

Pla estratègic pel desenvolupament del cicloturisme a Girona

Treball Fi de Grau – Facultat de Turisme

Autor: Alexandre González Moreno

Tutor: Emma Casademunt Parra

Curs: 2015-2016

AGRAÏMENTS

Aquest treball està dedicat a totes aquelles persones, familiars i amics que m'han animat i ajudat a la consecució del treball.

En especial la meva mare i la meva parella, dues persones molt importants a la meva vida, que diàriament m'ajuden en la meva lluita per la consecució de tots els reptes i objectius que em proposo.

M'agradaria fer esment a una persona que ha lluitat tota la vida fins el darrer sospir i que en un moment tant important com aquest, m'agradaria que també hi fos present i a qui també li dec tot el que sóc i seré. Gràcies pare.

Finalment agrair-li a l'Emma, com a tutora, professora i sobretot com a persona bondadosa i professional, la seva implicació, el seu suport i la seva dedicació en ajudar-me durant aquest últim trajecte de la carrera. He après amb tu, molt més dels que ens has ensenyat.

Gràcies a tots.

“No hay empresa más difícil de realizar, ni de éxito más incierto ni más peligroso de controlar, que la instauración de un nuevo orden de las cosas”.

Nicolas Maquiavelo

ÍNDEX

	Pàg.
1.- Introducció	7
2.- Objectius i metodologia	8
3.- Marc teòric	10
3.1 Aproximació al concepte cicloturisme	10
3.1.1. Definicions	11
3.2 El cicloturista: segments i perfils	16
3.2.1. Tipologies de cicloturistes	16
3.2.2. Perfil cicloturista	20
3.3. El cicloturisme a Espanya i Europa	24
3.3.1. Aproximació del cicloturisme a Europa	24
3.3.2. Dades sobre la situació del cicloturisme a Espanya	26
3.3.3. Tendències de futur del cicloturisme a Espanya i Europa	28
3.3.4. Tendències en productes, infraestructures i serveis cicloturístics	30
4.- Cos del treball. Pla estratègic.	33
4.1. Anàlisi de l'entorn	33
4.1.1. Ubicació geogràfica	33
4.1.2. Infraestructures viàries i comunicacions	34
4.1.2.1. El transport de la bicicleta en el transport públic	35
4.1.2.2. Xarxes cicloturístiques de Girona	37
4.1.2.2.1. Vies per fer cicloturisme	38
4.1.2.2.2. Vies per fer cicloturisme de carretera	42
4.1.2.2.3. Cicloturisme amb bicicleta de muntanya	43
4.1.2.2.4. Rutes de cicloturisme temàtic.	44
4.1.3. Climatologia.	45
4.2. Anàlisi político-administratiu	47

4.2.1. Anàlisi politico-administratiu	47
4.2.1.1. Els actors	47
4.2.1.1.1. Consorci Vies Verdes de Girona	47
4.2.1.1.2. Patronat de Turisme Girona Costa Brava	47
4.2.1.1.3. Ajuntament de Girona	48
4.2.1.1.4. Associació de ciclistes Mou-te en Bici.	51
4.3 Anàlisi de l'oferta.	51
4.3.1. Agències de viatges.	51
4.3.2. Establiments hotelers especialitzats en cicloturisme	52
4.3.3. Establiments de restauració	53
4.3.4. Distintius de qualitat	53
4.3.5. Esdeveniments ciclistes a Girona	58
4.3.6. Accions promocionals	59
4.3.6.1. Accions des del sector públic	59
4.3.6.2. La promoció i comunicació dels ciclistes a Girona	59
4.3.6.2.1. Ciclistes professionals	60
4.3.6.2.2. Els equips professionals instal·lats a Girona	66
4.4. Anàlisi de la demanda	67
4.5. Anàlisi de la competència	68
4.6. Conclusions de les entrevistes realitzades	70
4.7. Diagnosi DAFO	73
4.7.1. Conclusions diagnosi DAFO	75
4.8 Propostes estratègiques	75
4.8.1. Eix 1: Màrqueting de productes i de comunicació	77
4.8.2. Eix 2: Planificació i gestió de l'activitat cicloturística	78
4.8.3. Proposició estratègica 1	79
4.8.4. Proposició estratègica 2	84
5.- Conclusions	88
6.- Bibliografia	91
7.- Annexes	95

ÍNDEX DE TAULES

	Pàg.
Taula 1: Tipologia de cicloturistes	14

ÍNDEX DE GRÀFICS

Gràfic 1: Motivacions del cicloturista	24
Gràfic 2: Nombre de ciclistes per habitants d'un país	25
Gràfic 3: Bicicleta com a mitjà de transport	25

ÍNDEX DE MAPES

Mapa 1: Xarxa de cicloturisme del Baix Empordà	41
Mapa 2: Xarxa de cicloturisme de l'Alt Empordà	42
Mapa 3: Plànol dels punts d'aparcament per a bicicletes a Girona	50

ÍNDEX DE FONTS

Font 1: Durada del viatge	21
Font 2: Tipologia d'allotjament	22
Font 3: Preparació de la ruta	23
Font 4: Anàlisi de temperatures	46
Font 5: Establiments i habitacions especialitzats en cicloturisme	52

ÍNDEX D'IMATGES

	Pàg.
Imatge 1: Ryder Hesjedal	60
Imatge 2: David Millar	61
Imatge 3: Espresso Mafia	61
Imatge 4: Christian Meier	61
Imatge 5: Amber Meier	62
Imatge 6: Jan Frodeno	62
Imatge 7: Daniel Martin	62
Imatge 8: Robert Gesink	63
Imatge 9: StravaApp de Robert Gesink	63
Imatge 10: Tom Baylis	64
Imatge 11: Brett Lancaster	64
Imatge 12: Brett Lancaster II	64
Imatge 13: Jose Antonio Hermida	65
Imatge 14: Jose Antonio Escudero	65
Imatge 15: Maillot de l'Orica GreenEDGE	66
Imatge 16: Maillot de Garmin	66

1.- INTRODUCCIÓ

Abans de l'elecció del tema que finalment he desenvolupat, he hagut de fer molts canvis i contestar a moltes preguntes i dubtes que m'han anat sorgint, des del marc teòric fins al moment de fer les entrevistes. La meua idea en un principi era la de relacionar la bicicleta amb el turisme: una de les meves passions, amb el que serà el meu sector professional. L'objectiu era trobar un tema que pogués relacionar ambdues temàtiques i em sentís motivat per a realitzar un bon estudi.

