la uniformitat de conceptes i terminologies entre diferents estudis que investiguen un fenomen donat (Burkart & Medlik, 1981; Leiper, 2004). A més a més, les definicions serveixen per indicar què és objecte d'estudi i que no (Lamont, 2009).

A continuació es fa una introducció al terme "cicloturisme" a través de diferents definicions ja existents, amb la intenció de debatre les diferents definicions donades i concloure amb una definició que s'ajusti a l'objecte d'estudi d'aquest projecte.

En addició, es fa una relació del cicloturisme amb les diferents tipologies turístiques vinculades a aquest fenomen.

2.1.1. Cicloturisme

Primerament és necessari explicar què s'entén per "cicloturisme" en l'àmbit d'estudi. Tant a Catalunya com a la resta de l'Estat espanyol, el terme "cicloturisme" és emprat per fer referència a dues activitats amb bicicleta amb característiques i motivacions ben diferents i determinades (Consell Comarcal de la Terra Alta, 2012):

- Per una banda, s'utilitza per fer referència al que a altres països europeus anomenen "cicloesport". És una modalitat esportiva consistent en curses de bicicleta de carretera per *amateurs*.
- Per una altra, descriu aquella activitat turística que fa ús d'una bicicleta com a mitjà de transport per recórrer un territori determinat. En aquest cas es combina l'activitat física amb el turisme, i el plaer és la motivació principal. Aquesta modalitat fa ús d'un tipus de bicicleta anomenat híbrid, i rep diversos noms com *touring*, cicloturisme d'alforges o cicloturisme itinerant, essent aquest últim el terme que s'emprarà en aquest projecte.

Tot i això, el cicloturisme és un fenomen molt més ampli i complex, i el seu concepte ha d'englobar totes les modalitats d'activitats turístiques la característica principal de les quals és l'ús d'una bicicleta com a element imprescindible de les mateixes.

Al panorama internacional es troben definicions emprades per a realitzar estudis en àmbits geogràfics diferents, i que han donat com a resultat la proposta d'uns criteris molt determinats per tal de considerar una activitat com a cicloturística.

Estudis desenvolupats al Regne Unit consideren cicloturisme tota activitat amb bicicleta amb finalitat recreativa, des d'una sortida casual de mig dia o un dia fins a unes vacances itinerants de llarga distància. L'ingredient fonamental és que la bicicleta es considera una part integral de l'excursió o de les vacances per part del visitant, per exemple, com a una manera positiva de millorar el temps d'oci (Lumsdon, 1996). En aquesta línia, Sustrans (1999), entitat que promou

el transport sostenible al Regne Unit, torna a coincidir amb la definició de Lumsdon (1996) en quant a l'amplitud temporal de l'activitat, considerant excursionistes (viatgers sense pernoctació) i turistes (viatgers amb pernoctació); i en quant a la limitació de les motivacions i finalitats d'aquesta activitat a l'oci i la recreació, deixant fora d'aquesta descripció a un gruix important d'activitats amb altres motivacions.

Això no vol dir ni molt menys que per cada àmbit geogràfic les definicions tinguin una percepció similar, i un exemple ben clar es troba a Austràlia. L'entitat *Roy Morgan Research* (2006), per a un estudi del mercat cicloturístic a Austràlia, acota la definició de cicloturista a un segment de població molt determinat: "Australians de més de 14 anys que hagin tingut vacances en els darrers 12 mesos i hagin anat en bicicleta com a medi de transport en les seves últimes vacances". Un cop més, la motivació o finalitat de l'activitat es redueix en una, que en aquest cas és la mobilitat.

En contraposició, la *South Australian Tourism Commission* (2005) considera que "les visites cicloturístiques tenen finalitats de vacances, recreació, plaer o esport; i inclouen tant estades amb pernoctació com a visites d'un dia cap a regions turístiques que no son l'origen del visitant i en les quals participa en activitats actives amb bicicleta, o és espectador d'un esdeveniment ciclista." Per primer cop es consideren les diferents modalitats esportives de la bicicleta com tipologies de cicloturisme, i no només això, sinó que considera tant cicloturista al visitant actiu com al passiu que assisteix a esdeveniments esportius.

El fet de que es tinguin en compte com a cicloturistes aquells turistes que es desplacen a una regió per assistir com a espectadors a un esdeveniment esportiu, i en aquest cas ciclista, ve determinat pel potencial gruix d'aquest perfil de mercat en el volum total del mercat cicloturista a nivell mundial (Lamont, 2009). Lamont (2009) posa l'exemple del Tour de France, essent l'esdeveniment esportiu amb més espectadors *in situ*, superant els 15 milions. Encara no sabent el percentatge dels quals són turistes, en un supòsit que la meitat ho fossin, significaria que un potencial volum de 7,5 milions de viatges cicloturístics són atribuïbles al Tour de France cada any. Això també implica inflar els resultats dels beneficis a les comunitats locals atribuïbles al cicloturisme, i també és d'interès dels diferents responsables de la gestió i promoció d'aquests esdeveniments, ja que a l'hora de sol·licitar suport financer es podrà recolzar en uns resultats d'impacte econòmic més favorables.

A Nova Zelanda, Ritchie (1998) introdueix per primer cop en una definició de cicloturisme la possibilitat de que es comercialitzi com a paquet turístic, és a dir, amb el suport de servei de transports i qualsevol tipus d'allotjament tant formal com informal. La seva definició exigeix pernoctació i encara que defensa l'ús de bicicleta com a part integral de les vacances, limita el seu ús i motivació com a vacances i com a mitjà de transport.

Tenint en compte aquesta petita mostra de casos pràctics, a continuació es mostra la taula 1 en la qual Sabater (2002) contextualitza els diferents perfils de cicloturista que es distingeixen a les comarques gironines dependent el seu ús o motivació.

		Motivació	Duració aproximada	Condicions exigides
Ús esportiu (cicloturisme esportiu)	Carretera	Esportiva	D'una a sis hores	Desplaçaments ràpids. Carreteres asfaltades que permetin molts kilòmetres i desnivells, com ports de muntanya
	BTT	Esportiva	D'una a sis hores	Desplaçaments ràpids. Pistes de terra amb desnivells i dificultats tècniques importants
Ús recreatiu (cicloturisme d'oci)	A l'espai habitual	Desplaçaments a zones recreatives o zones verdes a l'entorn proper al lloc de residència. Fer una excursió en bicicleta	Normalment d'una a tres hores. Màxim un dia	Vies segures, còmodes i poc transitades. La seguretat és el condicionant principal
	En destinació turística	Desplaçaments a punts d'interès turístic i/o serveis des del lloc d'allotjament turístic. Fer una excursió en bicicleta	Màxim un dia	Vies segures, còmodes i poc transitades. El paisatge i la tranquil·litat són els condicionants principals
Ús turístic (cicloturisme d'oci)		Motiu del viatge, i per tant ús de la bicicleta com mitjà de transport per viatjar	Desplaçaments de diversos dies	Tranquil·litat i zones d'alt valor ambiental. El paisatge i el medi ambient és el condicionant principal. L'important és el trajecte en si

Taula 1 Tipologies de cicloturisme segons el seu ús. Font: Sabater (2002).

Sabater (2002) identifica dos tipologies de cicloturisme, cadascuna d'elles vinculada a uns usos concrets: cicloturisme esportiu, amb una única motivació esportiva; i cicloturisme d'oci, amb usos recreatiu i turístic. Dins el cicloturisme esportiu o ciclisme, es troben les dues modalitats més populars i amb més adeptes, alhora que precisen de bicicletes amb característiques concretes i diferenciades: ciclisme de carretera i ciclisme de muntanya o BTT (Bicicleta Tot Terreny), MTB (Mountain Bike) en anglès.

Un aspecte destacable d'aquesta categorització és que tots els perfils detectats corresponen a individus actius en quant a activitats vinculades amb la bicicleta. Per una altra banda, un dels perfils correspon a l'ús que fa un usuari de bicicleta al seu entorn de residència, cosa que no correspon al perfil del turista, ni fins i tot al del viatger en el seu sentit més ampli.

L'anàlisi d'aquest cas pràctic, que té lloc en el mateix àmbit geogràfic que aquest projecte; la consideració de certs aspectes desenvolupats en les definicions anteriors; i la consideració del focus d'aquest projecte, que versa sobre l'anàlisi de l'oferta cicloturística de la ciutat de Girona, conclouen en el que a efectes d'aquest estudi es considerarà la definició de cicloturisme. Aquest concepte té en compte les següents variables:

- L'ús de la bicicleta és una part integral del viatge (Lumsdon,1996; Ritchie, 1998; Sustrans, 1999).
- L'activitat ha de tenir lloc fora de l'entorn habitual de residència, donant sentit a la finalitat de viatjar (Ritchie, 1998; South Australian Tourism Commission, 2005).
- Una activitat cicloturística pot tenir una durada inferior a un dia sense comportar pernoctació, considerant-se excursionista ("cicloexcursionista") com a qualsevol altre segment de mercat (Lumsdon,1996; South Australian Tourism Commission, 2005; Sustrans, 1999).

- Només es considera cicloturista aquell viatger potencialment consumidor dels productes i serveis oferts pels agents que comercialitzen productes cicloturístics en destinació (Lamont, 2009). Com es veurà més endavant, només ofereixen productes actius, és a dir, en els quals el viatger fa ús de la bicicleta en una de les seves modalitats. Per aquesta raó, els assistents (espectadors) a esdeveniments esportius de ciclisme queden exclosos.

Atenent a la funció que compleix la bicicleta en cada cas, s'identifiquen les modalitats cicloturístiques següents:

- **Cicloturisme itinerant.** S'utilitza un tipus de bicicleta anomenat híbrid i és comunament conegut com a cicloturisme o cicloturisme d'alforges. Actualment existeixen nombroses empreses que es dediquen a oferir serveis de transport d'equipatge que eliminaria aquest element tradicional de les alforges. D'aquesta mateixa manera, no cal que el cicloturista itinerant surti des del seu lloc de residència en bicicleta, sinó que pot utilitzar altre tipus de transport fins a la destinació escollida i contractar els equipaments i serveis necessaris per a viatjar amb bicicleta. La mobilitat és l'element pel qual la bicicleta constitueix una part integral del viatge, essent un mitjà de transport que condiciona un ritme determinat per recórrer un territori determinat.
- **Cicloturisme esportiu o ciclisme.** El ciclisme és tota modalitat esportiva que utilitza la bicicleta com equipament esportiu, pel qual d'ara en endavant quan es faci referència al terme ciclisme, servirà de sinònim de cicloturisme esportiu. En addició, l'esportista té altres motivacions durant el seu viatge, que es complementen amb la seva pràctica esportiva.
 - **Ciclisme de carretera.** Utilitza un tipus de bicicleta lleugera i amb pneumàtics primers per garantir aconseguir la màxima velocitat possible.
 - **Ciclisme de muntanya o BTT.** Aquesta modalitat adopta el nom de la bicicleta que s'utilitza, Tot Terreny, caracteritzant-se per uns pneumàtics més gruixuts i amb relleu per garantir aconseguir la màxima adherència al terreny desigual.

Com s'exposa anteriorment, no es menciona cap tipus de motivació d'oci o recreació, ja que aquestes no són determinants de cap tipologia, sinó que poden atribuir-se a totes tres. Cal insistir en que totes tres poden esdevenir tant excursions com activitats amb pernoctació, i això depèn dels serveis sol·licitats.

2.1.2. Turisme actiu i turisme esportiu

Com es veurà repetidament en aquest i els propers documents, el cicloturisme es menciona sovint formant part de dues tipologies turístiques més extenses o "paraigües" que són el turisme actiu i l'esportiu.

El turisme actiu té com a motivació principal del viatge realitzar activitats a la natura. Tot i que aquestes activitats poden ser contemplatives, hi ha d'altres, com els esports d'alt risc, que exigeixen un esforç físic més actiu. Per aquest motiu a aquesta modalitat esportiva també es coneix amb els noms de turisme actiu i de natura, i turisme d'aventura.

En quant al turisme esportiu, si bé la motivació principal del desplaçament és l'esport, com succeeix al turisme actiu i de natura, contempla tant activitats passives (assistència a esdeveniments com a espectador, per exemple), com actives (practicant de l'esport en qüestió).

Ja s'englobi dins un terme o un altre, el paper del cicloturista respecte al cicloturisme a la ciutat serà actiu (i no passiu o contemplatiu).

2.2. ATRIBUTS DEL CICLOTURISME

Diversos estudis d'impacte econòmic realitzats a diferents regions europees han permès fer una aproximació a nivell europeu sobre els beneficis del cicloturisme i les seves tendències. Aquestes dades poden servir al final d'aquest projecte per comparar l'impacte d'aquests beneficis a Girona i comarques respecte a la resta de regions europees objecte d'estudi.

2.2.1. Despesa mitjana del cicloturista

Un estudi encarregat pel Parlament Europeu (Weston *et al.*, 2012) estimava una despesa directa total a Europa d'uns 44.000 M €, dels quals 35.000 M € eren resultat d'excursions i 8.940 M € de viatges amb pernoctació.

La xarxa cicloturística suïssa Veloland ha anat revelant dades del comportament del cicloturista en els diferents estudis que s'han realitzat en els últims anys. Ja fa 10 anys s'estimava que els usuaris d'aquesta xarxa, els quals feien estades superiors a dues nits, fent una despesa mitjana de 71€ al dia, dels quals 28€ corresponien a l'allotjament i 25€ a menjar i beguda (Utiger & Ickert, 2005). L'any 2009, el nombre de ciclistes usuaris d'aquesta xarxa ja ascendia als 5 milions (Utiger & Rikus, 2009), i al 2011 la despesa directa es va estimar en 118 M € (Utiger & Rikus, 2011).

Els diferents estudis europeus revelen la gran diferència quant a despesa mitjana directa del cicloturista amb pernoctació i de l'excursionista. Si els cicloturistes amb pernoctació registren una despesa que varia dels 50€ als 70€, l'excursionista fa una despesa molt inferior que varia dels 10€ als 20€ (Weston *et al.*, 2012). De fet, altres estudis presenten xifres més desoladores. A França, dos estudis (Bourgogne Tourisme, 2010; Mercat, 2009) van concloure que els excursionistes pràcticament no feien cap despesa, calculant una despesa mitjana de 0'24€ i 1€ respectivament. Bourgogne Tourisme (2010) justifica aquesta conducta de consum a l'escassa oferta d'establiments i instal·lacions potencials de generar despesa.

Si es compara la despesa mitjana diària d'un cicloturista amb la d'un turista convencional, potser aquesta és una mica inferior, però el fet de que les seves estades siguin més llargues acaben generant una despesa mitjana més elevada. França és l'únic país on la despesa mitjana diària és clarament més elevada en un cicloturista que en un turista convencional, amb una diferència mínima de 10€ que pot arribar fins als 30€ si es tracta de cicloturistes d'origen estranger. Això també depèn de la nacionalitat, ja que existeix un gran marge entre la despesa mitjana més baixa realitzada pels holandesos amb 36'32€ diaris, i la més alta produïda pels noruecs amb 69'41€ diaris (Mató & Troyano, 2014).

2.2.2. Sostenibilitat

Eijgelaar *et al.* (2012) afirmen que els cicloturistes fan molt més ús del tren i molt menys del cotxe i de l'avió que els turistes convencionals. També els atribueixen menys emissions de CO₂ perquè les distàncies a recórrer des dels seus orígens fins a les destinacions on practiquen cicloturisme, són més curtes. Per exemple, el cicloturista alemany fa un 66% menys emissions que un turista convencional, i a Holanda emeten un 35% menys emissions, tot i que molt sovint aquests beneficis s'atribueixen a viatges domèstics (Lumsdon *et al.*, 2009).

En el cas dels turistes que no poden optar a una alternativa de viatge més sostenible, com per exemple aquells que provenen d'altres continents, existeixen programes internacionals com ClimateCare, destinats a calcular la petjada de CO₂ del viatge, de tal manera que es pugui compensar col·laborant en diversos projectes mediambientals i socials (ClimateCare, web). Al sector cicloturístic ja hi ha empreses que promouen entre els seus clients participar en el projecte. Destaca el cas del turoperador britànic Inntavel, el qual està especialitzat en *slow holidays*, terme emprat per referir-se a aquelles vacances compostes per activitats sostenibles (Inntavel, web).

2.2.3. Estacionalitat

El clima càlid del sud d'Europa és un element a favor per a la desestacionalització de l'activitat cicloturística a Girona. A Espanya, l'activitat cicloturística es distribueix més uniformement al llarg de l'any que a altres destinacions europees, generant un 33% de l'activitat a l'estiu, un 32% a la primavera un 22% a la tardor, i un 13% a l'hivern (Fundación de Ferrocarriles Españoles & Mercodes, 2008).

En comparació, a Alemanya i al Regne Unit, per exemple, el 79% de viatges cicloturístics tenen lloc entre el maig i l'agost (Mató & Troyano, 2014).

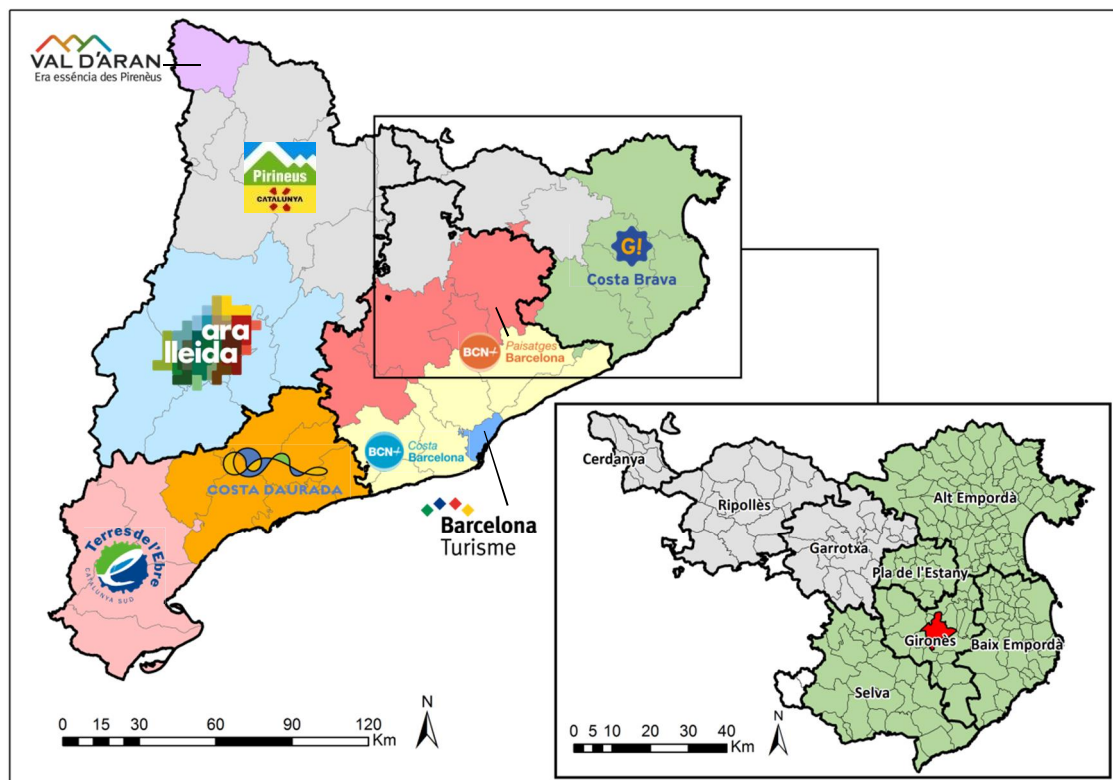
3. ANÀLISI DE L'OFERTA CICLOTURÍSTICA DE GIRONA

L'anàlisi de l'oferta cicloturística de la ciutat de Girona, que es recull a continuació, consta de tres estudis clarament diferenciats: per una banda, es fa una introducció a la trama cicloturística que envolta a la destinació objecte d'estudi, i que contextualitza les dues anàlisis posteriors; per una altra, es recopilen els diferents productes cicloturístics oferts a la ciutat per tal d'analitzar quines tendències segueixen; i per una altra, un total de 12 entrevistes componen una anàlisi qualitativa en el que es recullen les percepcions dels diferents agents involucrats en la creació, gestió, promoció i comercialització dels productes cicloturístics que componen l'oferta de la ciutat respecte a diversos temes debatuts.