He tingut la sort de viatjar per força països arreu del món i d'Europa i he pogut veure diferents cultures i maneres de viure. Una de les que més m'agraden, i he tingut l'ocasió de repetir-hi estada, ha estat la capital dels Països Baixos, la ciutat d'Amsterdam. Arran dels viatges que he fet a la ciutat em va sorgir la idea de que Girona podria ser també una ciutat reconeguda per la bicicleta, encara que en una altra visió diferent.

La bicicleta a Girona s'ha convertit en els darrers anys en un fenomen que ha anat en augment. Són molts els ciclistes que es veuen pel carrers i carreteres de Girona, lluint un "maillot" d'algun equip ciclista professional o amateur i em crida molt l'atenció el veure ciclistes australians o americans per la meua ciutat. Girona té unes condicions excepcionals, però encara estem molt lluny d'altres destinacions europees. L'Administració ha treballat de valent per posicionar la marca Girona i Costa Brava en el mapa del turisme mundial. S'han desenvolupat nous productes i serveis de natura i turisme actiu a la ciutat i la província, l'any 2012 va ser declarada en el Top 10 de destinacions per National Geographic, i l'any 2015 va ser declarada Destinació de Turisme Esportiu (DTE) per l'Agència Catalana de Turisme.

Es pot considerar que el fenomen de la bicicleta a Girona és una tendència a l'alça, per això, he decidit trobar-me amb diferents actors i agents relacionats amb la ciutat, el turisme i la bicicleta, per tal de conèixer diferents punts de vista i fer una anàlisi de la situació actual. Es pretén donar continuïtat al creixement d'aquest segment i dotar-lo amb tot el necessari per a conservar la qualitat del producte i el territori.

2. OBJECTIUS I METODOLOGIA

L'objectiu principal d'aquest treball és realitzar un pla estratègic per desenvolupar el turisme de bicicleta a Girona. La finalitat és consolidar i posicionar la marca Girona al món i millorar-hi l'activitat cicloturística, com activitat en el territori i pel territori, vetllant per la conservació del medi ambient i el benestar social.

Els objectius secundaris són els següents:

- . Conèixer més sobre el cicloturisme a Girona i al món
- . Trobar les mancances del cicloturisme del nostre territori
- . Analitzar altres models de cicloturisme al món
- . Promoure noves pràctiques per a una millora de l'oferta i la gestió del producte.

El treball consta en la realització d'un pla estratègic, però prèviament s'ha fet un marc teòric on ens hem pogut documentar sobre el cicloturisme en general, els cicloturistes, i les l'evolució d'aquesta activitat.

El pla estratègic segueix la metodologia de Russell (1981) que parteix de la filosofia "el futur no se l'ha de predir, se l'ha de crear. L'objectiu de la planificació hauria de ser, dissenyar el futur desitjat i inventar el camí per aconseguir-lo". Per això en el pla estratègic s'entén com una eina que recull informació per tal d'aconseguir una visió i obtenir la seva pròpia visió (imatge futura). Aquest pla, segons el model plantejat, parteix d'una anàlisi del present, en fa una valoració per establir un diagnòstic, i a partir d'aquí es proposen línies d'actuació estratègiques desenvolupades en accions per a la construcció i consecució del futur desitjat.

En el primer apartat del treball, com ja s'ha dit anteriorment, es pretén donar una aproximació al concepte de cicloturisme, amb un recull d'informació com segments i perfils de consumidors i de definicions de diferents experts i científics d'aquest àmbit. Per obtenir una visió més àmplia s'han creuat

fronteres per analitzar com ho veuen altres països d'Europa i quines són les tendències de futur. Per a fer aquest recull d'informació s'ha consultat bibliografia acadèmica, així com estudis de l'activitat que han portat a terme organismes oficial d'altres destinacions com Austràlia, França, Canadà o Gran Bretanya. També s'ha efectuat un benchmarking per tal de mesurar el rendiment d'altres destinacions i poder-ne comparar, aprendre i trobar mètodes de gestió que més convinguin al cicloturisme nacional.

El primer apartat del pla estratègic és l'anàlisi de l'entorn i l'estudi de mercat. Es realitza un estudi de diferents àmbits com són la part més territorial amb els transports, la geografia, les infraestructures, el clima, etc. I s'acaba amb l'entorn polític-administratiu amb els actors que hi intervenen, l'oferta, la demanda, la competència, etc. Per a la seva realització s'han recollit dades d'organismes oficials, dades d'associacions ciclistes, revistes especialitzades en ciclisme, així com blogs de referència o diaris locals. També s'ha portat a terme entrevistes estructurades amb els agents més rellevants del sector a nivell de la província de Girona (podeu veure les entrevistes en annex), tant públics com privats (Patronat de Turisme Costa Brava-Girona, Ajuntament de Girona, Consorci de les Vies Verdes, agències de viatge especialitzades, hotelers, organitzadors d'esdeveniments, consultors). Aquestes entrevistes es van realitzar de manera personal en la mesura en què va ser possible (amb enregistrament per a una posterior anàlisi), però en algunes d'elles, per manca de disponibilitat horària de l'entrevistat, es va enviar el qüestionari per correu electrònic, amb un suport telefònic per aclarir les preguntes, i van ser retornades degudament emplenades també per correu electrònic.