3.1. SITUACIÓ DE L'ÀMBIT D'ESTUDI: GIRONA

A continuació es fa una introducció a l'àmbit geogràfic objecte d'estudi, que en aquest cas és la ciutat de Girona, a més de presentar les diferents infraestructures ciclables que l'envolten i les eines de promoció i distintius de qualitat de les que disposa la destinació quant als seus productes cicloturístics. Addicionalment es presenten els diferents agents involucrats.

3.1.1. Context geogràfic



Il·lustració 1 Mapa de Catalunya i les seves marques turístiques, i Girona (en vermell) dins les comarques gironines. Font: Agència Catalana de Turisme, web. Elaboració pròpia.

La ciutat de Girona és la capital de la província homònima i de la comarca del Gironès, al nord-oest de Catalunya. La província de Girona limita al nord amb França, a l'oest amb la província de

Lleida, al sud amb la província de Barcelona i a l'est amb la Mar Mediterrània. La província de Girona es compon de les marques turístiques Costa Brava al litoral i Pirineus de Girona a l'interior.

El municipi té una extensió de 38'73 km², 60% del qual el conformen diversos espais d'interès natural protegits. Això dóna múltiples possibilitats a la ciutat de diversificar la seva oferta tradicionalment focalitzada en el seu ric patrimoni històric i cultural, dinamitzant turísticament els diferents patrimonis naturals dels que es disposen.

Girona té una població de 92.227 habitants (Idescat, 2014) i anualment rep el doble de visitants. Al 2014 (Idescat) el nombre de visitants de la ciutat va superar els 184.000, produint un total de més de 297.000 pernотacions. Disposa d'una planta hotelera de 2.061 places a la que es sumen més de 200 places d'apartaments turístics durant tot l'any.

La seva xarxa de comunicacions viàries fan de Girona la porta d'entrada a la província. Les principals carreteres que comuniquen la ciutat són l'AP-7, corresponent a la ruta E-15 europea, la N-II Madrid-Barcelona-França i la C-25 Girona-Vic-Lleida. L'aeroport de Girona - Costa Brava, situat a 12 km de la ciutat, rep més de 2'16 M de passatgers anualment (Aena, 2014), amb connexions amb 37 destinacions europees i d'Àfrica del Nord. La seva estació de tren també disposa de trens d'alta velocitat (AVE), en la ruta que va des de Madrid fins a la frontera francesa.

A nivell intern, la ciutat disposa d'una flota de taxis adaptats i d'autobusos amb línies regulars, a més d'un sistema de bicicletes públiques, la Girocleta, que compta amb una xarxa de carrils bicicleta per facilitar una mobilitat segura.

3.1.2. Infraestructures ciclables i els seus agents implicats

Centres BTT

Un centre BTT és un espai pensat per als ciclistes de muntanya, ja que s'encarrega de senyalitzar diferents camins i rutes d'aquesta modalitat. Tots els centres BTT de Catalunya han de rebre l'homologació tant de l'ACT com de les federacions catalana i francesa de ciclisme. Entre els requeriments mínims que s'exigeixen destaquen (Consell Comarcal de la Terra Alta, 2012):

- Tenir un mínim de 100 km d'itineraris perfectament senyalitzats que parteixen d'un punt d'acolliment amb informació turística i serveis per a la bicicleta.
- Facilitar informació turística en diferents idiomes al punt d'acolliment i disposar de mapes cartogràfics i material tècnic i d'interès turístic per a cada ruta.
- Acollir un ventall de serveis complementaris per facilitar la pràctica de la bicicleta de muntanya: lloguer de bicicletes, zona d'aparcament exclusiu, punts de rentat, dutxes i serveis sanitaris, etc.

Actualment a les comarques gironines es compta amb 6 centres BTT acreditats (Wibikes, web):

- **Baix Empordà.** Castell-Platja d'Aro.
- **El Gironès.** Quart.

- **El Ripollès.** Sant Joan de les Abadesses.
- **La Selva.** Amer.
- **Pla de l'Estany-Banyoles.** Porqueres.
- **Salines-Bassegoda.** Maçanet de Cabrenys.

Vies Verdes

Segons la Declaració de Lille del 12 de setembre del 2000, el terme “via verda” fa referència a tota infraestructura ferroviària en desús i desenvolupada sobre camins de la natura destinats a usuaris no motoritzats, vianants, ciclistes o persones amb mobilitat reduïda, que es pot utilitzar per a fins recreatius i per a desplaçaments entre centres d'activitat. El traçat és accessible i integrat en el medi natural (ConSORCI de les Vies Verdes de Girona, web).

A les comarques gironines, les vies verdes estan constituïdes per quatre trams que sumen un total de 125 km, i recorren el Pirineu gironí fins a la Costa Brava transcorrent a través de cinc de les vuit comarques: el Ripollès, la Garrotxa, la Selva, el Gironès i el Baix Empordà.

- **Ruta del Ferro i del Carbó.** Té un recorregut de 15 km que uneix Ripoll amb Ogassa, passant per Sant Joan de les Abadesses, on es troba un centre BTT.
- **Ruta del Carrilet Olot – Girona.** Els seus 54 km de recorregut transcurren per tres comarques i dotze pobles des d'Olot fins a Girona. Al seu pas per la Selva es troba el centre BTT d'Amer.
- **Ruta del Carrilet Girona – Sant Feliu de Guíxols.** Dins aquest traçat de 39,7 km que van des de Girona fins a Sant Feliu de Guíxols es troben els centres BTT de Quart i de Castell d'Aro.
- **Ruta del Tren Petit.** Consta d'una via principal que uneix les poblacions litorals de Palamós i Palafrugell, i de tres ramals de menys d'1 km a Vall-llobrega, la platja de Castell i Mont-ras.

El Consorci de les Vies Verdes de Girona és l'ens que gestiona des de la seva creació el 2003, les quatre rutes, i s'encarrega tant del seu manteniment com de la seva promoció. El Consorci està integrat per la Diputació de Girona, que aporta el 60% del seu pressupost ordinari, i pels municipis i consells comarcals competents, que aporten l'altre 40%. A més a més, les empreses potencials de donar serveis als usuaris de les vies verdes, poden adherir-se al Consorci com agent econòmic. Aquests agents econòmics aporten una quota anual destinada a la promoció conjunta de les infraestructures i els seus serveis.

Entre els anys 2005 i 2006, es va realitzar un estudi encarregat pel Consorci de les Vies Verdes de Girona per tal de determinar els diferents perfils d'usuaris de la infraestructura, determinant que només 23.000 dels més d'1'3 M de viatges enregistrats durant un any, corresponien a un ús turístic, i que el 24'4% dels trasllats totals s'havien realitzat en bicicleta (Coenders & Mundet, 2010).

Pirinexus

Pirinexus és una xarxa ciclable de 366 km que uneix la demarcació de Girona amb el territori francès de parla catalana. El seu traçat està format per trams ja existents de les vies verdes i

carreteres locals quan no existeix una xarxa de carrils bici. Aquesta xarxa és el resultat del projecte ENLLAÇ, programat dins el Programa Operatiu de Cooperació Territorial Espanya – França – Andorra (POCTEFA) de fons europeu (ENLLAÇ, web). Operativa des de 2013, la ruta Pirinexus va ser finalista com a Millor Ruta Europea de Cicloturisme el passat 2014 per *Fiets en Wandelbeurs* –fira especialitzada en turisme actiu i cicloturisme que té lloc anualment a Bèlgica- i la seva gestió és el resultat dels esforços del Consorci de les Vies Verdes de Girona, el *Conseil Général des Pyrénées Orientales* i el *Conseil de Développement du Pays Pyrénées-Méditerrané*.

EuroVelo

EuroVelo és un projecte liderat per la Federació Europea de Ciclistes i que té l'objectiu de crear una xarxa de més de 70.000 km de rutes ciclables planificades que creuin el continent europeu, 45.000 km dels quals ja estan operatius. S'estima que un cop completada la xarxa, generarà potencialment més de 7.000 M € en despeses directes: 14'5 M cicloturistes amb una despesa directa total de 6.380 M € i 45'54 M € d'excursions amb una despesa directa de 700 M € (Ejgelaar *et al.*, 2012).

La xarxa es compon de 14 rutes, 3 de les quals passen per la península ibèrica. La ruta que travessa les comarques gironines és la 8, l'anomenada Ruta Mediterrània, que connectarà 11 països amb 5888 km de traçat des de Cadis fins a Xipre. D'aquesta ruta, només estan operatius el traçat corresponent a les comarques gironines i el que uneix Torino amb Venècia.

3.1.3. Eines de promoció i distintius de qualitat, i els seus agents implicats

Els diferents establiments, empreses i instal·lacions que donen servei als productes cicloturístics de la ciutat, disposen de diferents eines de promoció i distintius de qualitat de divers abast geogràfic per tal de donar visibilitat a aquesta trama cicloturística que està en constant creixement. Són diversos agents, tant públics com privats, els encarregats de la gestió dels diferents programes i actuacions, els quals es presenten a continuació a mesura que s'introdueixen aquestes eines i distintius:

Qualitat Turisme Actiu Girona (RES'PIR)

Aquest procediment de qualitat és el resultat del projecte europeu RES'PIR, el qual durant els quatre anys de desenvolupament des del 2011 va tenir com a objectiu principal crear una oferta de turisme actiu i de natura sostenible a la ciutat de Girona i comarques en col·laboració amb la regió francesa de l'Ariège .El *know-how* de la regió francesa en quant a la conservació del medi ambient associada al desenvolupament turístic i les competència adquirides per l'Ajuntament de Girona en matèria de màrqueting i de comercialització turística, van resultar en un intercanvi de coneixement molt enriquidor (RES'PIR, web).

El procediment de qualitat està dirigit a les empreses del sector, les quals es van reunir per primer cop amb aquest projecte, que entre d'altres accions va permetre inventariar els productes de natura i turisme actiu existents a Girona, formar als professionals del sector per garantir la qualitat dels serveis i el seu compromís sostenible, i assistir a fires especialitzades del sector.

Segell de Destinació de Turisme Esportiu (DTE)

El DTE és un distintiu atorgat per l'Agència Catalana de Turisme a aquells municipis que disposen d'infraestructures i serveis d'alta qualitat per a la pràctica de l'esport. Des de l'any 2012, l'ACT implanta un nou model de certificació en el qual els municipis adherits tenen l'opció d'especialitzar-se adoptant una de les tres segmentacions següents (ACT, web):

- **Pols d'excel·lència.** Els municipis que optin per aquesta segmentació han de garantir la pràctica esportiva al més alt nivell, i es poden especialitzar en una de les quatre modalitats següents: rem i piragüisme; alta muntanya; esports nàutics; o futbol.
- **Centres de referència europeus.** Pensat per a aquells municipis que s'especialitzin en un esport minoritari, essent potencials d'acollir competicions de renom internacional.
- **Municipis multiesports.** S'ha de garantir la possibilitat de practicar un mínim de quatre modalitats esportives. La ciutat de Girona ha obtingut recentment, el passat juliol de 2015, el DTE en la modalitat de multiesports. En el cas de la capital de les comarques gironines, els esports als que s'ha especialitzat són el ciclisme, el *running*, el tennis, l'atletisme i la natació. En el cas del ciclisme, un dels requisits, a més de disposar d'una planta hotelera adaptada a les necessitats dels ciclistes, ha sigut disposar d'una àmplia xarxa de vies ciclables de totes les modalitats esportives ofertes.

A les comarques gironines hi ha 3 municipis més certificats amb el DTE:

- **Banyoles (Pla de l'Estany).** Vila Europea de l'Esport 2015 i municipi multiesport especialitzat en natació, ciclisme, triatló, rem i piragüisme (Turisme i Esport, web).
- **Castelló d'Empúries i Empuriabrava (Alt Empordà).** Municipi especialitzat en paracaigudisme i futbol. Disposa del certificat des del 2003, servint de Municipi Pilot per a la implantació del mateix. Encara no s'ha adaptat al nou model de segmentació del segell (Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Castelló d'Empúries, web).
- **Lloret de Mar (La Selva).** Municipi multiesport especialitzat en futbol, bàsquet, atletisme, handbol, hoquei sobre patins i ciclisme (Lloret Turisme, web).

Destaca que els dos municipis adaptats al nou model de certificació DTE ho hagin fet com a destinació multiesport, i un dels esports pels que aposten sigui el ciclisme.

Cicloturisme Costa Catalana

L'ACT ha creat un segell d'especialització més específic, que en aquest cas està dirigit a totes aquelles destinacions de litoral i les seves empreses que vulguin especialitzar-se en cicloturisme de carretera (ACT, web).

Bed & Bike

Seguint el model adoptat per altres països europeus com Alemanya, el Consorci de les Vies Verdes de Girona estableix el distintiu de qualitat Bed & Bike per aquells establiments

d'allotjaments i restauració adherits com agents econòmics del Consorci. Es tracta d'un distintiu sense cost addicional i auto-avaluable que indica que els establiments amb el distintiu poden donar servei a les necessitats dels cicloturistes. Entre els criteris mínims exigits es destaca (Consorci de les Vies Verdes, web):

- Els establiments d'allotjament han d'oferir estades d'una sola nit.
- Tots els establiments han de disposar d'un lloc segur on guardar les bicicletes a la nit, a més d'un conjunt bàsic d'eines de reparació i es poden adquirir mapes de cicloturisme de la zona.
- Els establiments de restauració han d'oferir una selecció de begudes adequades per als ciclistes.

Bikefriendly

Bikefriendly és un segell de qualitat adreçat a establiments, principalment d'allotjament, que compleixen uns requeriments que garanteixen la satisfacció de les necessitats específiques dels cicloturistes. A diferència del distintiu Bed&Bike, Bikefriendly és una iniciativa privada amb ànim de lucre que a més de cedir aquest segell de qualitat, ofereix serveis d'assessorament per tal d'adaptar els negocis adherits i atraure aquest nínxol de mercat.

Club de Màrqueting Natura i Turisme Actiu

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona és l'ens públic-privat que des del 1976 té com a tasca principal la promoció de les dues marques turístiques presents a les comarques gironines: Costa Brava i Pirineus de Girona. El Patronat segmenta la seva promoció per productes turístics identificats com els més importants. La promoció d'alguns d'aquests productes es realitza a través de Clubs de Màrqueting, els quals associen empreses especialitzades en aquests segments, i participen activament en una promoció conjunta amb la resta d'agents del sector associats a través d'una quota anual (que suposa el 50% del pressupost del Club).

Actualment són cinc els Clubs de Màrqueting del Patronat, que responen als nínxols de mercat següents (PTCBG, web):

- Cultura i identitat
- Golf
- Ruta del Vi DO Empordà
- Salut i bellesa
- Natura i Turisme Actiu

Aquest últim, el Club de Màrqueting Natura i Turisme Actiu, engloba prop de 220 empreses del sector. El Club es subdivideix al seu temps segons sectors més concrets, on es poden trobar el turisme nàutic, el senderisme, l'esquí, la multiaventura, activitats ecoturístiques i el cicloturisme (esportiu i itinerant), entre d'altres. Altres modalitats esportives també s'inclouen dins aquest Club. Cada segment compta amb una taula de treball on es debaten les accions de promoció que es duran a terme a un any vista. Concretament a la taula de treball dels agents econòmics relacionats amb el cicloturisme hi ha una forta presència dels hotelers i les agències de viatges

especialitzades. El Club agrupa també a tots els agents econòmics associats al Consorci de les Vies Verdes.

Girona Bike World

El passat maig d'aquest 2015 es va celebrar a Girona la primera fira activa de la bicicleta i del cicloturisme de Catalunya, coincidint amb la cinquena edició del Congrés Internacional de la Bicicleta. Aquest esdeveniment representa un pas més per fer de Girona la capital catalana de cicloturisme.

3.1.4. Empreses cicloturístiques de la ciutat de Girona

Com s'aprecia als apartats anteriors, la destinació turística Girona disposa de diferents certificats i distintius de qualitat que donen visibilitat a aquells establiments que donen servei a les necessitats dels cicloturistes. Com s'observarà en una anàlisi posterior, aquests no són decisius per la presa de decisió del consumidor intermediari i final, i per tant en aquest apartat només es presenten aquells establiments model de negoci dels quals està pensat per atraure com a mercat principal al cicloturístic.

A continuació es presenten un total de sis empreses de la ciutat orientades al mercat cicloturístic, quatre de les quals són agències de viatges especialitzades i les altres dos són establiments de restauració especialitzats.

Agències de Viatges

- **Bike Breaks Girona Cycle Centre.** Fundada fa uns set anys, aquesta agència es dedica tant a cicloturisme itinerant com a ciclisme de carretera i BTT. Ofereix productes combinats amb atractius del territori com la gastronomia o el Triangle Dalinià, a més de col·laborar amb diferents ciclistes professionals per encapçalar les rutes i donar-les valor afegit. Els seus mercats principals són el britànic i l'holandès a nivell europeu i nord-americà (estatunidenc i canadenc), australià i neozelandès a nivell global.
- **Bikecat.** Fundada fa 10 anys, aquesta agència es dedica exclusivament al ciclisme de carretera, oferint cada cop productes a mida en els que es combina la pràctica esportiva amb atractius del territori com l'àmplia gamma de restaurants amb estrella Michelin. El 95% del seu mercat és nord-americà.
- **Campo Bicicleta.** Fundada fa 2 anys, va començar oferint únicament productes de ciclisme de carretera i recentment també ho fa amb productes de BTT. És l'única agència que no combina l'esport amb altres productes turístics del territori, ja que el seu model de negoci és el de crear campus d'entrenament econòmics per aquells semi-professionals que volen millorar el seu rendiment a les competicions. El seu mercat principal és l'holandès.
- **Cicloturisme i Medi Ambient.** Fundada el 1996, és la primera agència especialitzada de la ciutat. Va començar oferint productes de cicloturisme itinerant, combinant diversos atractius del territori, fins a diversificar i ampliar la seva oferta també amb productes de cicloturisme esportiu, tant de carretera com de BTT. És l'única agència dirigida al mercat

nacional, tot i que els orígens són diversos, incloent els països nòrdics, Alemanya i Holanda a Europa, i Estats Units i Canadà a Nord-Amèrica.