3.- MARC TEÒRIC

Primerament, en aquest apartat es pretén proporcionar una estimació sobre la magnitud que ha assolit el cicloturisme en els darrers anys. En primer lloc, fem una aproximació al cicloturisme amb definicions d'investigadors i professionals de l'àmbit cicloturístic on es pretén arribar a una definició general del cicloturisme, en la qual es basarà el nostre treball. A continuació, s'analitza el perfil i les característiques del cicloturista a través dels estudis realitzats fins el 2015. En aquest apartat s'ha treballat amb estudis d'impacte econòmic, de demanda i de creació de producte. Es finalitza l'apartat teòric amb l'anàlisi del cicloturisme a Europa, on es té en compte l'estudi de cas en un país europeu, la situació a Espanya i les tendències de futur del cicloturisme.

3.1. APROXIMACIÓ AL CONCEPTE CICLOTURISME

El cicloturisme és un nínxol del mercat turístic en creixement amb un gran potencial de beneficis socials i ambientals a les zones econòmiques i comunitats on es practica (Ritchie 1998, Lumsdon 2000; Tourism Austràlia 2005). Tot i això, la profunda crisi econòmica per la que ha passat Europa els darrers anys ha obstaculitzat l'avenç d'un segment de mercat que mostra símptomes de voler continuar creixent.

Al llarg dels anys s'han anat produint fets que han propiciat el desenvolupament de la bicicleta a Europa. La crisi energètica a Europa a mitjans dels 70, la conscienciació social ha augmentat al veure la bicicleta com a mitjà de transport eficient i sense emissions, així com l'augment de nous projectes i millores d'infraestructures per part dels governs, com nous sistemes de lloguer de bicicletes urbanes, construccions de nous carrils bici i autopistes exclusives per a bicicletes. Una de les revistes esportives més prestigioses del país, *Desnivel*, dona les claus de l'augment de l'ús de la bicicleta com a mitjà de transport per fer turisme i parla de la necessitat del boom del cicloturisme. L'estudi sobre el rànquing de competitivitat turística del Fòrum Econòmic Mundial (FEM) del 2013 va notar un increment de la competitivitat turística de països com França, Alemanya i Suïssa respecte Espanya degut a les millores

d'infraestructures turístiques d'aquests països. Casualitat o no, els tres països tenen en comú un alt volum de persones que es traslladen en bicicleta diàriament i durant les seves vacances, un bon transport i infraestructura turística i ciclista, i són els tres països que més fort han apostat per la xarxa ciclista europea de l'Eurovelo.

A alguns països d'Europa com el Regne Unit, França o Dinamarca, la creació d'autopistes per a ciclistes ha ajudat a desenvolupar i estimular la demanda de viatges en bicicleta, segons ConBici, la coordinadora en defensa de la bicicleta a Espanya.

Un altre fet que demostra que l'augment de la bicicleta com a transport urbà influeix a l'hora de triar-la com a element de transport per les vacances és que segons les agències de viatges turístiques de Girona especialitzades en cicloturisme (BikeBreaks, Cicloturisme i Medi Ambient i Bikecat) la gran majoria de cicloturistes que reben, així com els touroperadors amb els que treballen, provenen de països europeus com França, Bèlgica, Països Baixos, Alemanya, etc. o països nord americans com Canadà i els Estats Units, on la cultura de la bicicleta es troba molt desenvolupada en el dia a dia dels seus habitants.

El que és un fet, és que tant a Europa com al món hi ha un augment de vendes de bicicletes, un augment del turisme actiu i un augment en el volum de gent que utilitza la bicicleta com a transport públic o diàriament com a mètode de desplaçament (Lamont, 2009).

3.1.1. Definicions

A l'hora de dur a terme una investigació, el fenomen que és motiu d'estudi ha de quedar clarament definit amb la finalitat d'articular clarament allò que s'està mesurant (Dragado i Jenkins, 2007). Una definició tècnica és una delimitació precisa i inequívoca dels fenòmens que s'estudien i serveixen als investigadors per delimitar el que s'inclou o s'exclou dins d'aquell terme en particular.

Els termes de cicloturisme i cicloturista han estat definits en nombroses ocasions per acadèmics, organitzacions i associacions relacionades amb aquest camp.

En la realització d'un estudi preliminar sobre el desenvolupament del cicloturisme a Gran Bretanya, Lumsdon (1996:27) va descriure el fenomen com: "Activitat recreativa on la bicicleta és l'element principal del viatge i es fa fora de la regió de l'individu. L'ingredient fonamental és que el ciclisme sigui una part integral d'una excursió o unes vacances". Però aquesta definició pot generar dubtes, ja que cita que són unes activitats estrictament recreatives, però això dependrà de la motivació del client.

Simonsen i Jorgenson (1998:20) van realitzar un dels primers estudis dels cicloturistes a Dinamarca. Van adoptar una altra interpretació de cicloturista. "Activitat recreativa duta a terme per una persona de qualsevol nacionalitat, que en un moment o altre del seu dia festiu utilitza la bicicleta com a mitjà de transport". Deixa clar que tota excursió o desplaçament que es realitzi en un dia festiu s'inclouria dins de l'activitat cicloturística.