Establiments de restauració

- **Centre Biker Girona.** Fundada fa quatre anys, es considera el 2.0 de les tendes de bicicletes, i es presenta en la categoria de restauració perquè no està constituïda com a agència de viatges per a poder comercialitzar paquets turístics i perquè la complementa amb una cafeteria que fa la funció de centre social i punt de trobada dels ciclistes. A més, l'amplitud d'horari dels establiments de restauració permeten al Centre Biker donar servei als ciclistes en els horaris que realment fan ús de la bicicleta.
- **La Fàbrica.** Seguint la tendència d'altres destinacions europees i internacionals, a principis d'aquest any s'ha establert el primer ciclocafé a la ciutat de Girona. Justificant l'estret vincle que existeix entre els ciclistes i la cultura cafetera, ha estat un ciclista professional el que ha concebut aquesta cafeteria amb temàtica ciclista que serveix de punt de reunió tant a usuaris com a no usuaris de la bicicleta, ja que l'ambientació de l'establiment l'ha posionat com a un atractiu més de la ciutat.

3.2. ANÀLISI DELS CATÀLEGS DE PRODUCTES CICLOTURÍSTICS DE LA CIUTAT DE GIRONA

S'han analitzat un total de 58 productes cicloturístics, constituint el conjunt de productes oferts per les quatre agències de viatges especialitzades en cicloturisme de la ciutat: Bike Breaks, Bikecat, Campo Bicicleta i Cicloturisme i Medi Ambient.

Aquests productes s'han classificat en les tres tipologies de cicloturisme detectades i descrites al marc teòric. Així, dels 58 productes analitzats, 19 corresponen al cicloturisme itinerant, 28 al ciclisme de carretera i 11 al BTT.

3.2.1. Consideracions

Abans de presentar els resultats de l'anàlisi, s'han de tenir en compte els aspectes següents:

- Totes quatre empreses ofereixen la possibilitat de fer productes a mida. De fet, una d'elles només ofereix aquest tipus de productes. Tenint en compte això, els productes analitzats són aquells que els seus agents consideren més demandats i sempre presenten les mateixes característiques de viatge.
- Els preus presentats atenen a que els productes presentin les següents característiques, sempre que hi existeixi la possibilitat:
 - Guia inclòs.
 - Lloguer de bicicleta inclòs.
 - Allotjament:
 - Sempre es presenta l'opció estàndard o més bàsica, tot i que la majoria de productes permeten diverses opcions d'allotjament amb cost addicional.
 - Quan un producte es relaciona amb més d'un tipus d'allotjament és perquè durant el seu recorregut es combinen diferents tipus d'allotjament.
 - El preu és per persona en habitació doble.

3.2.2. Aspectes analitzats

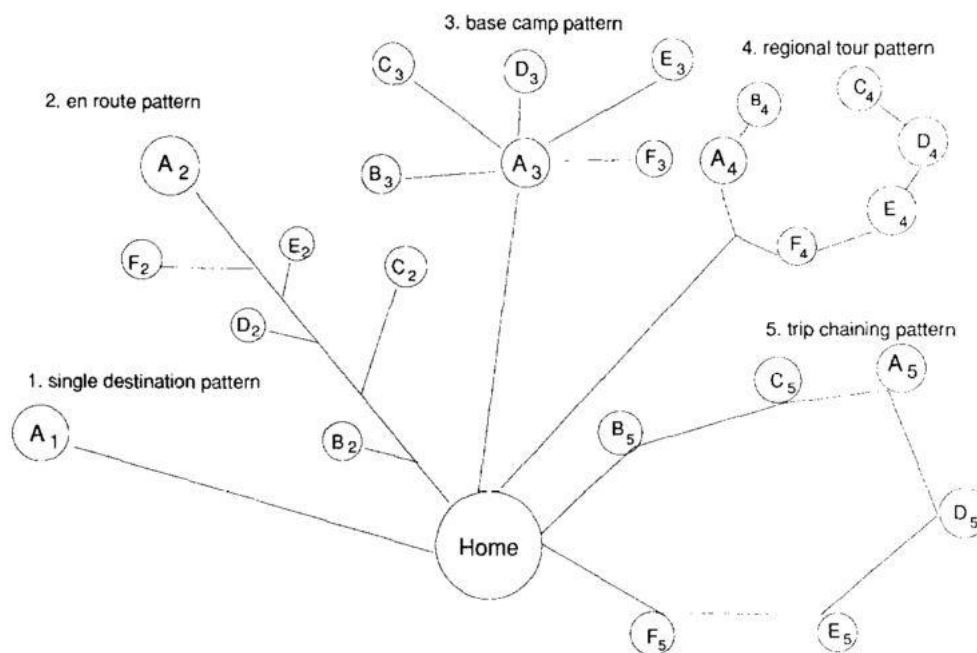
La finalitat d'aquesta anàlisi és observar la tendència dels productes oferts en quant a:

- El tipus d'itinerari.
- La durada del viatge (nombre de nits).
- El nombre de pernoctacions que corresponen a cada tipologia d'allotjament ofertes.
- La distribució geogràfica de les pernoctacions (municipis i comarques).
- El cost diari mitjà.

3.2.3. Tipus d'itinerari

La mobilitat és l'element més característic de la bicicleta, fet que condiona que els productes cicloturístics conformin viatges multi-destinació. Lew & McKercher (2006) argumenten que ser coneixedor dels patrons de moviment espacial a les destinacions múltiples contribueixen a millorar la planificació del transport, el desenvolupament de productes i imatge, i la gestió de l'impacte turístic.

Lue *et al.* (1993) proposen 5 patrons espacials dels quals 4 corresponen a viatges multi-destinació. Segons el patró que segueixi un viatge, i la posició que ocupi una destinació dins l'itinerari, aquesta serà susceptible d'atraure una inversió de temps i diners més significativa.

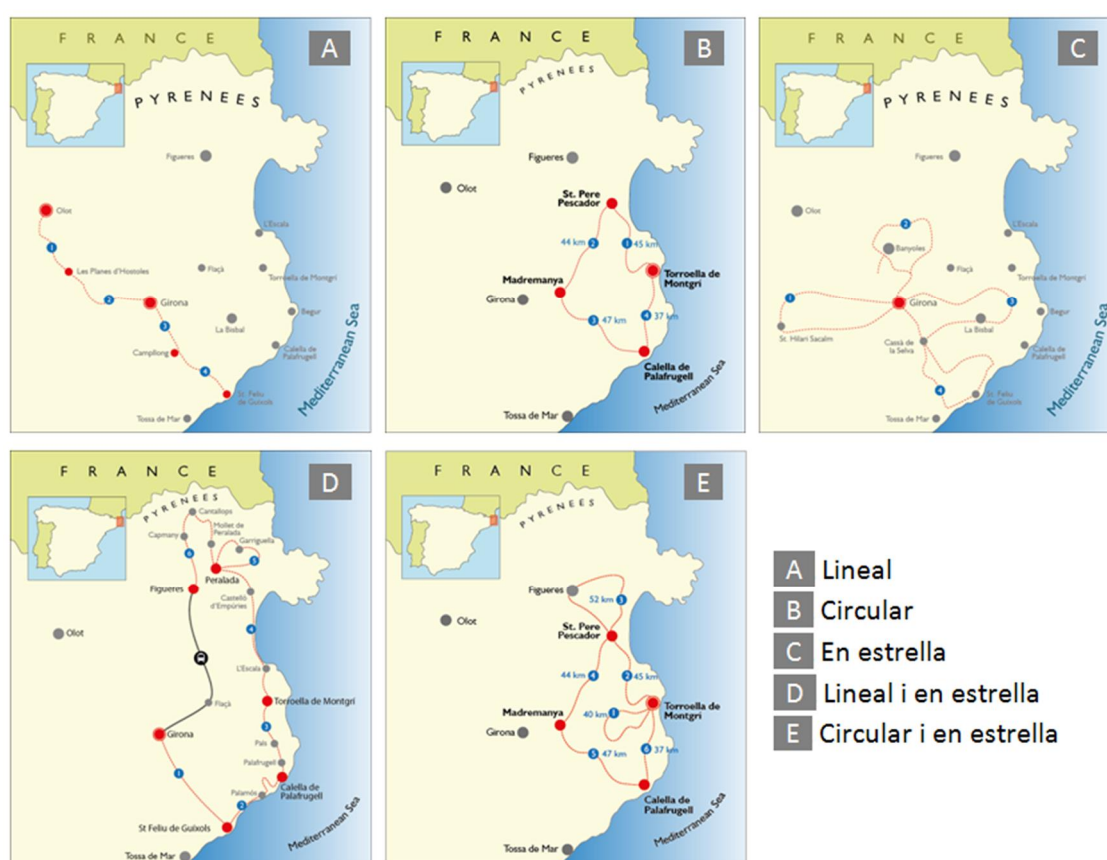


Il·lustració 2 Patrons espacials alternatius per a viatges de plaer. Font: Lue *et al.* (1993).

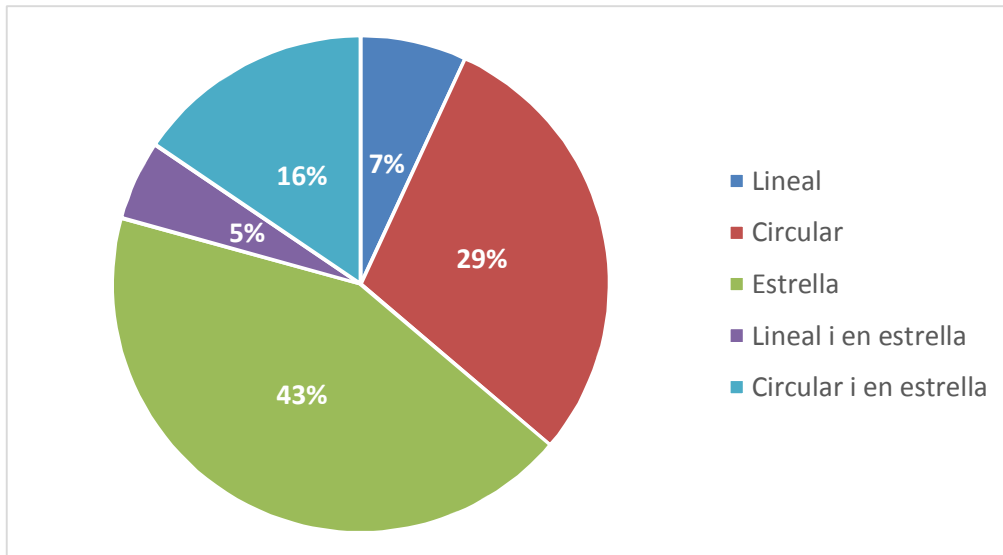
En funció als patrons de destinacions múltiples presentats a la Il·lustració 1 i adaptant-se als productes cicloturístics analitzats, aquests s'han classificat en 5 tipus d'itinerari amb les característiques següents:

- **Itinerari lineal.** El punt d'inici i el de final són diferents. Sempre que es tracti d'un viatge de més d'un dia, es pernoctarà tant a la destinació d'inici com la de final. Depenent dels dies dels que es disposi, s'escolliran altres punts de pernoctació al llarg del recorregut. Només es fa una nit per punt.
- **Itinerari circular.** El punt d'inici i el de final són els mateixos. A partir d'aquest punt es traça un recorregut circular que pot tenir una durada diversa de dies, i es fan pernoctacions al llarg del mateix. Mentre que a cada punt a mig camí només es fa una nit, al punt de sortida, que és el mateix que el d'arribada, es fan dues nits.

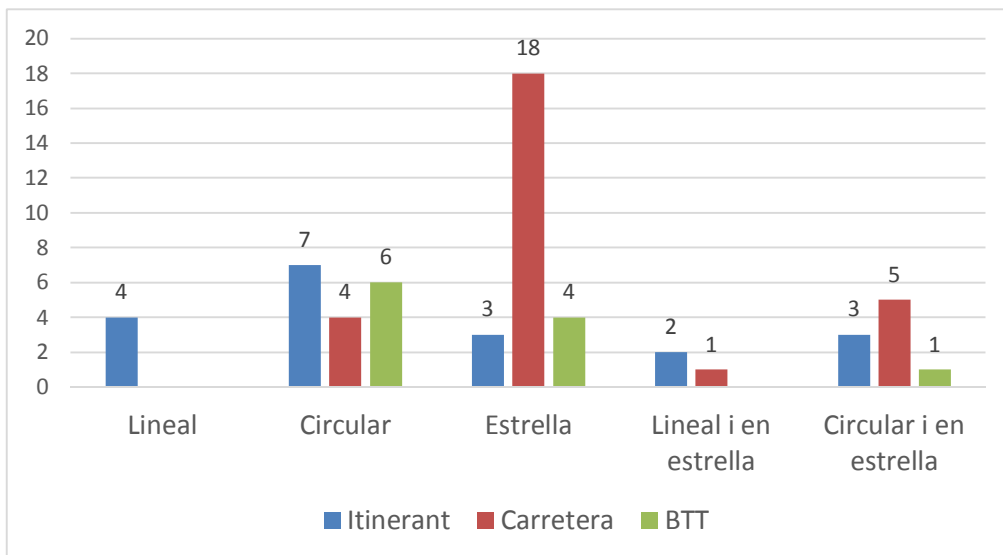
- **Itinerari en estrella.** S'escull una destinació on es farà base o *stage*. Això vol dir que totes les pernoctacions del viatge es fan en aquesta destinació base, i des d'aquesta es proposen diferents recorreguts cada dia.
- **Itinerari lineal i en estrella.** Es tracta d'un recorregut lineal amb diferents punts d'inici i final. Es poden escollir diverses destinacions per fer una nit o bé per fer més d'una, servint de base durant una parcialitat del viatge, tant al principi, a la meitat o al final del viatge.
- **Itinerari circular i en estrella.** Es traça un recorregut circular on el punt d'inici i final es garanteix un mínim de dues pernoctacions, que poden ser més i es pren com a base parcial del viatge. Qualsevol dels punts escollits per fer nit durant el recorregut també és susceptible de servir com a base parcial.



Il·lustració 3 Tipus d'itineraris cicloturístics. Font: Cicloturisme i Medi Ambient (mapes). Elaboració pròpia (tipus d'itineraris).



Gràfica 1 Percentatge de productes cicloturístics segons tipus d'itinerari. Elaboració pròpia.



Gràfica 2 Nombre de productes cicloturístics segons tipus d'itinerari i tipologia cicloturística. Elaboració pròpia.

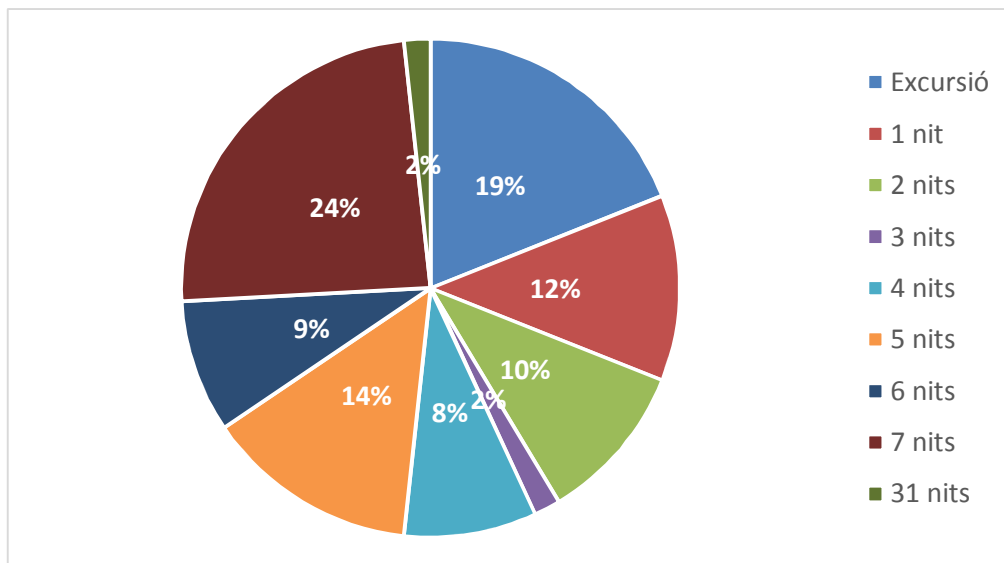
El tipus d'itinerari més aplicat és el model en estrella, utilitzat per dissenyar el 43% dels productes analitzats. Dels 25 productes que prenen una única destinació com a base, Girona és la base per a 24 d'ells, amb l'excepció d'un *tour* que pren base a Torroella de Montgrí –més concretament a l'Estartit– el qual és un producte de BTT. És el model més utilitzat per crear rutes de ciclisme de carretera, present a 18 productes d'aquesta modalitat en aquest anàlisi. En quant a cicloturisme itinerant i BTT, 3 i 4 productes presenten aquest model respectivament.

Els circuits circulars són el segon disseny més freqüent, present al 29% dels productes. Existeix una distribució força equilibrada entre les 3 modalitats cicloturístiques, comptant amb 7 productes de cicloturisme itinerant, 4 de ciclisme de carretera, i 6 de BTT. 15 dels 17 productes amb itinerari circular tenen com a punt de sortida (i per tant d'arribada) la ciutat de Girona, amb l'excepció de dos productes de cicloturisme itinerant, un a Figueres i un altre a l'Estartit.

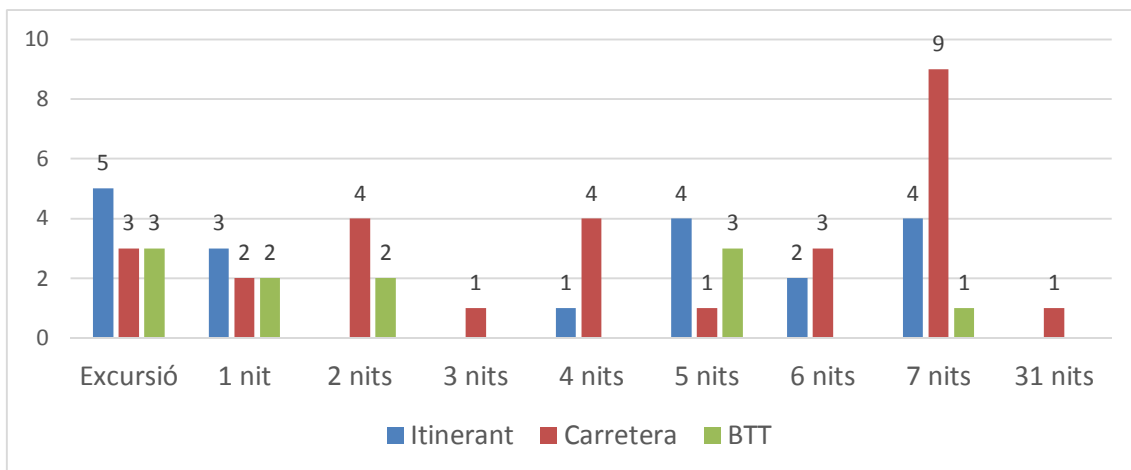
El tercer tipus d'itinerari en quant a nombre de productes és una combinació dels més freqüents, és a dir, el traçat circular i en estrella. Són un total de 9 productes on el ciclisme de carretera és la modalitat que més productes presenta amb aquest tipus de recorregut, 5. El cicloturisme itinerant hi oferta 3 i només existeix un producte de BTT en aquesta categoria.

Els models menys aplicats, per tant, són els lineal i la combinació d'itinerari lineal en estrella, amb 4 i 3 productes respectivament. Destaca que el cicloturisme itinerant és l'única modalitat que adapta el model lineal, i el model lineal en estrella s'aplica a 2 productes de cicloturisme itinerant i un de ciclisme de carretera. Per tant, cap producte de BTT aplica cap d'ambdós models d'itinerari.

3.2.4. Durada del viatge



Gràfica 3 Percentatge de productes cicloturístics segons la seva durada en nits. Elaboració pròpia.



Gràfica 4 Nombre de productes cicloturístics segons la seva durada en nits i tipologia cicloturística. Elaboració pròpia.

Com s'observa a la gràfica 3, més del 24% dels productes analitzats constitueixen itineraris amb una durada de 8 dies i 7 nits, amb itineraris per pedalar durant 6 dies. El cicloturisme de carretera ofereix més productes amb aquesta durada que cap altre modalitat, amb 9 productes respecte als 4 de cicloturisme itinerant i només un de BTT.

Les excursions, és a dir, aquelles visites o viatges que tenen una durada inferior a 24 hores, i per tant no comporten pernoctació, constitueixen prop del 19% dels productes analitzats. Totes les modalitats cicloturístiques ofereixen excursions d'un dia en els seus catàlegs. Existeixen 5 excursions de cicloturisme itinerant i 3 per cada tipus de cicloturisme esportiu.

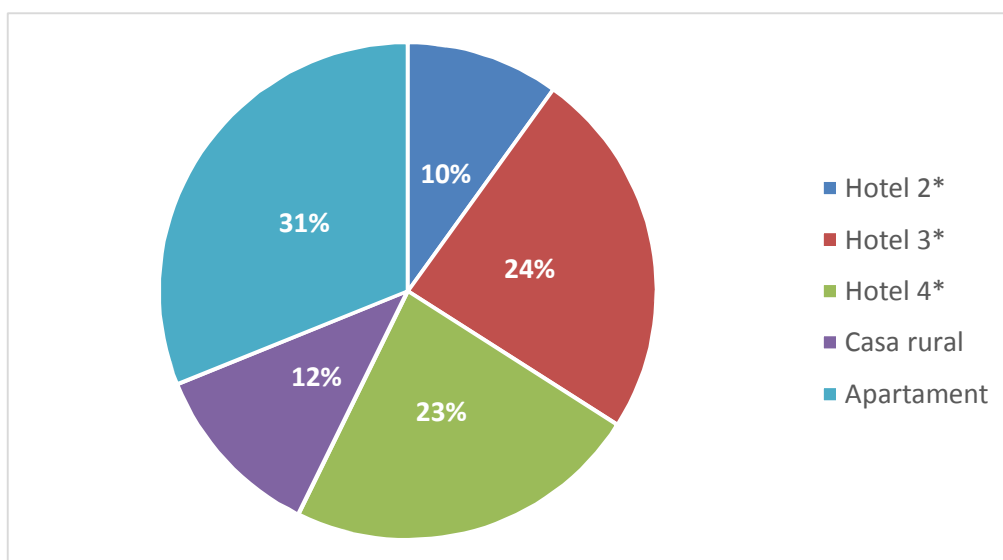
El número de productes segons durada dels mateixos és molt variat i no segueix una tendència fixa. Així es troba que els productes de 5 nits són un total de 8, seguits de 7 productes d'una sola nit, 6 productes de dues nits, i existeixen 5 productes de 4 i 6 nits. Si bé els productes d'una nit es distribueixen equitativament entre les tres modalitats de la mateixa manera que ho feien el nombre d'excursions, no hi existeixen productes de cicloturisme itinerant de dues nits, ni cap producte de BTT de 4 o 6 nits.

Existeixen dos casos aïllats als productes de carretera: un producte de 3 nits i un altre de 31 nits, que correspon a un producte de rendiment esportiu en aquesta modalitat.

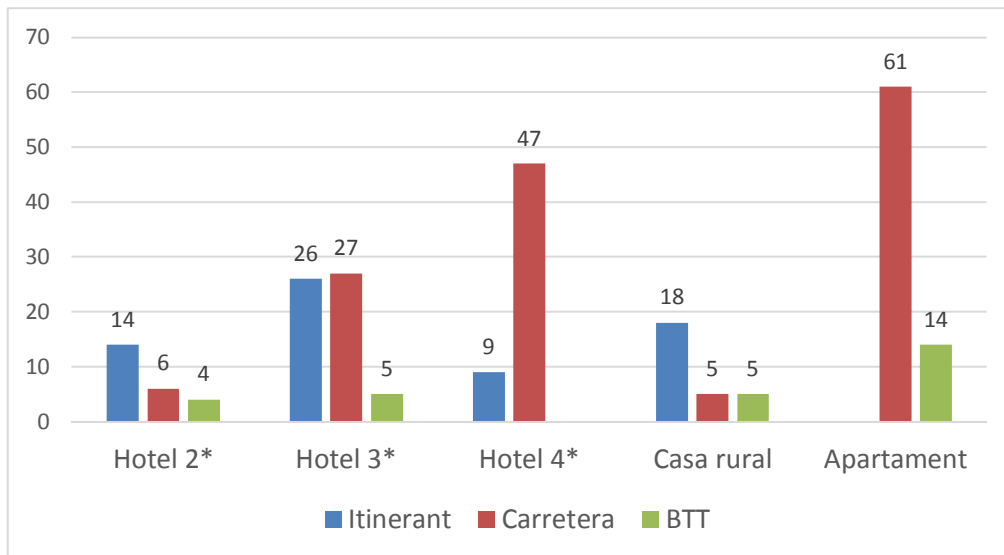
3.2.5. Tipus d'allotjament oferts

Els productes analitzats sumen un total de 241 nits repartits entre els 47 productes que requereixen pernoctació. D'aquestes, 67 nits corresponen als productes de cicloturisme itinerant, 146 a productes de ciclisme de carretera i 28 de BTT.

D'aquesta manera es pot confirmar que l'estada mitjana dels productes de BTT és la més curta amb 3'50 nits, i la més llarga correspon als productes de ciclisme de carretera, amb 5'84 nits. L'estada mitjana dels productes de ciclisme itinerant es troba a mig camí d'ambdues modalitats esportives amb 4'78 nits.



Gràfica 5 Percentatge de pernoctacions segons tipus d'allotjament ofert. Elaboració pròpia.



Gràfica 6 Nombre de pernотacions segons tipus d'allotjament ofert i tipologia cicloturística. Elaboració pròpia.

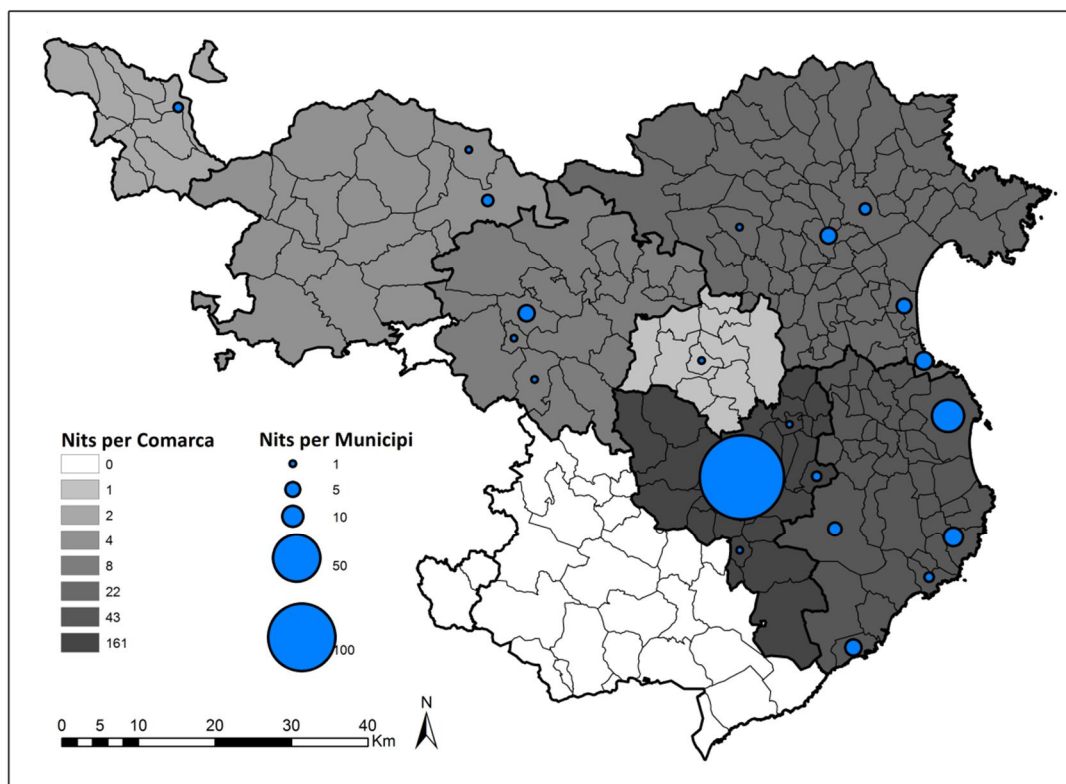
En quant al tipus d'allotjament més ofert, destaca l'apartament sobre la resta amb un 31'12% de les pernотacions. Això es deu a que de les 61 nits a apartaments que corresponen a productes de ciclisme de carretera, 31 corresponen a un sol producte, el dedicat a la millora del rendiment esportiu. Les altres 14 nits corresponen a productes de BTT, essent el tipus d'allotjament més ofert en aquesta modalitat esportiva. No existeix cap producte de cicloturisme itinerant que ofereixi allotjament en apartaments. Només 5 nits de productes de BTT es fan a hotels de 3*, no fent-hi cap a hotels de 4*.

Ometent el producte de 31 nits, l'hotel de 3* seguit de l'hotel de 4* serien els tipus d'allotjament més oferts amb 58 i 56 nits respectivament. Mentre que existeix una oferta similar d'hotels de 3* entre els productes de cicloturisme itinerant i ciclisme de carretera, prop del 84% de les nits a hotels de 4* corresponen a productes de ciclisme de carretera. L'hotel de 3* és el tipus d'allotjament més ofert als productes de cicloturisme itinerant i el de 4* és la segona modalitat més oferta als productes de ciclisme de carretera amb 47 nits, després dels apartaments.

Finalment, les cases rurals acumulen un total de 28 nits i els hotels de 2* 24. En ambdós tipus d'allotjament, més de la meitat de les nits les consumeixen productes de cicloturisme itinerant.

3.2.6. Distribució geogràfica de les pernотacions

El total de les 241 nits que sumen entre tots els productes amb pernотació analitzats es distribueixen entre 21 municipis de les comarques gironines.



Il·lustració 4 Distribució geogràfica de les pernотacions corresponents al total de productes analitzats. Elaboració pròpia.

Com es presenta a la il·lustració 4, el Gironès és la comarca que més pernотacions rep, representant un 66'80% sobre el total. D'aquestes 161 nits, a la ciutat de Girona es fan 157 pernотacions, essent al mateix temps el municipi de totes les comarques gironines amb més pernотacions. Això coincideix amb els anàlisis anteriors, on a la ciutat de Girona predominaven productes en estrella que garanteixen el màxim nombre de pernотacions per producte, a més de ser un punt estratègic per altres tipus d'itineraris com el circular.

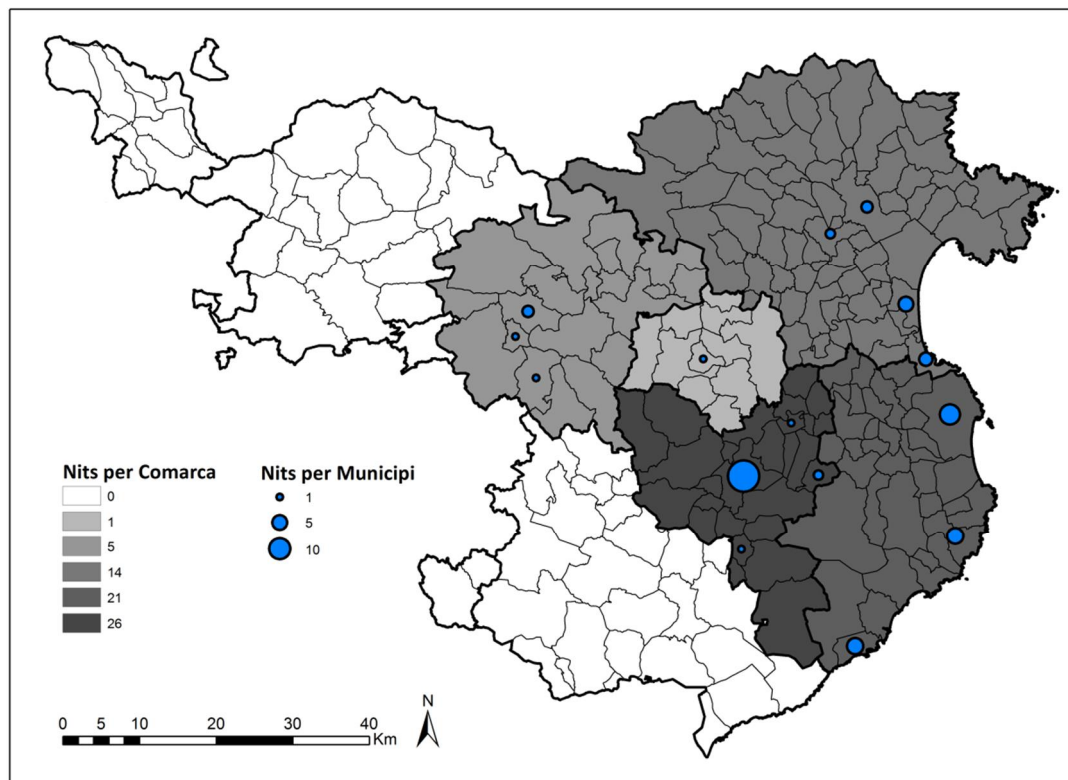
El Baix Empordà i l'Alt Empordà són les comarques amb més pernотacions després del Gironès, amb 43 i 22 respectivament. Tot i que el Baix Empordà quasi duplica en nombre de pernотacions a l'Alt Empordà, ambdues són les comarques on es distribueixen les pernотacions entre més municipis, essent un total de 5 a cada comarca. L'Estartit (Torroella de Montgrí) és el municipi del Baix Empordà que rep més pernотacions amb un total de 23, i a l'Alt Empordà ho fa el municipi adjacent de l'Escala, amb 7 pernотacions.

La resta de comarques no tenen un nombre de pernотacions tant significat, essent la següent comarca en quant a major nombre de pernотacions la Garrotxa, amb 8 nits distribuïdes entre 3 municipis, tot i que 6 de les mateixes es fan a Olot. El Ripollès rep 4 pernотacions, 3 a Camprodon i una a Molló, i la Cerdanya té Puigcerdà com a únic municipi que rep pernотacions amb 2 nits.

La tendència que segueix la distribució geogràfica de les pernoctacions és que el nombre disminueix a mesura que la distància amb el nucli –que en aquest cas és la ciutat de Girona– augmenta. Partint d'aquesta capitalitat de la ciutat de Girona com a punt neuràlgic de l'oferta cicloturística de la pròpia ciutat, destaca que existeix una vinculació més forta amb les comarques del litoral que pertanyen a la marca turística Costa Brava –de la mateixa manera que ho fa el Gironès– que amb les comarques d'interior que pertanyen a la marca turística Pirineus de Girona. Tot i això, existeixen dues excepcions: la primera, es troba a la veïna comarca del Pla de l'Estany, que només compta amb una nit a Banyoles; i l'altra es troba a la Selva, la qual no té representació en aquest estudi, ja que cap producte analitzat produeix pernoctacions a la comarca.

Com queda reflectit en el cas de Girona, el nombre de pernoctacions és potencial d'augmentar en una destinació en funció de diversos criteris com les infraestructures de comunicació i serveis i pel seu propi atractiu.

D'aquesta manera, analitzant les tres modalitats de cicloturisme objecte d'estudi de manera independent, es veurà justificada la distribució geogràfica de les pernoctacions en cada cas.



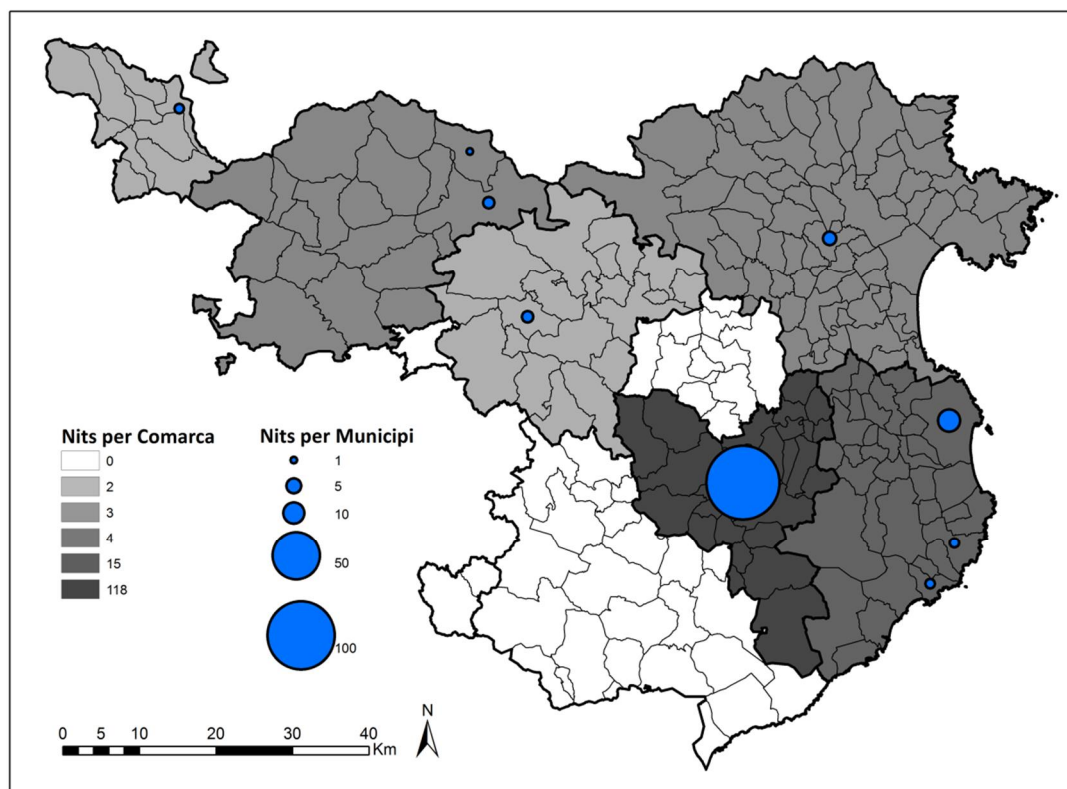
Il·lustració 5 Distribució geogràfica de les pernoctacions corresponents als productes de cicloturisme itinerant. Elaboració pròpia.