Ritchie (1999:568) va proposar la definició següent: "Persona que està lluny de la seva ciutat o país per un període de temps superior a les 24 hores o una nit, amb el propòsit d'un esdeveniment i pel qual l'ús de la bicicleta com a mitjà de transport durant el temps que estigui fora sigui una part integral de les seves vacances. Aquestes vacances es poden organitzar de forma independent o bé formant part d'un paquet turístic que pot incloure serveis de transport de maletes o qualsevol tipologia d'allotjament".

En aquesta definició s'exclouen els excursionistes, un excursionista es defineix com una "persona involucrada en qualsevol activitat ciclista o excursió, que es du a terme en un termini inferior a 24 hores o sense pernoctació, lluny de casa seva i que veuen la bicicleta com un element d'ús totalment recreatiu en el seu temps lliure" (Ritchie, 1998). Ritchie va ser el primer en incloure la possibilitat de comercialització a través d'un paquet turístic amb altres serveis, tal i com és a l'actualitat el cicloturisme.

L'any 2002, la Comissió de Turisme d' Austràlia del Sud, va definir el cicloturisme com "qualsevol dia de festa o viatge de plaer que impliqui una estada fora de casa d'una o més nits en les quals es realitza alguna activitat ciclista o la bicicleta és un dels mitjans de transports utilitzats". Però no entra a considerar altres aspectes importants que ha de reunir un cicloturista, com per exemple, la motivació del viatge ni si incloem els cicloturistes passius.

Segons Lefebvre i Trudeau (2003:48) "El cicloturisme és una forma de turisme d'aventura on l'esforç físic, el contacte amb la naturalesa i el respecte al medi ambient formen l'eix central d'aquesta tipologia de turisme". En aquesta definició no entren en consideració altres aspectes importants del cicloturisme, com són la bicicleta, la motivació o la durada.

Morgan (2006:Online), en el primer estudi que es va realitzar sobre l'impacte i la dimensió del cicloturisme a Austràlia, va fer servir una altra definició: "Els cicloturistes es defineixen com australians de més de 14 anys que han tingut vacances en els darrers 12 mesos i han utilitzat la bicicleta com a mitjà de transport durant les seves vacances". Es pot observar una definició molt global, amb manca d'informació i amb elements com l'edat que no citen altres definicions.

El Pla Estratègic de Turisme del 2005-2009 de la Comissió de Turisme d' Austràlia del Sud va utilitzar una altra definició més completa: "les visites cicloturístiques es consideren a efectes de vacances, oci, recreació o esport; amb pernoctació o viatges d'un sol dia a altres regions turístiques que no siguin les habituals on el turista realitzarà activitats de ciclisme actiu, amb la bicicleta o passiu, d'espectador d'un esdeveniment ciclista". És la primera en incloure el terme "ciclisme esportiu" i els espectadors d'esdeveniments de ciclisme, molt qüestionats per altres organismes que entenen que un espectador que no realitza una activitat física no se'l pot considerar cicloturista.

Sustrans (2009), organisme de promoció del transport a peu i en bicicleta pel Regne Unit, defineix cicloturisme com a “Activitat amb bicicleta amb una finalitat recreativa, que pot ser des d’una sortida d’un matí o d’un dia (excursionistes) a unes vacances itinerants de llarga distància (viatges amb pernoctació). La bicicleta és una part integral de l’excursió o de les vacances del visitant on la motivació és d’oci o recreativa”.

La seva definició pot semblar incompleta ja que no deixa clar molts punts que tenen a veure amb el cicloturisme, com pot ser la motivació, el vessant esportiu, o la possibilitat d’incloure com a cicloturistes tots aquells que realitzen accions passives, com assistir a una cursa ciclista.

Cantero Barros (2012) va ressaltar el caràcter no competitiu de l’activitat, definint-la com a “Activitat recreativa, esportiva i no competitiva que combina l’activitat física i el turisme i que consisteix en viatjar en bicicleta, visitant diferents llocs que es va trobant”. Però podem trobar manca d’informació com la finalitat del client, ja que si té una finalitat esportiva, no visita el llocs que va trobant. I tampoc ens parla de la durada mínima o pernoctació i tampoc sabem si s’inclouen els cicloturistes passius, observadors d’esdeveniments.

A Catalunya, Sabater (2002) ens resumeix la seva categorització referent a les tipologies de cicloturisme i cicloturista depenent de l’ús, la motivació i la durada del viatge.

Taula 1: Tipologia de cicloturistes.

		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

Font: Sabater (2002).

Sabater (2002) ens separa les tipologies segons el seu ús. Primer de tot, hi ha el cicloturisme esportiu, amb una motivació esportiva que sol durar entre una i sis hores. Solen ser desplaçaments ràpids, amb molts quilòmetres i molts desnivells. Aquests seran o bé per carreteres asfaltades en el cas de les bicicletes de carretera, o bé per camins i trialeres de muntanya per la BTT (bicicleta tot terreny, BTT d'ara endavant).

Després presenta el cicloturisme d'oci, que pot tenir dues vessants: la modalitat recreativa i la modalitat d'oci. D'una banda, hi ha el d'ús recreatiu, que pot ser per l'espai habitual o en una destinació turística, té una durada màxima d'un dia, sense pernoctació i busca zones segures, còmodes i poc transitades. La motivació principal del viatge és el paisatge i la tranquil·litat de l'entorn. D'altra banda, hi ha el d'ús turístic o cicloturisme d'oci, que és el que coneixem com a cicloturisme d'alforges o itinerant. Fa rutes de diversos dies, on la bicicleta és el mitjà de transport principal o únic, la motivació és el paisatge i el medi ambient, i el que importa és el trajecte en si mateix.