La il·lustració 3 representa la distribució geogràfica de les pernoctacions corresponents als productes de cicloturisme itinerant. Aquesta modalitat acumula un total de 67 nits, 26 dels quals es fan al Gironès. Girona torna a ser el municipi amb més pernoctacions, en aquest cas amb 22. Tot i això, el cicloturisme itinerant és l'única modalitat que oferta pernoctar en municipis del Gironès fora de Girona, concretament dues nits a Madremanya i una nit a Bordils

i a Campllong. De fet, és la modalitat que oferta pernотacions en un major nombre de municipis, en total 15.

El Baix Empordà i l'Alt Empordà tornen a ocupar la segona i tercera posició en quant a volum de pernотacions respectivament. El Baix Empordà recull un total de 21 nits, apropant-se molt a la xifra del Gironès. Els municipis del Baix Empordà que reben aquestes pernотacions són l'Estartit, Sant Feliu de Guíxols i Calella de Palafrugell, i la distribució de les nits ofertes és força equilibrada amb 9, 6 i 6 nits respectivament, fent de Torroella de Montgrí - L'Estartit de nou el segon municipi amb un major nombre de pernотacions de totes les comarques gironines. En quant a l'Alt Empordà, tot i rebent un total de 14 pernотacions, és la comarca que més municipis reben pernотacions en aquesta modalitat. Són quatre els municipis que amb força equilibri es distribueixen aquestes nits: Sant Pere Pescador compta amb el nombre més elevat de pernотacions amb 5, L'Escala amb 4, Peralada amb 3, i Figueres amb 2. Cal destacar que tant Sant Pere Pescador com Peralada reben pernотacions únicament de productes de cicloturisme itinerant.

La següent comarca en quant a volum de pernотacions torna a ser la Garrotxa, amb només 5 nits. Tot i això és la modalitat de cicloturisme que més pernотacions produeix a la comarca i en més municipis. Així, a més de fer 3 nits a Olot, Sant Feliu de Pallerols i Les Planes d'Hostoles reben l'única nit per part d'aquesta modalitat de cicloturisme. L'única pernотació que s'ofereix al Pla de l'Estany, i més concretament a Banyoles, resulta d'un producte de cicloturisme itinerant. En aquest cas, no es produeix cap pernотació al Ripollès o a la Cerdanya, de la mateixa manera que a la Selva.



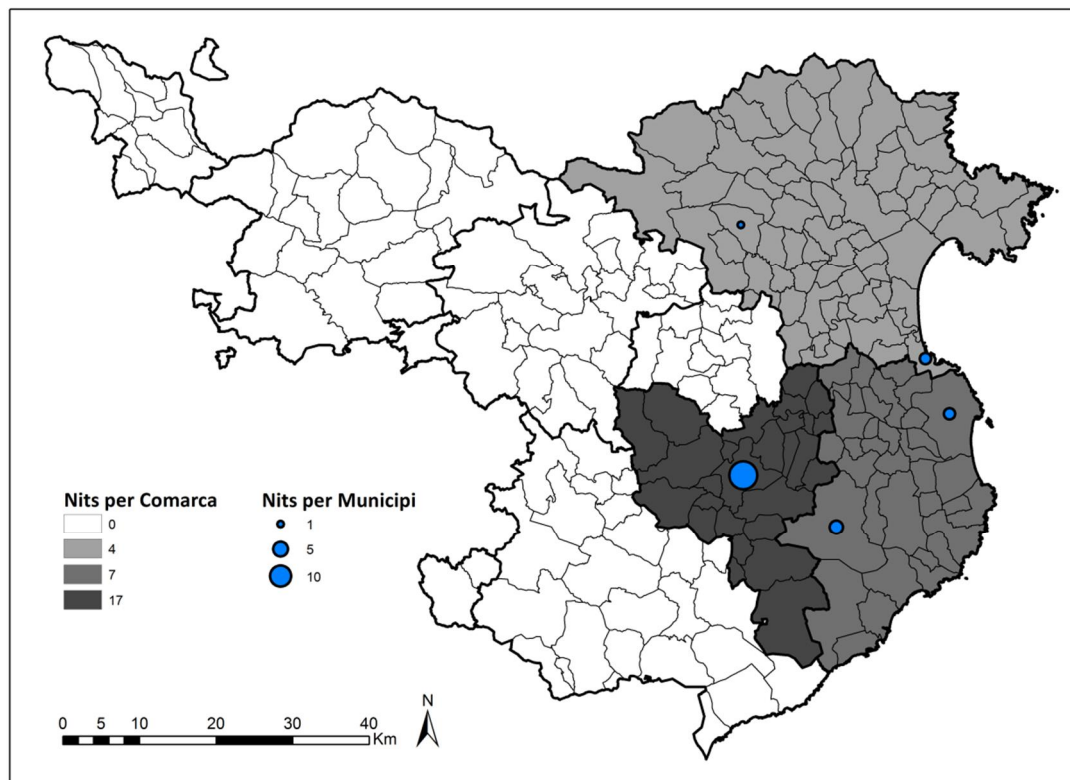
Il·lustració 6 Distribució geogràfica de les pernотacions corresponents als productes de ciclisme de carretera. Elaboració pròpia.

Ara fent un repàs de la distribució geogràfica de les pernoctacions corresponents als productes de ciclisme de carretera, a simple vista ja s'aprecia que a més de produir el major nombre de pernoctacions de totes tres modalitats amb un total de 146 nits, és la que ofereix pernoctacions en un major nombre de comarques, 6. Tot i això, aquestes nits es distribueixen entre un nombre menor de municipis, 9, i no d'una manera equilibrada precisament.

El Gironès concentra totes les pernoctacions a la ciutat de Girona, que rep un total de 118 pernoctacions, representant el 80% de les nits que oferta aquesta modalitat. Més de 100 nits separen la comarca amb més pernoctacions de la segona, que torna a ser el Baix Empordà. Aquest cop és la comarca que produeix pernoctacions en un major nombre de municipis amb un total de 3. L'Estartit es torna a situar com el pol d'atracció més important de la seva comarca amb 11 nits. Tant a Calella de Palafrugell com a Palamós es fan dues pernoctacions, puntualitzant que aquest últim municipi només rep pernoctacions per part de productes de ciclisme de carretera.

Tant l'Alt Empordà com el Ripollès reben un total de 4 pernoctacions per part de productes d'aquesta modalitat. Mentre que totes les nits de l'Alt Empordà es fan a Figueres, al Ripollès les nits es distribueixen entre Camprodon amb 3 i Molló amb 1. De fet, totes les pernoctacions del Ripollès resulten de productes de ciclisme de carretera. A la Cerdanya succeeix el mateix amb les dues úniques nits que es concentren a Puigcerdà.

Olot passa a ser l'únic municipi de la Garrotxa en produir pernoctacions per part de productes de ciclisme de carretera, amb el mateix nombre que els productes de cicloturisme itinerant, 3. El Pla de l'Estany i la Selva no reben cap pernoctació.



Il·lustració 7 Distribució geogràfica de les pernoctacions corresponents als productes de BTT. Elaboració pròpia.

Finalment, analitzant la distribució geogràfica de les pernотacions resultants dels productes de BTT, s'observa que a més de produir el menor nombre de pernотacions de les tres modalitats de cicloturisme analitzades, tenen repercussió en el menor nombre de municipis i comarques afectades. Es tracta d'un total de 28 nits, que representen el 11'62% de les pernотacions totals, distribuïdes entre 3 comarques i 5 municipis.

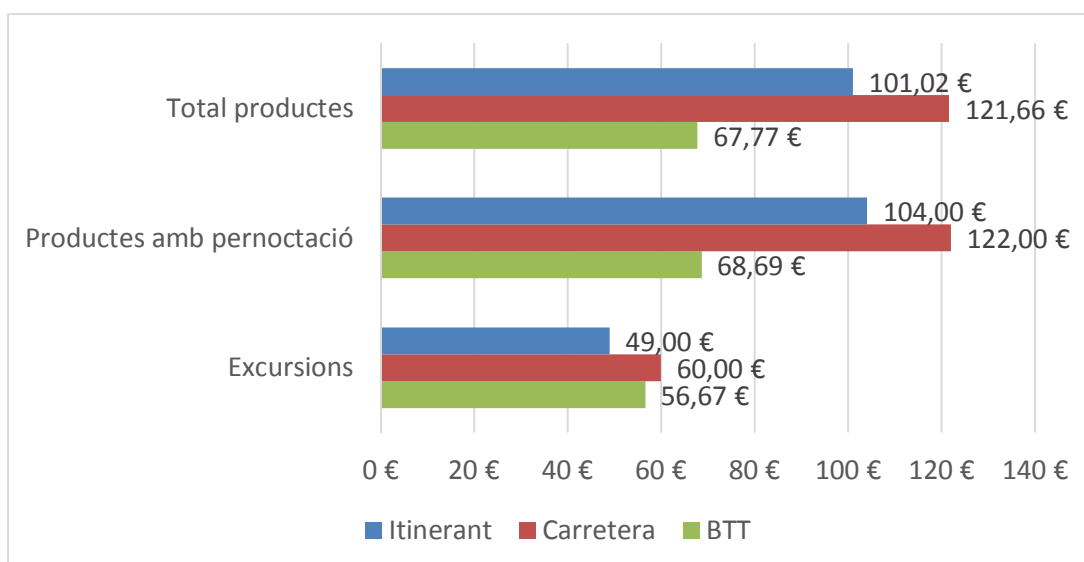
Girona torna a ser l'únic municipi del Gironès on es produeixen pernотacions, amb un total de 17. El Baix Empordà es consolida com a segona comarca amb un major nombre de pernотacions en totes les modalitats, i Torroella de Montgrí - L'Estartit com a únic municipi en totes les comarques gironines a part de Girona en captar pernотacions per part de les tres modalitats cicloturístiques analitzades. Aquest cop l'Estartit acumula un total de 3 nits respecte a les 4 de Monells, que el constitueixen com el municipi que rep més pernотacions per part de productes de BTT. De fet, és l'única modalitat que produeix pernотacions en aquest municipi.

La darrera comarca en atraure pernотacions per part de productes de BTT és l'Alt Empordà amb un total de 4, 3 de les quals es produeixen a l'Escala i una a Cistella, on cap altre modalitat cicloturística oferta pernотar en aquest municipi.

És interessant observar que essent el BTT una modalitat associada a la muntanya, en aquest cas no es produeix tal relació, produint pernотacions només a algunes de les comarques de la marca turística Costa Brava.

3.2.7. Cost diari mitjà

Estimar el cost diari dels diferents productes és sinònim de calcular la despesa directa diària mitjana dels consumidors d'aquests productes. Lògicament, com aquesta dada s'extrau dels productes oferts per les agències especialitzades de la ciutat, no es té en compte els desplaçaments entre el lloc d'origen del cicloturista i la destinació, que en aquest cas és Girona.



Gràfica 7 Cost diari mitjà dels productes cicloturístics segons si requereixen pernотació o no i tipologia cicloturística. Elaboració pròpia.

Quant a cost diari mitjà per tipologies cicloturístiques, els productes de carretera comporten una despesa diària més elevada, de 122'77€. Els productes de cicloturisme itinerant també tenen un cost superior als 100€, mentre que els productes de BTT suposen de mitjana una despesa diària de 67'77€.

Si es calculen per una banda les excursions, i els productes que comporten pernoctació per una altra, s'observa que tant als productes de cicloturisme itinerant com de ciclisme de carretera, els productes que comporten pernoctació generen el doble de despesa diària que les excursions de les tipologies cicloturístiques esmentades. En canvi, quant als productes de BTT, aquesta diferència és de poc més de 10€.

3.3. ENTREVISTES A AGENTS RELLEVANTS QUANT A LA CREACIÓ, GESTIÓ, PROMOCIÓ I COMERCIALIZACIÓ DE L'OFERTA CICLOTURÍSTICA DE LA CIUTAT DE GIRONA

L'anàlisi qualitatiu d'aquest estudi de l'oferta cicloturística de la ciutat de Girona consta d'un total de 12 entrevistes i 13 entrevistats/des. Totes les persones entrevistades tenen un paper rellevant quant a la creació, gestió, promoció o comercialització d'aquesta oferta, i representen tant organismes de l'administració pública com ens privats. A més a més, molts d'ells/elles són usuaris/usuàries i practicants de cicloturisme en les seves diverses modalitats, i són els seus perfils polifacètics els que aporten riquesa i debat als comentaris fets sobre els temes proposats, molts d'ells per ell/es mateixos/es.

3.3.1. Persones entrevistades

A continuació es presenten en ordre alfabètic les persones entrevistades en qüestió, fent referència a qui/què representen i altres dades d'interès per a la comprensió dels resultats d'aquesta anàlisi:

- **Josep Maria Biarge. Director dels hotels Ultònia i vice-president d'Hotels de l'Associació d'Hostaleria, Turisme i Restauració de Girona.** Els hotels Ultònia destaquen per adaptar les seves instal·lacions al mercat cicloturístic. Consten com a agent econòmic del Consorci de les Vies Verdes, fet que ha resultat en l'obtenció del distintiu Bed&Bike, a més de ser l'única companyia hotelera de la ciutat adherida al programa Bikefriendly. Recentment ha obtingut el certificat DTE. Com a vice-president d'Hotels de l'Associació Girona i Radial, el Sr. Biarge és portaveu al mateix temps dels hotels adherits a l'Associació i les seves inquietuds vers al potencial del mercat cicloturístic.
- **Jaume Cabruja. Fundador i director de Bikecat.** Com a ciclista de carretera experimentat i amb experiència treballant com a guia per a empreses americanes, va fundar Bikecat ja fa 10 anys. Actualment és una de les quatre agències de viatges especialitzades en cicloturisme de la ciutat i està especialitzada únicament en ciclisme de carretera. És agent econòmic del Club de Màrqueting Natura i Turisme Actiu del Patronat Costa Brava Girona, i actualment ha obtingut el certificat DTE.
- **Josep Carreras. Director de l'hotel Europa i president de l'Associació d'Hostaleria, Turisme i Restauració de Girona.** El seu contacte constant amb empresaris tant de l'hostaleria com de la restauració, aporten un punt de vista ampli sobre la relació d'aquests sectors amb el cicloturisme i les oportunitats que adaptar-se a aquest mercat poden presentar.
- **Albert Duch. Responsable del Club de Màrqueting Natura i Turisme Actiu del Patronat de Turisme Costa Brava Girona.** El Club està format al seu temps per taules de debat de sectors més concrets, essent un d'ells el cicloturisme. A més de tenir contacte amb els agents econòmics d'aquesta taula, pot aportar una valoració de la relació entre aquests membres *versus* altres taules de debat.
- **Eva Gómez i Clàudia Riera. Tècniques de Turisme de l'Ajuntament de Girona.** Són les responsables de l'obtenció del DTE i de liderar el projecte RES'PIR, respectivament.
- **Paul Kneppers. Fundador i director de Campo Bicicleta.** Ciclista de carretera professional d'origen holandès que fa dos anys va decidir crear una agència de viatges especialitzada en

crear paquets entorn el ciclisme de carretera, amb la idea de millorar el rendiment de practicants de diferents nivells. Recentment, ha començat a crear productes de BTT i veu potencialitat en productes de cicloturisme itinerant.

- **Emili Mató. Ex-gerent del Consorci de les Vies Verdes de Girona, consultor especialitzat en mobilitat sostenible i cicloturisme, i propietari del Bed&Breakfast Can Déu del Firal (Cassà de la Selva).** La seva expertesa en el tema de debat és indiscutible. Va estar 8 anys a la gerència del Consorci de les Vies Verdes des de que es va crear l'ens, a més d'haver participat en nombrosos estudis de mobilitat sostenible i cicloturisme tant a l'àmbit català com espanyol i europeu. A més a més, la casa rural que gestiona està adherida al programa Bed&Bike.
- **Christian Meier. Ciclista de carretera professional i propietari del ciclocafé La Fàbrica.** Ciclista de carretera d'origen canadenc en actiu amb l'equip australià Orica-GreenEDGE. Com a altres ciclistes professionals d'Amèrica del Nord i Oceania, va començar a entrenar a Girona fa 8 anys, amb el seu equip del moment, Garmin, que és l'únic equip professional que té el 100% de les instal·lacions de la seva base europea a Girona. Justifica haver-hi una relació molt estreta entre el ciclisme i el cafè, i la seva passió pel cafè juntament amb l'oportunitat de ser pioner en aquest mercat a Girona va impulsar-lo a obrir a principis d'any un ciclocafé al Barri Vell.
- **Isidre Mor. Soci co-fundador del Centre Biker Girona.** Amb experiència pròpia com a empresari i com a usuari de bicicleta semi-professional, va concebre una tenda de bicicletes "2.0", combinant-la amb una cafeteria. Aquesta hibridació del negoci permet tenir una amplitud d'horari que doni servei als ciclistes quan realment ho necessiten, oferint serveis complementaris com massatges o dutxes. El Centre Biker té el distintiu Bed & Bike, a més d'haver participat al projecte RES'PIR.
- **Àngel Planas. Responsable de promoció econòmica del Consorci de les Vies Verdes de Girona.** A més de la pròpia Via Verda, el Consorci s'encarrega també del manteniment i promoció de la ruta Pirinexus. Ambdues infraestructures són compartides tant per comunitats locals com per turistes, i aquí rau la importància de les mateixes.
- **Empar Vaqué. Fundadora de Cicloturisme i Medi Ambient, i propietària de l'hotel Molí del Mig (Torroella de Montgrí).** Va fundar la primera agència de viatges especialitzada en cicloturisme a la ciutat de Girona, a més de ser la pionera en quant a la creació de les primeres rutes ciclables, sobretot al Baix Empordà i estenent aquestes a l'Alt Empordà per oferir un producte més complet. L'agència es va concebre en un principi per oferir productes de cicloturisme itinerant, amb la idea de conèixer territori, però fruit de la demanda de TTOO estrangers va anar creant productes tant de ciclisme de carretera com de BTT. L'agència és agent econòmic del Club de Màrqueting Natura i Turisme Actiu del Patronat Costa Brava Girona, va participar al projecte RES'PIR, i recentment ha obtingut el DTE. Per una altra banda, l'Empar gestiona un hotel de 4* adherit al programa Bed & Bike.