Moreno (2016) els divideix en ciclistes "autosuficients" o els de "targeta de crèdit". Pel que fa a la modalitat "autosuficient", el ciclista porta tot el necessari per sobreviure amb la seva bicicleta, és a dir, tenda de campanya, aliments, estris de cuina, eines per reparacions bàsiques, etc. I els que prefereixen la modalitat de "targeta de crèdit" busquen més comoditats, no transporten gairebé res, mengen en restaurants i s'allotgen en hotels o hostals.

Un cop repassades les diferents definicions existents de cicloturisme, podem concloure que totes tenen com a denominador comú la bicicleta. Per això alguns pensadors el limiten al turisme d'oci de més d'un dia o amb pernoctació i d'altres inclouen des de l'excursionista fins a l'observador d'esdeveniments esportius.

A partir d'aquestes definicions es pot concloure que existeixen un seguit de punts en comú en moltes d'elles:

- El ciclisme ha de ser el propòsit o una part, sinó la més important, del viatge.
- No hi ha una durada predeterminada.
- Es tracta d'una activitat d'oci, plaer o esportiva però no competitiva.
- És una activitat física.
- Es pot realitzar individualment o en grup.
- S'ha de fer fora de la teva regió, per tant, implica un desplaçament.
- No és discriminatori en raons d'edat ni de sexe i pot ser realitzat per qualsevol persona amb qualsevol bicicleta.
- Es desenvolupa a l'aire lliure, en entorns naturals, rurals i urbans.
- És una modalitat del turisme actiu.

La base de l'estudi es centrarà en entendre el cicloturisme com una activitat d'oci, plaer o esportiva, no competitiva, que es pot realitzar individualment o en grup, que es desenvolupi en entorns naturals, rurals o urbans, que pot ser des d'un matí a unes vacances itinerants de llarga durada i on l'element motivador del viatge sigui la bicicleta.

En la definició utilitzada en aquest treball s'inclouen els excursionistes de menys d'un dia o sense pernoctació que facin un desplaçament en un lloc que no és el seu habitual. També tots els espectadors que assisteixen única i exclusivament a una destinació motivats per un esdeveniment ciclista, com ara el Tour de France, pels ingressos que generen a la destinació on la seva principal motivació és un esdeveniment ciclista. Per tant, exclouem el terme activitat física entenent que pot ser una activitat de turisme passiu i no necessàriament actiu.

3.2.- EL CICLOTURISTA: SEGMENTS I PERFILS

3.2.1. Tipologies de cicloturistes:

Per tal de poder fer una proposta acurada, cal conèixer bé les característiques, les necessitats i les conductes dels usuaris i consumidors. Tota destinació amb

una oferta cicloturística hauria de saber el perfil del seu client, les èpoques de l'any en què realitza l'activitat, quant de temps hi dedica, on s'allotja, quina despesa fa al territori, etc.

A l'igual que amb les definicions, hi ha una diversitat d'estudis respecte als segments i als perfils dels turistes, depenent de la tipologia de cicloturisme que realitzin.

El-Gemeid, Grimsrud, i Damant-Sirois, (2013) fan la classificació següent després d'un estudi realitzat al Canadà:

- Ciclistes en ruta (36%): motivats per la diversió de pedalar. Utilitzen una ruta contínua i volen gaudir del paisatge i del seu temps lliure.
- Ciclistes dedicats (24%): el ciclista més esportiu, motivat per l'entrenament i l'activitat física. No volen carrils bici, sinó distàncies llargues, en carreteres secundàries, poc transitades.
- Excursionistes improvisats (23%): surten a pedalar quan fa bon temps tot i no ser ciclistes, ni utilitzen la bicicleta habitualment.
- Cicloturistes d'oci (17%): Pedalen perquè els agrada. Prefereixen carrils bici sense trànsit motoritzat i busquen senders i camins segurs, ja que solen viatjar en família.

Montero (2014), segmenta els cicloturistes pel seu perfil psicològic en marxes cicloturistes:

- Ciclomarxadors purs: van de marxa, els agrada rodar en grup i veure l'ambient.
- Ciclomaratonians: professionals que veuen les marxes cicloturistes com a entrenaments. Una ciclomarató són 200km i aquests entrenaments, que solen ser per muntanya, els van bé.
- Un club d'amics: un grup d'amics que solen sortir els diumenges i decideixen fer de tant en tant alguna cursa o marxa cicloturística.
- Amics: aventurers que s'animen a passar un cap de setmana fent alguna ruta cicloturística.
- Cicloturistes en estat pur: persones que van a gaudir de l'entorn i de l'aventura.

La majoria dels aficionats que realitzen aquest tipus de marxes cicloturístiques són ex-ciclistes professionals, aficionats (que participen en curses oficials) i cicloturistes ambiciosos ocasionals.

Una de les agències de viatges australiana més importants, Trek Travel, fa la separació següent en els seus paquets de cicloturisme en funció de les característiques del client:

- Cicloturista d'oci: Persona relativament en forma, que vol anar en bicicleta algun dia de les seves vacances i que sigui un recorregut majoritàriament planer. Vol entre 1-2 hores al dia amb un recorregut entre 20 i 50km.
- Cicloturista recreatiu: Persona que agafa sovint la bicicleta per anar a treballar o per divertir-se. Que li agrada la vida saludable i activa i que fa algun repte ocasional. Busca reptes, fer 2-3 hores al dia i pot recórrer entre 45 i 80 km.
- Cicloturista actiu: Persona molt activa, que fa esport diàriament i que busca tot tipus de terrenys i desnivells per fer sortides de 3-4 hores diàries i pot recórrer rutes de 70 a 120 km.
- Cicloturista ansiós: fa més de 150km la setmana, li agraden els reptes, millorar dia a dia i participar en algunes curses, busca tot tipus de terreny i fer entre 4-5 hores de viatges i entre 100 i 180km al dia amb grans desnivells.

A més a més ofereixen la possibilitat de fer rutes per aquests 4 perfils, amb bicicleta de carretera i amb bicicleta tot terreny pels que vulguin fer-ho a la muntanya.

El "Ministère du Tourisme du Québec" al Canadà, una altra destinació que ha treballat el cicloturisme, en el seva diagnosi sobre aquesta activitat a la seva regió (2006), segmenta el cicloturista en diferents grups classificant-los de la manera següent:

- Cicloturista: tot turista que en un moment de la seva estada utilitza la bicicleta, ja sigui com activitat principal o de suport.
- Cicloturista local: usuari de la xarxa que viu a la perifèria de la ciutat.
- Cicloturista esportiu: turista que la seva estada s'articula principalment a partir de l'ús esportiu de la bicicleta.
- Cicloturista vacacional: turista que en un moment del seu viatge fa servir la bicicleta puntualment o intermitentment.
- Excursionista: persona que en un desplaçament de menys de 24h fa ús de la bicicleta.

El turista de bicicleta té una àmplia varietat de característiques i motivacions a partir de les quals pot ser classificat. Poden anar des d'estades curtes d'un cap de setmana a estades d'una setmana o més, o des de recórrer una ruta ciclista o allotjar-se en una destinació en concret des d'on anar fent diferents recorreguts.

Per tant, no podem englobar a tots els consumidors de cicloturisme en un mateix sac, ja que poden tenir diferents motivacions, gustos o preferències, per això cal segmentar i tenir una bona oferta de productes amb les seves estratègies de màrqueting específiques.

Els cicloturistes es poden diferenciar segons:

- La motivació: Existeixen cicloturistes amb finalitats esportives i d'entrenament, aficionats i interessats en el ciclisme o simplement accidentals o oportunistes.
- L'activitat: La Fundació australiana del Camí Mundi Bidde (2005) divideix els cicloturistes en quatre grups:
 - Els esportius
 - Els cicloturistes d'alforges
 - Els ciclistes de muntanya
 - Els ciclistes d'esdeveniments (tant competitiu, com de turisme)

Dins de cada activitat també existeixen altres tipologies de cicloturistes: des del cicloturista més lliure que dorm en tendes de campanya o albergs, fins al cicloturista de “targeta de crèdit” que dorm en hotels i menja en restaurants.

Una altra manera de diferenciar els turistes és pel recorregut que realitzen. N’hi ha que realitzen etapes curtes a partir d’una base neuràlgica on hi solen tenir l’allotjament, d’aquest mètode se’n diu *l’efecte flor*, ja que cada dia tornen al mateix punt d’origen. D’altres realitzen recorreguts més llargs en diferents etapes i alternant diferents allotjaments, on normalment hi ha una empresa que s’encarrega del transport de maletes, del menjar, del suport en carretera, etc. I després hi ha una mixta, que és la més comuna entre els equips professionals i amateurs que fan estades o *training camps* a Girona, que és la d’alternar les dues possibilitats. Durant uns 10 dies, poden canviar 2 o 3 vegades d’allotjament per poder combinar més activitats planeres, a la costa o a la zona d’alta muntanya.

3.2.2. Perfil cicloturista

El perfil cicloturista pot ser molt diferent en funció de la modalitat de cicloturisme que practica, el país on ho fa o la motivació que tingui a l’hora de viatjar. Però després d’analitzar 8 mercats diferents, l’estudi sobre l’Impacte Econòmic del Cicloturisme a Europa (Mató i Troyano, 2014) va fer una aproximació al perfil de l’usuari:

- Edat mitjana: 45-55 anys
- Sexe: 40% dones i 60% homes
- Estatus social: alt amb estudis secundaris i universitaris
- Nivell d’ingressos: entre 2.000 i 3.000€ mensuals.

Estacionalitat:

Un dels elements més important pel cicloturista és el clima. Per això, països com Alemanya o el Regne Unit el 79% dels viatges de cicloturisme es produeix en els mesos d’estiu.

Països com Espanya, on se li atribueix un clima més càlid, l'estacionalitat no és tan marcada i es poden veure cicloturistes al llarg de l'any excepte als mesos de desembre i gener. Un altre cas seria Itàlia, que a l'igual que el mercat espanyol, on el major moviment cicloturístic es produeix a la primavera i a la tardor, ja que la temporada d'estiu, el turisme massificat d'alguns llocs, amb l'excessiu calor i l'augment dels preus, propicien que els clients estrangers es quedin als seus països, segons la Fundació de Vies Verdes Espanyola.

Distàncies i durada de l'activitat:

Segons Weston (2012) en un estudi sobre la xarxa de cicloturisme de l'Eurovelo va calcular els paràmetres següents:

- Respecte a la distància: Un cicloturista itinerant recorria de mitjana 60km diaris, mentre que un excursionista 41km.
- Respecte a la durada: només un 5% dels excursionistes superaven les 7hores, mentre que els cicloturistes itinerants eren el 65%.
Per contra, el 65% dels excursionistes realitzaven recorreguts d'entre 1 i 4 hores, davant de l'11% dels cicloturistes itinerants.

Durada del viatge:

Després d'analitzar dades de 18 rutes de 6 països diferents, podem arribar a la conclusió del temps que un usuari europeu inverteix en el recorregut durant les seves vacances.

Font 1: Durada del viatge.

Durada	% Cicloturisme
2-4 dies	30%
5-7 dies	30%
8-14 dies	32%
15 dies	8%

Font: elaboració pròpia a partir d'Altermodal (2007), ETI (2007), Fietsplatform (2009a), MANOVA (2007), TMBLM (2008), Trendscape (2010).