- **Saskia Welch-Van Buuren. Co-fundadora i directora de Bike Breaks.** D'origen holandès, va fundar juntament amb el seu marit David Welch, d'origen anglès, una agència especialitzada tant en ciclisme de carretera com en BTT i turisme itinerant fa 6 o 7 anys. Ambdós han competit com a professionals en curses de BTT i acumulen una experiència al sector de 20 anys, havent treballat a Cicloturisme i Media Ambient abans d'establir-se pel seu compte.

3.3.2. Temes debatuts

Totes les entrevistes han mantingut una estructura molt oberta on, si bé es tenia preparat un llistat de temes a debatre, aquests només han servit per reconduir les converses quan ha estat necessari. Es valora molt positivament la interacció de les persones entrevistades, que han opinat obertament sobre els diferents temes tractats, aportant massa crítica i constructiva.

Els temes tractats han sigut els següents:

- **Perfil de la demanda percebut pels agents que componen l'oferta.** Tenint en compte que actualment no hi ha cap estudi sobre el perfil de la demanda cicloturística a Girona ni el seu impacte econòmic, s'ha aprofitat aquest anàlisi qualitatiu per fer un primer esbós a través dels diferents agents (en aquest cas privats) que ofereixen serveis relacionats. És a dir, cada empresa, tant agències de viatges com d'hostaleria, han descrit el perfil de la seva clientela. Sempre sent conscients de que aquestes percepcions manquen de xifres o resultats quantitius que les recolzin, s'ha definit per una banda un perfil sociodemogràfic dels turistes, i per una altra es preguntava a les persones entrevistades si tenien la percepció de que aquest turista tenia una despesa mitjana superior a la d'un turista convencional.
- **Adaptació dels hotels i restaurants.** Com a serveis complementaris de l'oferta turística, han aparegut diferents programes de qualitat i distintius que indiquen que els establiments estan adaptats a les necessitats dels cicloturistes. S'ha debatut tant l'eficàcia dels distintius com els criteris reals que fan que s'esculli un establiment o un altre, tant per part del client directe com per part dels creadors de paquets.
- **Relació entre stakeholders.** Es va debatre tant la relació entre privats amb privats, privats amb públics, com públics amb públics. La finalitat era analitzar les diferents opinions sobre els diferents projectes, plataformes i eines de promoció proposats tant per uns com per altres, i quines serien les funcions que cada agent hauria de complir.

3.3.3. Perfil de la demanda percebut pels agents que componen l'oferta

Origen

Quant a l'origen dels cicloturistes, els diferents agents entrevistats coincideixen en els principals països emissors. Partint dels agents que constitueixen l'oferta, aquesta va dirigida quasi en la seva totalitat a mercat estranger. De fet, només una de les quatre agències s'adreça a mercat nacional, i ho fa amb la complementarietat de mercats amb orígens diversos.

Si bé cada modalitat de cicloturisme atrau un mercat concret, hi ha una unanimitat absoluta en quant als mercats tractors de ciclisme de carretera, que són els Estats Units, Canadà, Austràlia i Nova Zelanda.

Això és degut en gran part a la consolidada comunitat de més de 70 ciclistes professionals que resideixen a Girona durant la temporada d'entrenament, els quals són dels orígens anteriorment esmentats.

Al ciclista de carretera, sobretot a l'aficionat especialitzat, se li atribueix una alta fidelitat sobre les preferències dels professionals. Anecdòticament un agent comentava el cas d'una companyia de bicicletes que havia llançat al mercat una innovació tecnològica per als frens de les bicicletes de carretera. Tot i això, el seu ús va ser prohibit a les competicions professionals per la UCI (Unió Ciclista Universal), i en resposta el producte no va tenir bona acollida tampoc entre els practicants *amateurs*. De fet, els primers productes de ciclisme de carretera es van dissenyar per una pressió de la demanda en els països d'origen dels ciclistes professionals un cop aquesta comunitat permanent anava creixent a la ciutat.

Més recentment el mercat europeu aficionat al ciclisme de carretera ha començat a interessar-se per Girona com a destinació per entrenar, sobretot a l'hivern, convertint al ciclisme de carretera en un producte turístic desestacionalitzador. Un altre motiu pel qual Girona està guanyant popularitat al mercat europeu és perquè presenta una nova alternativa a altres destinacions de ciclisme de carretera europees tradicionals com Marsella, les Dolomites a Itàlia, o Mallorca. Els mercats europeus més potents són el britànic i l'holandès, però es percep que el nombre de ciclistes de carretera alemanys i dels països nòrdics va en augment.

Quant a la pràctica de BTT, la majoria dels agents atribueixen la seva demanda per part d'un mercat més local, tot i que un dels agents desmenteix aquesta afirmació justificant que tota la seva oferta de productes de BTT va adreçada als mateixos mercats que els productes de ciclisme de carretera i tenen molt bona acollida. En concret destaca els mercats estatunidenc, canadenc, britànic, holandès i australià. Fins i tot, argumenta que aquest mateix segment de mercat, quan no és tan especialitzat, fins i tot contracta bicicletes de tipus híbrid per recórrer els mateixos recorreguts d'altres modalitats.

El fet de que l'oferta s'adreci quasi en la seva totalitat al mercat estranger es deu a que tant Catalunya com Espanya són receptors de cicloturisme però no emissores. "Molta gent, sobretot més gran, es veu insegura a l'hora d'agafar una bicicleta perquè han après tard [...] manca cultura d'anar en bicicleta" comenta una agent, confirmant que una regió alberga més cicloturistes potencials quan l'ús de la bicicleta com a mitjà de transport diari està més estès entre la població (Mató & Troyano, 2014). El Baròmetre de la Bicicleta (Departament de Territori i Sostenibilitat de la Generalitat de Catalunya, 2014) indica que del 44'15% dels catalans que utilitza la bicicleta amb alguna freqüència, el 12'7% ho fa per fer cicloturisme, tot i que fa referència a desplaçaments domèstics.

En aquesta línia s'observa que són els productes de cicloturisme itinerant els més atractius pel mercat nacional. L'oferta turística de les comarques gironines va començar amb aquest tipus de productes, i de fet serveixen com a eina de difusió dels beneficis de l'ús de la bicicleta entre els seus usuaris. Al mercat estranger destaca els mercats holandès i alemany quant a la cultura de

practicar cicloturisme itinerant. Encara que també són productes demandats per altres mercats, els europeus són els més importants.

Despesa mitjana

Tot i que no existeixen xifres que ho confirmin, la percepció de tots els agents entrevistats és que el cicloturista que arriba a la ciutat de Girona fa una despesa mitjana diària superior a la d'un turista convencional, com és el cas de França, on és l'únic país que es percep una despesa mitjana significativament superior a la d'un turista convencional (Mató & Troyano, 2014) . Ho justifiquen amb els següents arguments:

- L'usuari que practica cicloturisme en destí, també és usuari en origen. Independentment de si porta el seu equipament des de l'origen –més freqüent quan l'origen és europeu, per facilitat de transport– o el lloguen en la destinació, aquest usuari, sobretot quant a cicloturisme esportiu, disposa d'un equipament valorat en més de 3.000€. Aquesta despesa inicial ja fa una atribució a un usuari especialitzat i menys sensible al preu, responent a un perfil adquisitiu mitjà-alt.
- A més de l'activitat cicloturística contractada, el cicloturista complementa el seu viatge amb altres productes turístics de qualitat com gastronomia d'alt nivell o productes culturals com l'assistència a espectacles. En el cas del cicloturisme esportiu, sovint el ciclista forma part d'un grup de viatge més ampli, en família, grups de parelles o grups d'amics, dels quals probablement no tots practiquin esport, i en conseqüència buscaran activitats alternatives.
- El cicloturista contracta uns serveis complementaris que altres segments de mercat no sol·liciten com anar a la perruqueria o sol·licitar un massatge. En aquest sentit té un impacte econòmic sensiblement més alt en destí. En el cas dels grups de ciclistes professionals de carretera, l'establiment de les bases dels equips a Girona comporta la contractació de personal qualificat en diversos àmbits, com metges, mecànics, conductors, entrenadors i/o fisioterapeutes.

3.3.4. Preferències i necessitats especials als establiments d'allotjament i restauració

Els productes cicloturístics de la ciutat ofereixen establiments d'allotjament molt diversos, des d'hotels de 2* a 4* fins a casa rurals i apartaments. Una de les agents argumenta que això es deu a que el factor decisiu a l'hora d'escollir allotjament per part del cicloturista és que aquest sigui un emplaçament singular, és a dir, que tingui encant: “encara que un hotel estigui adaptat per guardar bicicletes, un Ibis mai serà atractiu per aquest segment, perquè no compleix aquest factor de singularitat que aporta valor afegit a l'allotjament i el converteix en un atractiu més del viatge en si mateix”. La mateixa agent afegeix que els hotels són més flexibles a l'hora d'acollir cicloturistes, sobretot quan es tracta de circuits lineals o circulars que només requereixen una pernoctació.

La majoria dels agents atribueixen al cicloturista esportiu, i més sovint al ciclista de carretera – simplement perquè més agents tenen contacte amb ciclistes de carretera que amb practicants de BTT– amb la demanda d'allotjament més exclusiu, essent menys susceptible al preu del mateix. No tots els agents estan d'acord, argumentat que fins i tot dins del ciclisme de carretera hi ha nivells de consum, i també hi ha ciclistes que busquen allotjaments més econòmics. Tot i això, argumenten que si aquest tipus de ciclista visita les comarques gironines, acostuma a buscar allotjament econòmic a la costa. Els diferents agents de la ciutat asseguren que ells

dirigeixen els seus productes cap a un perfil de consumidor de nivell adquisitiu mitjà-alt, i que per tant els estàndards de qualitat dels serveis oferts dins la ciutat de Girona són òptims.

Es fa una menció especial al cicloturista itinerant d'origen holandès, el qual busca l'allotjament més assequible possible, recorrent la majoria del temps a càmpings –els quals no són oferts a cap producte de la ciutat– i cases rurals. Un dels agents de la ciutat que té com a principal mercat objectiu l'holandès, assegura que fins i tot als productes de ciclisme de carretera aquest mercat en concret busca l'opció més econòmica, i sovint es demanen apartaments compartits. L'apartament també és l'opció d'allotjament escollida per part de molts practicants de BTT.

Quant a la restauració, el cicloturista troba en la ciutat de Girona una oferta gastronòmica d'alta qualitat i saludable. “El ciclista no només busca consumir carbohidrats abans de partir, sinó que és consumidor de bona gastronomia i la dieta mediterrània és ideal” comenta un agent. A més, la gastronomia és un dels atractius amb més reclam entre els cicloturistes. En aquest sentit els agents insisteixen en que el cicloturista no és un client extravagant, sinó que només exigeix als establiments de restauració un horari adaptat a les seves activitats, sobretot als esmorzars dels hotels.

Com s'ha vist anteriorment (Mató & Troyano, 2014), es pot confirmar que també a Girona el mercat holandès trenca aquesta tendència de consum positiva.

3.3.5. Infraestructures ciclables

Centres BTT

Fruit de que la majoria d'agents de la ciutat ofereixen principalment productes de ciclisme de carretera, aquests argumenten que si bé Girona s'ha posicionat mundialment com una de les millors destinacions per fer ciclisme de carretera a Europa, les infraestructures ciclables de muntanya de les comarques gironines no tenen un atractiu comparable, “ja que el practicant de BTT busca muntanyes amb més altitud com els Alps”, comentava un agent. Tot i això, els agents responsables de la creació de nous productes cada cop s'interessen més en apostar per productes de BTT, reconeixent que ja es disposa d'una bona xarxa de rutes per a aquesta modalitat, tot i que reclamen materialitzar projectes de gran potencial com nous productes de BTT a les Gavarres.

La constitució dels centres BTT és una demostració més de la implicació dels diferents agents privats que aposten per aquesta modalitat esportiva. Un agent de la ciutat de Girona tenia la voluntat de constituir-se com a centre BTT, però les poques facilitats que li oferia l'ACT pel temps que el suposava realitzar tots els tràmits, que només es podien fer a Barcelona, no el van convèncer.

Vies Verdes

Tot i constituir una infraestructura on la població local són els més beneficiats (Coenders & Mundet, 2010), les vies verdes cada cop més són un recurs més explotat dins del mercat cicloturístic de les comarques gironines. La seva accessibilitat el fa apte per a persones amb

mobilitat reduïda i per a persones de totes les edats, creant múltiples oportunitats de creació de productes combinats com el turisme familiar.

Quan es tracta d'excursions, la bicicleta híbrida, i per tant el cicloturisme itinerant, és l'opció més demandada, i la via verda la infraestructura recorreguda. Tot i que existeixen, és molt poc freqüent que es contractin excursions d'un sol dia de ciclisme de carretera o de BTT.

Un agent reclamava que a les vies verdes no li havien tret tot el suc que es podria quant a la seva explotació turística. Per contra, un altre agent revelava que "hi ha més persones treballant per a la promoció turística de les vies verdes que persones que fan ús de les mateixes amb una finalitat turística". Aquest fet ho justifica perquè "la xarxa existent no és suficientment extensa per constituir-se com un producte amb gran atractiu. Altres comenten que tot i que fos un producte més ampli, mai generaria un gran impacte turístic. Aquests comentaris acostumen a procedir dels agents que no exploten aquestes infraestructures en els seus productes.

De totes maneres, les vies verdes gironines són un referent tant a Catalunya com a la resta de l'Estat, i hi ha suficients interessos per potenciar el seu ús turístic, i de fet ja hi ha diversos projectes d'ampliació de la xarxa redactats, encara que no es poden materialitzar per falta de pressupost.

Pirinexus

La consolidació de la ruta Pirinexus com una de les millors rutes ciclables d'Europa atrau cada cop més als agents involucrats en la creació de productes cicloturístics, a més de contribuir molt positivament a la imatge global de les comarques gironines com a destinació cicloturística.

L'únic comentari fet respecte a aquesta ruta és que des del Consorci de les Vies Verdes de Girona, a un agent li van confirmar que es podia fer la ruta amb una bicicleta híbrida. Essent cautelós i abans de comercialitzar cap producte en aquesta via, la va provar ell mateix, confirmant que hi ha molts punts en els que la ruta no és pas ciclable amb una bicicleta híbrida, i per tant no sent accessible per al mateix mercat que pot circular per les vies verdes. Tot i així, va fer certes modificacions en el seu recorregut podent garantir la màxima accessibilitat de la ruta.

EuroVelo

Tot i que una part important dels trams de la xarxa europea de rutes ciclables està encara en construcció. Girona, amb la seva diversitat de vies ciclables, ja està preparada. Els agents veuen en aquesta xarxa un potencial enorme, fent referència als rècords que anualment baten rutes com el Camí de Sant Jaume.

3.3.6. Eines de promoció i distintius de qualitat

Qualitat Turisme Actiu Girona (RES'PIR)

Aquest distintiu és el resultat del projecte RES'PIR, que durant quatre anys va posar en marxa diferents accions liderades per l'Ajuntament de Girona per potenciar els productes de natura i turisme actiu de la ciutat, com a atractiu complementari amb les tradicionals visites de caràcter

més culturals. Els agents que van participar en el projecte valoren positivament l'experiència, essent una primera reflexió sobre l'oferta existent d'aquest segment de mercat, del qual es tenia total desconeixement fins al moment. L'aspecte més valorat va ser la possibilitat de conèixer als diferents agents que conformaven l'oferta de natura i turisme actiu, cosa que ha possibilitat la creació de productes combinats entre ells.

Per una banda, el pitjor valorat del projecte per part dels agents privats que hi van participar va ser la necessitat de dedicar moltes hores en horari laboral a l'assistència de diferents reunions, sobretot formatives, del projecte. Eren conscients de que la seva participació havia de ser activa, però argumenten que els demanaven un temps que com a empresaris de microempreses no disposaven. Un agent comenta que el teixit empresarial dedicat al cicloturisme partia d'un estadi diferent al de la resta de productes presents en el projecte, és a dir, amb una formació i un coneixement del mercat més professional que els altres agents, pel qual reclamen que potser no necessitaven formació específica sinó suport quant a la promoció dels productes.

De totes maneres, el que es valora positivament va ser la millora de certes infraestructures que van permetre la creació de nous productes de BTT, encara que d'altres agents reclamen una potenciació d'aquests.

Segell de Destinació de Turisme Esportiu (DTE)

L'obtenció de la DTE per part de l'Ajuntament de Girona indica la voluntat de potenciar aquest segment de mercat i la diversificació de la tradicional oferta cultural de la ciutat, a més de donar continuïtat a la voluntat que es va iniciar amb el projecte RES'PIR en una promoció conjunta amb l'Agència Catalana de Turisme.

La majoria dels agents consideren que és un goig i un honor haver estat acreditats amb aquest segell, i que l'obtenció del mateix marcarà un abans i un després en la promoció dels productes cicloturístics de la ciutat, ja que es dirigeix a un perfil que acostuma a tenir estades llargues a la ciutat, superiors a una setmana, i per tant és potencial de consumir altres productes i serveis. De fet, es justifica que sense l'obtenció d'aquest segell no estava permès fer cap tipus de promoció d'aquest segment, pel qual es tenen moltes expectatives amb aquest segell. També es valora molt positivament que el procediment d'obtenció del mateix hagi sigut més flexible amb els *tempos* dels agents privats, en comparació amb el que va suposar el projecte RES'PIR en el seu moment.

Entre els bons comentaris referents a que qualsevol acció de promoció a nivell institucional és bona per al posicionament de la ciutat com a tractor d'aquest segment de mercat, un agent assenyalava escèptic que aquest segell és un detonant per a la conversió de la ciutat en tractor d'un cicloturisme més massificat, de menys qualitat i menys impacte econòmic. Un agent també considera que potser els criteris d'acreditació són massa estrictes i poc flexibles, argumentat que no té sentit que exigeixen un espai per albergar 40 bicicletes en un establiment hotel·ler amb un nombre menor de places.

Cicloturisme Costa Catalana

Aquest segell consisteix bàsicament en promocionar conjuntament l'oferta dels diferents municipis del litoral català acreditats amb la DTE, amb la finalitat d'incrementar l'ocupació a hotels de gran volum fora de la temporada d'estiu. Són diversos agents els que fan referència al model que Mallorca va adoptar en aquesta línia, oferint una destinació ciclista de baix cost, però de qualitat limitada i fins i tot de saturació, com el model que no s'ha de seguir, i el que promouen iniciatives com la d'aquest segell.

Tot i que l'últim comentari de l'apartat anterior també feia referència a aquest "model Mallorca", la resta d'agents assegura que l'oferta cicloturística de la ciutat de Girona es contraposiciona a aquest, independent de que no sigui una destinació de litoral, i atribueix la DTE com a prescriptor de l'alta qualitat dels serveis oferts a la ciutat.