Tipologia d'allotjament:

Com en els altres apartats, la tipologia d'allotjament és també aproximada, ja que dependrà dels costums dels viatgers i del mercat a qui arriba a la destinació (Weston, 2012). El mercat australià i americà tenen un percentatge més alt en hotels, mentre que el client holandès i belga el té en càmpings.

Font 2: Tipologia d'allotjament.

Tipologia d'allotjament	Promig d'ús aproximat
Hotel	Entre 30% - 60%
Pensió	Entre 30% - 60%
Càmping	Entre 10% - 20%
Albergs	Entre 5% - 13%
Habitacions	Entre 2% - 27%
Altres	Entre 5% - 15%

Font: elaboració pròpia a partir d'Altermodal (2007), ETI (2007), Fietsplatform (2009a), MANOVA (2007), TMBLM (2008), Trendscape (2010).

Tipologia de bicicleta:

Segons Weston (2012) a Europa els 36% dels cicloturistes i el 14% dels excursionistes utilitzen bicicletes de lloguer. Això té una explicació lògica, que és que els excursionistes utilitzen la seva pròpia bicicleta, ja que la majoria de excursions es fan en l'àmbit regional.

La tipologia de bicicleta també va en funció de la tipologia de mercat que tingui la destinació. En el cas de Girona, després d'entrevistar a les agències especialitzades podem comprovar que aproximadament el 50% de lloguer de bicicletes són de carretera i anirà en augment els pròxims anys, el 45% són de passeig o urbanes i el 5% restant són de bicicletes de muntanya.

Hi ha altres tipologies de bicicleta amb menys demanda com són les desmuntables, les bmx, els tàndems o les bicicletes elèctriques. Aquestes

últimes preveuen un alt creixement de la demanda en els propers anys, segons entitats, associacions i blogs ciclistes.

Activitats complementàries dels cicloturistes:

Un estudi realitzat a la Ruta de los Dos Mares, a França, s'ha centrat en trobar les activitats complementàries dels turistes en bicicleta.

La gran majoria aprofita el seu viatge o itinerari per visitar pobles o ciutats properes (38%) i dinar en restaurants de la zona (37%). En un segon terme, queden les visites als museus (18%), als cellers de vins (18%) o de botigues (14%). En un tercer bloc vindrien els que realitzen activitats esportives complementàries (8%) o els que no realitzen cap activitat més. I finalment, altres opcions són la de banyar-se (2%), la de fer jocs (2%) o assistir a un esdeveniment o manifestació (1%).

Preparació de la ruta:

De la mateixa manera que a l'apartat anterior, s'analitzen les dades de la Ruta Francesa de los Dos Mares. El 100% dels cicloturistes declaren que es preparen tota la informació abans de viatjar:

Font 3: Preparació de la ruta

Mitjà	Percentatge
Mapa	60 - 63%
Internet	57 - 75%
Pàgines web oficials	20 - 56%
Llibre-Guia	38 - 44%
Boca-Orella	12 - 24%
Fulletons	18 - 23%
Oficines de Turisme	15 - 20%
Agències de Viatges	2 - 3%
Altres	18 - 37%

Font: elaboració pròpia a partir d'Altermodal (2007), ETI (2007), Fietsplatform (2009a), MANOVA (2007), TMBLM (2008), Trendscape (2010).

Motivació i factors d'èxit:

Weston (2012) en el seu estudi ens parla sobre la motivació declarades pels cicloturistes.

Gràfic 1: Motivacions del cicloturista.



Font: Trendscoop 2008.

L'anàlisi de la xarxa ciclista d'Eurovelo arriba a la conclusió de que el que més busca un cicloturista en les seves vacances i durant el seu recorregut són tres elements:

- Seguretat i continuïtat de la via.
- Existència d'espais naturals, rurals i urbans variats.
- Senyalització clara i agradable.

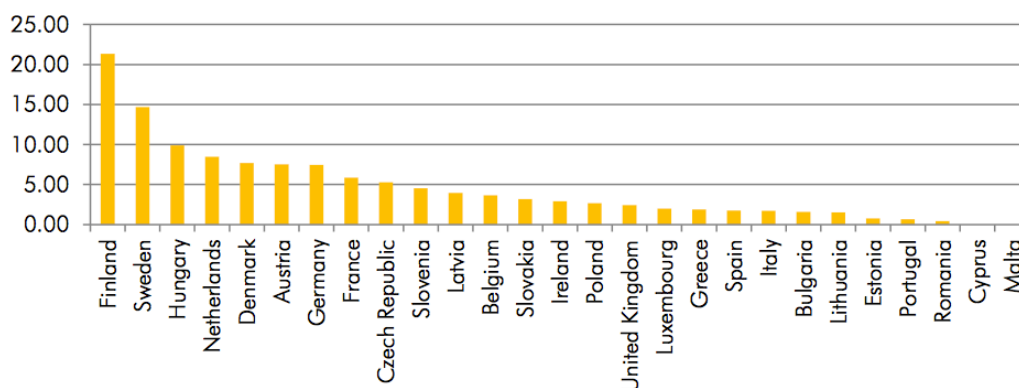
3.3.- EL CICLOTURISME A ESPANYA I EUROPA

3.3.1. Aproximació del cicloturisme a Europa

Com hem dit anteriorment, el cicloturisme ha registrat un augment de practicants en els darrers anys a Europa. Per això en aquest apartat es pretén analitzar la situació del mercat cicloturístic a Europa. L'estudi sobre "*L'impacte econòmic del cicloturisme a Europa*" (Mató i Troyano, 2014) fa una síntesi dels principals estudis sobre el turisme en bicicleta realitzats fins el 2014.