Bed&Bike

Dirigit a establiments d'allotjament i de restauració adherits com a agents econòmics del Consorci de les Vies Verdes de Girona, aquest distintiu és potser un dels més criticats. La seva finalitat és donar visibilitat a aquells establiments que compleixin uns requisits mínims per tal de donar servei a les necessitats específiques dels cicloturistes. El problema rau en la manca d'una revisió periòdica d'aquests requeriments, exigida pels propis agents que formen part d'aquest programa, els quals reben religiosament un nou distintiu a principis de cada any. Es justifica que en el cas de comportar una auditoria, aquest distintiu hauria de tenir un cost que ara per ara no té. Això es deu a una limitació pressupostària de l'ens en funcions, que a més de no poder oferir aquest servei d'auditoria, no pot materialitzar projectes que comportarien una ampliació de la xarxa de les Vies Verdes, com per exemple amb la creació d'una via que connectés Girona amb Banyoles.

En addició, els agents que formen o han format part en algun moment del Consorci com a agents econòmics adherits, argumenten que s'ha tractat més d'un acte de solidaritat que d'inversió, ja que el suport promocional que els ofereixen no els repercuteix. Per exemple, una agent comentava el cas de que va rebre un fulletó promocional on es mencionaven els diferents agents econòmics adherits, i el seu negoci no apareixia perquè el fulletó es va dissenyar en un any anterior i no es preveia realitzar un altre fins que es quedessin sense existències.

En tot cas, cap dels agents es guien per certificacions a l'hora d'escollir allotjament pels seus productes i clients. Es guien per la seva pròpia experiència i és la pròpia contractació del viatge a través de l'agència el que garanteix la qualitat dels serveis de l'establiment.

Bikefriendly

Aquest segell de qualitat destinat al mateix sector que Bed&Bike, en aquest cas està promogut per una entitat privada. Tot i que com a eina d'iniciativa privada ha agafat un caire més estratègic quant a posicionament d'un negoci respecte a la competència, diversos agents comenten que els seus requeriments més estrictes i el seu suport d'assessorament i promoció, podrien ser un model a aplicar per part de l'Administració pública.

Club de Màrqueting Natura i Turisme Actiu

Com a entitat dependent de la Diputació de Girona, de la mateixa manera que el Consorci de les Vies Verdes, les accions de promoció turística d'ambdues entitats solen ser conjuntes, com per exemple l'assistència a fires. D'aquesta manera, els agents econòmics adherits a les Vies Verdes passen a ser automàticament agents econòmics del Club de Màrqueting.

Tot i que són els agents els que decideixen formar part del Club, s'assegura que hi ha una interacció amb aquells agents de potencial interès per formar-ne part d'aquesta xarxa. Curiosament s'ha donat un cas en el que un dels agents entrevistats és agent econòmic de les Vies Verdes, però no tenia coneixement del seu dret de formar part del Club. En aquesta línia, un altre agent no havia sentit parlar ni d'una entitat ni de l'altre, i per tant no havia tingut cap tipus de contacte amb les mateixes.

Diversos agents consideren que s'està fent una bona feina des del Patronat quant a la promoció del cicloturisme i dels productes de natura, turisme actiu i esportius en general, però tot i que l'objectiu del Club i de les taules de debat és la de fomentar la co-participació i la co-decisió, els diferents agents adherits critiquen que les decisions ja estan preses i en les seves trobades es fa una mera comunicació d'aquestes.

Altres agents decideixen no formar-ne part perquè consideren que només ells mateixos poden promocionar els seus negocis, i d'altres directament asseguren no necessitar suport promocional.

Girona Bike World

La primera fira activa de la bicicleta i del cicloturisme a Catalunya va crear molta expectació, consolidant a Girona coma capital catalana de la bicicleta. Tot i això, la participació del teixit empresarial del sector de la ciutat va tenir una escassa representació. Només van assistir dues tendes de bicicletes.

Un dels agents que va assistir comenta que el preu inicial que li demanaven per a un *stand* el considerava excessiu per a una microempresa. Més tard van contactar amb ell i li van fer una nova oferta que representava menys de la meitat del preu original, pel qual va accedir.

La seva sorpresa va arribar el dia de la inauguració de la fira, quan va veure que només ell i una altra empresa representarien el teixit empresarial de la ciutat, quan els diferents agents privats haurien d'haver servit d'ambaixadors de la ciutat que estava donant fet una aposta més per consolidar-se com a destinació referent quant a cicloturisme.

Una altra agent comenta que va rebre la mateixa oferta inicial però en cap moment li van renegociar la xifra. "Assistir a aquesta fira em costava 4 cops més que assistir a una de les fires més importants del sector que té lloc a Londres. Sospesant l'impacte esperat no valia la pena" comenta. Altres agents neguen haver estat contactats en cap moment per part dels organitzadors de la fira directament.

En tot cas, la fira es va materialitzar després d'un parell d'anys lluitant per constituir-la, i tot i que la participació del teixit empresarial de la ciutat va brillar per la seva absència, els agents que hi van assistir finalment van quedar satisfets amb el resultat i seran prescriptors amb la resta d'agents per crear una promoció conjunta cohesionada en futures edicions.

3.3.7. Relació entre els agents involucrats en la creació, gestió, promoció i comercialització de l'oferta cicloturística de Girona

Distribució del mercat

Si alguna cosa ha quedat clara en les pàgines anteriors i en els diversos apartats és que les diferents agències que operen a Girona orienten la seva oferta a diferents nínxols de mercat. No deixen de ser competència, però cadascun ha sabut trobar el seu lloc dins el gruix del mercat.

La qüestió radica en quin percentatge del mercat cicloturístic que arriba a la ciutat contracta serveis amb aquestes agències. En aquest cas les percepcions són molt diferents unes de les altres, sentint des de que el 90% del mercat es capta en origen per part de TTOO estrangers fins a que mínim el 80% del mercat contracta serveis amb les agències locals.

Agències locals també reforcen la seva captació de clients en origen a través de TTOO localitzats en els diferents mercats objectiu, però asseguruen no representar més del 20% del seu mercat total.

En un origen els TTOO estrangers van dinamitzar la diversificació de l'oferta a través de les seves peticions en origen, tot i que aquells que no col·laboren amb les agències de receptiu presenten una amenaça molt competitiva, tot i que l'expertesa dels agents locals és un valor afegit que aquest segment de mercat sap apreciar.

Tot i que en un primer moment semblaria que en una anàlisi de l'oferta cicloturística com aquest, els usuaris que planifiquen el viatge pel seu compte quedarien exclosos del contacte amb les agències locals, el fet de que aquestes agències siguin més bé centres logístics, permeten que aquests usuaris independents acabin contractant algun servei. Per exemple, encara que no contractin un paquet amb rutes guiades i allotjament, poden reservar allotjament per altres plataformes on-line però llogar la bicicleta en un dels establiments de la ciutat. En un supòsit més extrem on es tracta d'un cicloturista itinerant que surt amb tot l'equipament necessari en origen, un cop a la destinació acudirà a un d'aquests agents per demanar informació especialitzada, comprar alguna peça de recanvi, etc.

Competència deslleial

Un dels agents que va col·laborar en el projecte RES'PIR va esmentar en la memòria que es va publicar aquest any (Facultat de Turisme de la Universitat de Girona, 2015) la problemàtica de l'existència de competència deslleial.

Entrevistant a aquesta persona es va aprofundir en el tema, explicant que acostumen a ser individus estrangers que capten el mercat en origen. Com no disposen d'una infraestructura en destinació, acostumen a subcontractar serveis com el lloguer de les bicicletes a les agències

receptives. Aquest agent argumenta que a través de la subcontractació, al menys, li genera un benefici econòmic a més de controlar en tot moment aquest tipus d'oferta.

Per una altra banda, reclama que cap administració pública es fa responsable de verificar que aquests agents disposen dels permisos necessaris per operar com a agents de viatges, és a dir, per a poder oferir paquets turístics. La resposta que reben per part d'aquests organismes és que la seva tasca és la de detectar els diferents agents del mercat per tal de fer-ne difusió promocional, però no la de verificar el seu estatus legal.

Rols assumits pels diferents agents en les promocions conjuntes

Els diferents agents que ofereixen productes cicloturístics a la ciutat col·laboren entre ells encara que no hi hagi una plataforma formal de col·laboració. Quant a la promoció, són els diferents organismes que es deriven de l'administració pública els que gestionen les diferents eines i xarxes de promoció, com s'ha vist anteriorment.

El teixit empresarial considera important una promoció conjunta del sector al mateix temps que no es senten valorats en la presa de decisions de les diferents accions promocionals, ja que consideren que l'administració més que fer-los partícips de la presa de decisions, els fa comunicació de les accions que es duren a terme i que s'han decidit sense tenir-los en compte.

S'han presentat moltes eines de promoció, i tot i així més d'un agent han expressat la seva voluntat per crear xarxes de col·laboració pel seu compte, fruit de la insatisfacció de les eines proposades per les diferents administracions. "L'empresa viu de realitats" diu un dels agents, justificant així que únicament el teixit empresarial és capaç de determinar les necessitats reals del mercat i els seus tempos. Partint de nou de que es tracta de microempreses en la seva totalitat, el mateix agent explica com exemple un programa de contractació de joves promogut per l'Ajuntament de Girona, el qual donava un ajut econòmic a l'establiment que contractés personal contribuint a generar llocs de treball. Un cop va contractar a dos joves, va veure que no va rebre la subvenció acordada fins un any després. Això implica que va ser aquest empresari el que va fer l'esforç econòmic atenent al mateix temps a les limitacions de finançament del seu negoci i la forta pressió fiscal a la que està subjecte el mateix.

De fet, molts agents expressen la seva voluntat de col·laborar amb altres agents per prendre decisions conjuntes a l'hora de definir el futur del cicloturisme. Quant a la promoció dels seus negocis, la majoria assegura que no necessita cap ajuda en aquest sentit. Les pàgines web, les xarxes socials, els propis ciclistes professionals residents i els reportatges a premsa especialitzada són les seves eines de promoció. A més de no tenir cap cost, asseguren que tenen un major impacte. "Esdeveniments d'alt impacte com el Bike World haurien d'organitzar-se conjuntament entre els diferents agents privats, servint de plataforma per intercanviar idees i clients", comenta un agent.

En relació al comentat en un apartat anterior sobre la solidaritat de diversos agents privats en adherir-se com agents econòmics al Consorci de les Vies Verdes de Girona, ha fet reflexionar als diferents agents que no hi pertanyen perquè consideren que la seva promoció no repercuteix en els seus negocis. La reflexió venia donada quan se'ls comentava que tot i no contribuir econòmicament amb aquesta ens, dissenyaven productes que feien ús d'aquestes

infraestructures, comportant uns costos de manteniment. El plantejament d'aquest assumpte des d'un altre punt de vista va resultar per unanimitat en contribuir econòmicament sempre que la finalitat sigui contribuir al manteniment i ampliació de la xarxa existent. Aquí rau un dels problemes de comunicació entre les administracions i el teixit empresarial.

Al mateix temps, la promoció conjunta entre el Consorci de les Vies Verdes i el Club de Màrqueting dona lloc a interpretar que s'estan duplicant esforços, i es reclama una redefinició de les seves competències.

Havent aclarit que no necessiten ajuda quant a promoció, es pregunta als agents representants del teixit empresarial quin és el rol que haurien d'assumir les diferents administracions. No els exigeixen cap responsabilitat en concret, sinó únicament el seu recolzament en el supòsit que el teixit empresarial tingués més participació en la presa de decisions sobre el rumb del cicloturisme. Tot el que demanen és que no s'emetin missatges contradictoris des de l'Ajuntament, el qual recentment ha emès una llei que prohibeix a cap local de restauració de la ciutat albergar taules amb més de 4 persones a partir de les 11 del vespre. En aquesta mateixa línia, una altra llei vol restringir la circulació de les bicicletes al barri vell.

4. CONCLUSIONS I PROPOSTES DE MILLORA

El propòsit d'aquest document ha estat analitzar l'oferta cicloturística existent a la ciutat de Girona. Això ha permès, per una banda, tenir coneixement dels diferents productes cicloturístics oferts a la ciutat, les seves característiques, i els beneficis que aporten tant a la ciutat com al territori que l'envolta; i per una altra, esbossar la xarxa d'agents involucrats en l'oferta cicloturística de Girona i les seves interaccions, i els rols que assumeixen en cada cas.

L'anàlisi dels productes s'ha dut a terme a través de la revisió dels catàlegs presentats a les pàgines web de les quatre agències de viatges especialitzades en cicloturisme de la ciutat i consultant als seus agents quan ha estat adient. Una altra anàlisi, en aquest cas qualitativa a través de 12 entrevistes obertes, ha resultat en conèixer a 13 agents que representen diferents ens tant públics com privats involucrats en l'activitat cicloturística de Girona.

Aprofitant les interaccions dutes a terme amb aquests agents, a més de debatre assumptes propis de l'oferta cicloturística, s'ha pogut realitzar una primera identificació del perfil de la demanda a través de les seves percepcions, encara que manca de dades concretes i mesurables.

És per aquest motiu que aquest document pretén ser una primera part d'un estudi més ampli que inclogui un anàlisi del perfil de la demanda i un estudi d'impacte econòmic del cicloturisme, ja que les estadístiques en el turisme són necessàries per (Burkar & Medlik, 1981): establir el valor i la significança del turisme a les destinacions; donar suport al planejament i la demanda d'infraestructures i serveis per cobrir les necessitats dels turistes; i contribuir a l'elaboració d'estratègies de màrqueting eficaces.

A l'apartat 2.1., una introducció al concepte cicloturisme a través de definicions proposades a altres estudis han permès establir una definició adient per aquest estudi i definir les tres tipologies cicloturístiques objecte d'anàlisi: cicloturisme itinerant, cicloturisme esportiu o ciclisme de carretera, i cicloturisme esportiu de muntanya o BTT. A l'apartat 2.2., altres estudis d'àmbit europeu destacaven com a principals beneficis que el cicloturisme aporta al territori una despesa mitjana superior a la d'un turista convencional per part del cicloturista (Mató & Troyano, 2014); una modalitat de viatge més sostenible que d'altres (Ejgelaar et al., 2012; Lumsdon et al., 2009); i més desestacionalitzada (FEE & Mercodes, 2008; Mató & Troyano, 2014).

Tenint en compte aquestes consideracions, a l'apartat 3.2. s'ha dut a terme l'anàlisi d'un total de 58 productes cicloturístics oferts per les agències especialitzades de la ciutat de Girona. La major part de l'oferta cicloturística de la ciutat correspon al ciclisme de carretera, que compta amb 28 productes, mentre que el cicloturisme itinerant i el BTT compten amb 19 i 11 productes respectivament. Aquests productes s'han analitzat segons el seu tipus d'itinerari, la seva durada, els tipus d'allotjament oferts, la distribució geogràfica de les pernoctacions i el seu cost diari mitjà.

Quant als diferents tipus d'itinerari que els productes poden adaptar, a l'apartat 3.2.3. es conclou que un 43% dels productes adopten un model en estrella, que vol dir que prenen un nucli com a base, on es realitzaran totes les pernотacions del viatge. En aquest cas, són un total de 25 productes, 24 dels quals prenen com a base la ciutat de Girona. Escollir un nucli com a base cobra sentit quan es tracta d'itineraris de diversos dies, on la localització estratègica d'aquesta base i els recursos i infraestructures de la mateixa, permeten complementar els diferents recorreguts escollits per cada dia. El ciclisme de carretera és la modalitat amb més productes que estableixen base a Girona, amb un total de 18. A més a més, a l'apartat 3.2.4., on s'analitza la durada dels productes, es conclou que és també el ciclisme de carretera la modalitat amb una durada mitjana més alta, de 5'84 nits, comptant amb el major nombre de productes de 7 nits, que és la durada més comuna, a més d'un producte de 31 nits que fa base a Girona. Per tant, Girona atrau un gran nombre de pernотacions degut a diversos productes d'una durada superior a una setmana que tenen la ciutat com a únic nucli per pernотar. Altres itineraris com el circular prenen Girona com a punt de sortida i arribada, cosa que garanteix a la ciutat un nombre de pernотacions superior a la dels punts mig camí.

El tipus d'allotjament més ofert és l'apartament amb un total de 61 pernотacions, tot i que es deu a que el producte de 31 nits amb base a Girona ofereix allotjament en apartament. Tret d'això, cal destacar que només les modalitats de cicloturisme esportiu ofereixen pernотar a apartaments. Els hotels de 3* i 4* són els allotjaments posteriorment més oferts, amb 58 i 56 nits respectivament. El cicloturisme itinerant ofereix el major nombre de pernотacions a hotels de 3*, mentre que el 84% de les pernотacions en hotels de 4* corresponen a productes de ciclisme de carretera. Això és degut a que, com s'ha vist anteriorment, els productes de ciclisme de carretera produeixen la major part de les pernотacions a la ciutat de Girona, on els hotels de 3* i 4* tenen el major nombre de places d'allotjament de la ciutat. Tal i com es presenta a l'apartat 3.3.4., el factor decisiu a l'hora d'escollir allotjament per part del cicloturista és que l'establiment sigui singular i creï atracció per si mateix. Si bé es trobava una excepció amb el mercat holandès, l'oferta cicloturística de la ciutat de Girona aposta per oferir allotjaments de qualitat, i per tant aquest cicloturista que prima el pressupost sobre la qualitat, no serà un client potencial per aquesta oferta.

La distribució geogràfica de les pernотacions presentada a l'apartat 3.2.6., confirma de nou que Girona atrau gran part de les pernотacions dels productes oferts, concretament un 66'80% d'un total de 157 pernотacions. També destaca una forta tendència a produir més pernотacions al litoral que a l'interior. Això es pot interpretar com que els productes oferts a Girona estableixen un vincle més estret amb destinacions i productes ja consolidats del litoral i no es fan tants esforços per potenciar els recursos turístics de l'interior. Si en un primer moment es podria explicar per l'escassa oferta de productes de ciclisme de muntanya, fins i tot les pernотacions d'aquesta tipologia es produeixen només a comarques que pertanyen a la marca turística Costa Brava. En canvi, el ciclisme de carretera és la modalitat cicloturística amb una distribució geogràfica més àmplia, produint pernотacions a 6 de les 8 comarques gironines. Dins la marca turística Pirineus de Girona, el cicloturisme itinerant només produeix pernотacions a la Garrotxa. De la mateixa manera que totes les pernотacions realitzades a Sant Feliu de Guíxols provenen d'aquesta modalitat de cicloturisme, es conclou que es busca allotjament a punts propers a la via verda del Carrilet. També es produeixen pernотacions al llarg dels municipis del

litoral del Baix Empordà i Alt Empordà, on es van desenvolupar les primeres rutes cicloturístiques de les comarques gironines.

El Baix Empordà és la segona comarca amb més pernoctacions seguida de l'Alt Empordà, destacant Torroella de Montgrí – L'Estartit com el segon municipi amb més pernoctacions de les comarques gironines.

La comarca de la Selva trenca aquesta tendència de vincle entre Girona i el litoral, tot i que un dels seus municipis de litoral, Lloret de Mar, està certificat com a Destinació de Turisme Esportiu, a més de disposar de nombroses rutes, sobretot de BTT, per tota la comarca. El segell Cicloturisme Costa Catalana, més orientat al ciclisme de carretera, s'aplica a destinacions com Lloret de Mar, amb una extensa planta hotelera en desús fora de temporada, tot i que no és el tipus d'allotjament que atrau al cicloturista al qual va dirigida l'oferta cicloturística de Girona, i potser això justifica la manca de relació entre ambdues destinacions. Tot i que Banyoles també disposa del DTE, només produeix una nit –que de fet es l'única feta al Pla de l'Estany – i no per part de cap modalitat de cicloturisme esportiu, sinó per part d'un producte de cicloturisme itinerant. Castelló d'Empúries i Empuriabrava també disposa del segell DTE i no rep cap pernoctació, cosa que indica que aquest segell no es té en compte per part dels agents que creen l'oferta a l'hora d'escollir destinació per pernoctar.

Les excursions també constitueixen un nombre important del total de productes analitzats, representant un 19% sobre el total. Si Weston *et al.* (2012), tal i com s'expressa a l'apartat 2.2.1., remarcaven la gran diferència quant a despesa mitjana diària entre (ciclo)excursionistes i cicloturistes, això es pot confirmar en el cas dels productes de cicloturisme itinerant i esportiu de carretera, on el cost mitjà diari d'aquells productes que requereixen pernoctació dupliquen el cost diari mitjà de les excursions. Per una altra banda, això no es compleix en el cas dels productes de BTT, on el cost diari mitjà dels productes que requereixen pernoctació és la meitat del cost diari mitjà dels productes de ciclisme de carretera, i només representen un increment de 12€ respecte el cost diari mitjà de les excursions de BTT. El cicloturisme de carretera és la modalitat que genera més despesa directa als cicloturistes tant pernoctant com no.

Per tal de comprendre no només com es confecciona aquesta oferta, sinó també com es gestiona, promou i comercialitza, s'han dut a terme un total de 12 entrevistes a 13 agents relacionats amb l'oferta cicloturística de la ciutat. Els diferents agents entrevistats han expressat la seva opinió sobre les infraestructures ciclables de les comarques gironines, així com de les diverses eines de promoció i distintius de qualitat, i les interaccions que mantenen amb els agents involucrats, introduïts a l'apartat 3.1.

En addició, han definit el perfil de la demanda des del seu punt de vista i model de negoci, donant una visió qualitativa que es podrà contrastar amb un futur estudi de perfil de la demanda i anàlisi d'impacte econòmic amb xifres mesurables. Els productes cicloturístics de la ciutat de Girona, estan dirigits principalment al mercat estranger, destacant els usuaris d'origen estatunidenc, canadenc, australià i neozelandès. Això no correspon al perfil habitual del visitant de Girona, que acostuma a ser d'origen europeu a més d'atraure molt mercat nacional, i això dona l'oportunitat de dirigir accions de promoció a aquests nous mercats que, a més de practicar cicloturisme, busquen complementar la seva estada –que tractant-se d'aquests mercats acostuma a no ser

inferior a una setmana— amb altres activitats que revaloren el patrimoni natural i cultural tant de la ciutat com de la resta del territori. La gastronomia i els productes amb Denominació d'Origen de les comarques gironines semblen ser un dels recursos més atractius a l'hora de combinar amb els productes oferts, cosa que s'ha de tenir en compte en futures promocions en aquests mercats per plantejar promocions conjuntes de diversos productes de potencial interès.

A Europa, els mercats consolidats quant a consum dels productes cicloturístics de Girona són el britànic i l'holandès, mentre que els països nòrdics són mercats emergents en aquest segment. Un estudi mesurable del perfil de la demanda permetrà, entre d'altres coses, conèixer l'origen intern dins aquests països i servirà d'utilitat a l'hora de mantenir, eliminar o crear noves rutes aèries entre Girona i els diferents orígens dels cicloturistes europeus. D'altra banda, seria adient fer accions de promoció concretes de cicloturisme, turisme esportiu i de turisme actiu i natura a un mercat de proximitat i de tanta importància a la ciutat com és el francès. Tot i haver vist que es tracta d'un dels països europeus que generen més beneficis amb l'explotació del cicloturisme, el turista francès que visita Girona ho fa per diverses motivacions entre les quals encara no destaca el cicloturisme.

La majoria d'agents relaciona al mercat provinent de fora d'Europa amb la pràctica exclusiva de ciclisme de carretera, i a l'europeu de practicar tant ciclisme de carretera com cicloturisme itinerant, deixant al mercat nacional la pràctica de BTT i alguns productes de cicloturisme itinerant. Per contra, algunes opinions afirmen que tant els productes BTT com els productes de cicloturisme itinerant oferts, van dirigits als mateixos mercats i estan ben valorats entre aquests. Tot i això, no hi ha cap dubte de que la modalitat tractora de cicloturisme a la ciutat de Girona és el ciclisme de carretera.

Quant a la despesa mitjana dels cicloturistes a la ciutat de Girona, existeix una percepció unànime entre els diferents agents entrevistats en que aquesta és superior a la d'un turista convencional. Això es justifica amb els serveis complementaris de qualitat que aquest client sol·licita, i que per tant s'ofereixen. Si bé a l'apartat 2.2.1. s'estimava una despesa mitjana diària del cicloturista europeu de 71€, només els productes de cicloturisme itinerant i ciclisme de carretera superen aquesta xifra situant-se sobre els 100€ diaris. Essent conscients de que aquest càlcul té la limitació de que només representa aquells cicloturistes que planifiquen el viatge a través d'una de les agències especialitzades de la ciutat, i de que probablement els cicloturistes que planifiquen el seu viatge pel seu compte registraran una despesa inferior, queda clar que el cicloturisme esportiu de muntanya és la modalitat que menys despesa directa aporta al territori, generant diàriament de mitjana la meitat que les altres dues modalitats. En al·lusió a les excursions ofertes, les de BTT generen una despesa mitjana diària de 56'67€, que es situa entre les excursions de cicloturisme itinerant i de ciclisme de carretera que generen una despesa mitjana diària de 49€ i 60€. Aquest llindar és molt superior a la despesa mitjana diària declarada en estudis europeus per part d'excursionistes (Bourgogne Tourisme, 2010; Mercat, 2009; Weston *et al.*, 2012), probablement perquè es centren més en excursionistes interns que no generen despesa en lloguer de bicicleta, contractació de guia, o fins i tot en àpats.

Un altre atribut del cicloturisme presentat a l'apartat 2.2.2. és la sostenibilitat. Si bé durant els desplaçaments, és a dir, durant la pròpia activitat cicloturística, no s'està fent cap emissió de CO₂, els productes cicloturístics de la ciutat no tenen el valor afegit de ser sostenibles, oferint

transfers des de l'aeroport de Barcelona fins a Girona, i fins i tot vehicles de suport durant les activitats. Si bé el cicloturisme itinerant es pot relacionar amb la sostenibilitat per l'ús d'infraestructures com les vies verdes, al igual que les modalitats esportives, no existeix cap programa que promogui entre els usuaris compensar la seva petjada de CO₂, tot i que els agents entrevistats asseguruen que el cicloturista és per norma general un individu respectuós amb el medi. L'altre atribut destacat a l'apartat 2.2.3. era la potencialitat desestacionalitzadora de l'activitat cicloturística, cosa que confirmen els agents. Tot i que a l'estiu tenen un volum més gran que a la resta de l'any, destaca que el mes d'agost és el punt d'inflexió on abans i després s'incrementa la demanda.

Tot i disposant d'una extensa gamma d'infraestructures condicionades per donar servei a la pràctica del cicloturisme, aquesta no cobra sentit sense una sèrie d'accions de promoció que projectin els recursos de la destinació als mercats objectiu d'atracció. Per aquest motiu, les infraestructures ciclables exposades a l'apartat 3.1.2. i les eines de promoció exposades a l'apartat 3.1.3., han sigut objecte de debat durant les entrevistes mantingudes, amb la finalitat de conèixer les relacions establertes entre els diversos agents encarregats de la creació, gestió, promoció i comercialització dels productes cicloturístics de la ciutat de Girona i proposar millores organitzatives per tal d'establir un sistema de relacions més eficient.

Tant l'Ajuntament de Girona a nivell local, com el Consorci de les Vies Verdes i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona a nivell provincial – i fins i tot l'Agència Catalana de Turisme a nivell autonòmic –, promouen diferents segells de qualitat per donar visibilitat als establiments del sector, a més de constituir taules de debat on els diferents agents del sector poden debatre les estratègies de màrqueting del cicloturisme.

Quant als distintius de qualitat, ja siguin uns més ben valorats que d'altres, el teixit empresarial no els utilitza per determinar la qualitat dels serveis oferts sota aquests segells i garanties, sinó que com a empreses especialitzades al sector són elles mateixes les que a través del seu criteri garanteixen als seus clients potencials que els serveis i productes seleccionats satisfaran les seves necessitats i expectatives. Adherir-se a les taules de debat els suposa invertir en promoció, però els diferents agents privats reconeixen que no necessiten recolzament de l'administració pública quant a promoció, entre d'altres coses perquè no la consideren eficient i perquè no participen activament en la presa de decisions d'aquestes accions promocionals.

Aquesta desentesa entre els agents públics i privats ha originat que diversos agents privats s'hagin plantejat en algun moment promoure accions similars a les que fins al moment estan assumint els agents públics, encara que es queden en projectes sense materialitzar per falta de recursos, i no col·laborin entre ells més que pel dia a dia dels negocis, com per exemple llogant-se bicicletes quan les necessiten. Tot i que es materialitzessin, això resultaria en una duplicitat d'esforços que ja es pot trobar entre el Consorci de les Vies Verdes i el Club de Màrqueting Natura i Turisme Actiu del Patronat. Ambdues entitats són dependents de la Diputació de Girona i ambdues promouen l'adhesió d'agents econòmics, tot i que finalment les accions promocionals es faran conjuntament. Aquestes taules de debat ofereixen un suport promocional que els agents privats no necessiten, i en canvi alguns d'ells en formen part per solidaritat. En canvi, els agents privats reclamen que l'administració ha d'assumir altres responsabilitats com lluitar contra la competència deslleial. Contribuir econòmicament a aquests ens públics-privats per tal

de mantenir les infraestructures ciclables del territori té bona acceptació per part del teixit empresarial, i respon a aquest sentiment de solidaritat que fa que els agents s'adhereixin a aquestes taules, tot i que les ens gestores no els comuniquen de manera clara i concisa la distribució d'aquests recursos financers.

Per tal de millorar l'eficiència de les relacions i dotar d'utilitat els diferents distintius de qualitat ja existents, cal que el teixit empresarial tingui un paper actiu en la presa de decisions sobre les accions de promoció més adients per millorar la competitivitat del producte cicloturístic de Girona respecte a altres destinacions competidores. De la mateixa manera, un distintiu de qualitat hauria d'estar aprovat per aquest teixit empresarial, ja que viu dia a dia la realitat del sector i poden aplicar la seva expertesa. Un opció seria la creació d'una associació d'empresaris del sector cicloturístic que s'encarregui de la promoció conjunta del sector representat i que entre d'altres, decideixi les fires a les que assistir i organitzi conjuntament esdeveniments com el Bike World o competicions esportives. Com aquesta associació s'hauria de cofinançar entre els membres adherits, un abast provincial seria més que adient per tal de crear una xarxa més extensa, que per una banda atregui més fons i que per una altra permeti dinamitzar recursos que encara no s'han consolidat, com a les comarques d'interior. De la mateixa manera, aquesta associació podria englobar altres modalitats esportives o altres productes de natura i turisme actiu. Tot i això, aquesta associació no seria possible sense el recolzament de les diferents ens públics, als quals aquesta associació o cada privat per separat podria destinar una quota periòdica per garantir el manteniment i la creació de noves infraestructures ciclables.

Una altra opció seria, a nivell provincial, que el Consorci de les Vies Verdes es dediqués principalment a la preservació i creació d'infraestructures ciclables i delegués en el Patronat de Turisme Costa Brava Girona les funcions de promoció turística. A més, amb la fi d'unificar tota l'oferta existent, el Consorci hauria d'assumir responsabilitats quant a xarxes ciclables de BTT i de ciclisme de carretera també. En el cas de mantenir el Club de Màrqueting, s'hauria de garantir la proactivitat dels agents privats, per exemple, designant un tècnic que faci d'intermediari entre el teixit empresarial i el Patronat i pugui donar un recolzament més freqüent i proper al petit empresari. Com a alternativa al pagament dels agents privats d'una quota destinada al manteniment de les infraestructures ciclables, es podria proposar l'aplicació d'una taxa als cicloturistes. Tot i això, seria molt difícil recaptar aquestes taxes, pel qual una alternativa seria la creació de productes específics per als cicloturistes destinant els seus beneficis a autofinançar a aquesta ens. La creació de paquets turístics no és una opció, ja que aquest ens hauria de ser públic-privat i constituir-se com a agència de viatges, però de la mateixa manera que les oficines de turisme venen *souvenirs*, es podrien vendre complements nutricionals o recanvis en punts estratègics de les xarxes ciclables. Això es podria veure resolt si l'associació empresarial proposada anteriorment tingués participació públic-privada, podent així finançar tant accions de promoció com de manteniment d'infraestructures.

Per últim, a nivell local, l'Ajuntament ha de donar suport tant al cicloturisme com al turisme de la ciutat en general, aplicant seny en les polítiques que són susceptibles d'afectar negativament a l'activitat turística de la ciutat. D'altra banda, hauria de donar un suport més actiu a l'activitat cicloturística, com per exemple instal·lant guarda-bicicletes –que es podrien finançar a través d'empreses patrocinadores– més segurs arreu de la ciutat, reflectint la voluntat de tots els agents involucrats de fer de Girona una ciutat *bikefriendly*.

BIBLIOGRAFIA

- Bourgogne Tourisme (2010). *Fréquentation et impact du Tour de Bourgogne à vélo*. Dijon, France: Bourgogne Tourisme.
- Burkart, A., & Medlik, S. (1981). *Tourism: past, present and future*. London: Heinemann.
- Consell Comarcal de la Terra Alta (2012). *Estudi de viabilitat d'una infraestructura d'activitat turística a la Via Verda: centre de BTT de la Terra Alta*.
- Departament de Territori i Sostenibilitat de la Generalitat de Catalunya (2014). *Baròmetre de la Bicicleta*.
- Eijgelaar, E., Peeters, P., & Piket, P. (2012). *European Cycle Tourism: A Tool for Sustainable Regional Rural Development*. *Aep.Wur.Nl*, 1–18.
- Facultat de Turisme de la Universitat de Girona (2015). *El projecte Res'Pir a les comarques gironines vist pels seus actors: professionals, administracions, formadors*.
- Fundación de Ferrocarriles Españoles & Mercodes (2008). *Creación del producto cicloturismo en Vías Verdes*.
- Lamont, M. (2009). *Reinventing the Wheel: A Definitional Discussion of Bicycle Tourism*. *Journal of Sport & Tourism*, 14(1), 5–23.
- Leiper, N. (2004). *Tourism management (3rd edn)*. Frenchs Forest: Pearson Education Australia.
- Lew, A., & McKercher, B. (2006). *Modeling tourist movements: A local destination analysis*. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 403-423.
- Lue, C.-C., Crompton, J. L., & Fesenmaier, D. R. (1993). *Conceptualization of multi-destination pleasure trips*. *Annals of Tourism Research*, 20(2), 289-301.
- Lumsdon L., Weston R., McGrath P., Davies N., Peeters P., Eijgelaar E., and Piket P. (2009). *The European cycle route network EuroVelo: challenges and opportunities for sustainable tourism*. Brussels, Belgium: European Parliament, Directorate General for Internal Policies, Policy Department B: Structural and Cohesion Policies, Transport and Tourism.
- Lumsdon, L. (1996). *Cycle tourism in Brita. Insights (March)*, pp. 27–32. English Tourist Board.
- Mató, E., & Troyano, X. (2014). *El impacto económico del cicloturismo en Europa*.
- Mercat, N. (2009). *Spécial économie du vélo. Étude complète*. Paris, France: ATOUT FRANCE.
- Mundet, L., & Coenders, G. (2010). *Greenways: a sustainable leisure experience concept for both communities and tourists*. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(5), 657–674.
- Ritchie, B.W. (1998). *Bicycle tourism in the South Island of New Zealand: planning and management issues*. *Tourism Management*, 19(6), 567–582.

Roy Morgan Research (2006). Cycle tourists insights.

Sabater, D. (2002). El cicloturisme: una nova eina de dinamització territorial i econòmica.

South Australian Tourism Commission (2005). Cycle tourism strategy 2005–2009.

Sustrans (1999). Cycle tourism information pack.

Utiger M., & Ickert L. (2005). Zählung und Befragung 2004 Veloland Schweiz: Resultate der Erhebung des Veloverkehrs auf den nationalen Routen im Veloland Schweiz. Bern, Switzerland: Stiftung Veloland Schweiz.

Utiger M., Rikus S., & Veloland Schweiz (2009). Ergebnisse Velo-Zählungen. Kurzfassung. Bern, Switzerland: Stiftung SchweizMobil, 2010.

Utiger M., Rikus S., & Veloland Schweiz (2011). Ergebnisse Velo- Zählungen. Bern, Switzerland: Stiftung SchweizMobil, 2012.

Weston R., Davies N., Peeters P., Eijgelaar E., Lumsdon L., McGrath P., & Piket P. (2012): The European Cycle Route Network EuroVelo: Challenges and Opportunities for Sustainable Tourism. Update of the 2009 study. Brussels, Belgium: European Parliament, Directorate General for Internal Policies, Policy Department B: Structural and Cohesion Policies, Transport and Tourism.

WEBGRAFIA

Aena http://www.aena.es/csee/ccurl/562/194/estadisticas_anual_2014_provisionales.pdf

Agència Catalana de Turisme <http://www.act.cat/programes/dte/>; <http://www.act.cat/wp-content/uploads/2015/07/Requisits-segell-cicloturisme-costa-catalana.pdf>

Bike Breaks Girona Cycle Centre <https://www.gironacyclecentre.com/>

Bikecat <http://www.bikecat.com/>

Campo Bicicleta <http://www.campobicicleta.com/>

Cicloturisme i Medi Ambient <http://www.cicloturisme.com/es/>

ClimateCare <http://climatecare.org/carbon-offsetting/>

Consorti de les Vies Verdes de Girona <http://www.viesverdes.cat/>;
http://www.viesverdes.cat/biblioteca/items/1595/Resum_Distintiu_Bed_and_Bike_de_l_Consoarci_de_les_Vies_Verdes_de_Girona.pdf

ENLLAÇ <http://www.cicloenllac.cat/>

Idescat <http://www.idescat.cat/pub/?id=pmh&n=446&by=mun#Plegable=files>

Inntravel <http://www.inntravel.co.uk/Sustainable-tourism/Setting-an-example>

Lloret Turisme <http://lloretdemar.org/ca/lloret-de-mar/turisme-esportiu>

Patronat de Turisme Costa Brava Girona <http://ca.costabrava.org/que-fer>

Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Castelló d'Empúries
<http://www.castelloempuriabrava.com/ca/que-fem/esports-i-lleure/destinacio-turistica-esportiva>

RES'PIR <http://www.respireurope.eu/>

Turisme i Esport <http://www.turismeiesport.cat/>

Wibikes http://wibikes.com/centros-btt/cataluna_girona/