Molts europeus han trobat en la bicicleta un mitjà de transport que els hi dóna l'oportunitat de viatjar i de fer activitats d'una manera eficient i poc costosa. El baròmetre de 2013 de la ECF (Federació Europea de Ciclistes) ens permet fer una visualització ràpida de com està la pràctica de cicloturisme.

Gràfic 2. Nombre de ciclistes per habitants d'un país.

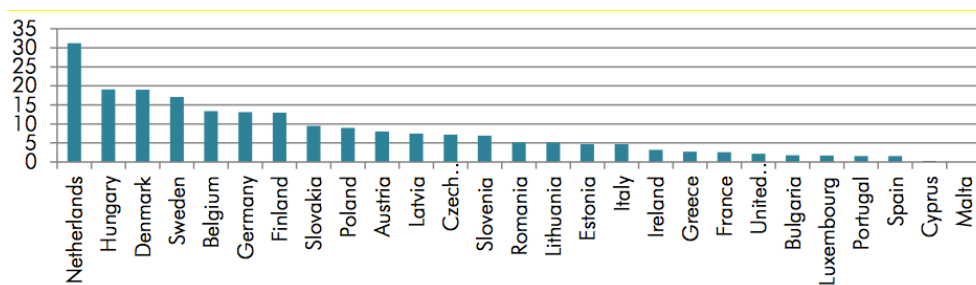


Font: Baròmetre de la bicicleta (ECF).

En aquesta gràfica veiem el nombre de ciclistes per població del país. Com podem veure, gairebé una quarta part dels finlandesos són usuaris habituals de la bicicleta. Els països que més han apostat per infraestructures ciclistes són els que més ciclistes tenen. Són països del nord d'Europa on la cultura ciclista es troba més desenvolupada. A Espanya no arriba ni al 2%.

Compararem ara el nombre de cicloturistes amb el nombre d'usuaris de bicicleta com a mitjà de transport habitual:

Gràfic 3. Bicycleta com a mitjà de transport (% de població).



Font: Baròmetre de la bicicleta (ECF).

Compararem el tant per cent de població que utilitza la bicicleta com a mitjà de transport habitual, amb els usuaris de la bicicleta per països. Com podem observar, els països on més es fa servir la bicicleta, més cicloturistes tenen. Destaquen països com els Països Baixos, Dinamarca, Suècia i Hongria, que lideren els rànquings en nombre de ciclistes per habitants i d'usuaris diaris de la bicicleta. Per tant, podem concloure que com més es fa servir la bicicleta en un país, més practicants de cicloturisme hi ha.

A França entre el 2008 i el 2010 es van crear 16.500 llocs de treball i el mercat cicloturístic va generar 2.000M d'euros, atraient a un milió de turistes estrangers. El país disposa d'una bona intermodalitat tren-bicicleta amb àmplia informació i accessibilitat. Per impulsar el ciclisme mundial també han creat el segell de Accueil Vélo, per a establiments i serveis adaptats al cicloturisme.

El sector turístic alemany va arribar als 9.000M d'€ l'any 2009 gràcies al pla nacional 2002-2012 per impulsar la bicicleta en general, i com a conseqüència el cicloturisme. En pocs anys els establiments "Bett&Bike" van augmentar per sobre dels 5.000 establiments, segons l'estudi de la coordinadora alemanya en defensa de la bicicleta. La companyia Deutsche Bahn disposa d'una bona xarxa de ferrocarrils que permeten transportar bicicletes entre grans ciutats.

A Suïssa, l'any 1998 es va invertir 10M d'€ per fer una xarxa nacional de carrils bici i quatre anys més tard havia rebut 240M d'€ d'ingressos provinents dels cicloturistes. En quatre anys es va multiplicar la inversió per 24. L'anomenat projecte Veloland és una de les principals xarxes cicloturístiques d'Europa, gràcies en part a una bona comunicació ferroviària i una completa informació de rutes i mapes.

3.3.2.- Dades sobre la situació del cicloturisme a Espanya

El Baròmetre de la bicicleta a Espanya, publicat per la Fundació ECA Bureau Veritas entre els anys 2009 i 2011, cita que l'any 2009 la població feia servir la bicicleta en un 5'6% i que al 2011 va augmentar fins el 7'4% la població que la utilitzava diàriament.

Els desplaçaments quotidians van ser els que més van augmentar, passant del 23'6% del 2011 al 30'3% dos anys més tard. Són dades molt semblants al que ha anat succeint a la resta de països a Europa, però amb dos o tres anys d'endarreriment.

El model turístic espanyol actual té símptomes d'haver tocat fons i el cicloturisme pot ser una solució, ja que és un dels sectors que més ha pujat en països europeus.

Pel nostre país, el cicloturisme suposa actualment 1.620 milions d'euros i la xifra continuarà creixent en els propers anys, segons la Mesa Nacional de la Bicicleta: "A Espanya la bicicleta és un sector a l'alça i amb gran potencial". L'any 2015 es van vendre més bicicletes que cotxes i es podrien crear fins a 26.600 llocs de treball, com ja ha succeït a altres països d'Europa.

Fins el moment, les ciutats que han apostat per la creació d'infraestructura per a la bicicleta han vist com l'ús de la bicicleta com a mitjà de transport ha augmentat. Però l'interès a nivell nacional no és el de crear més infraestructura ciclista, sinó reduir el trànsit motoritzat privat a les ciutats. Així doncs, dependrà de la voluntat i cooperació dels habitants, que el cicloturisme es pugui desenvolupar. A altres països de la Unió Europea, l'aposta per invertir en infraestructures ciclistes ha fet augmentar el nombre de ciclistes i usuaris, que paral·lelament han reduït el trànsit motoritzat.

Segons l'Índex Mundial del Ciclisme publicant recentment (març 2016), Espanya és el país del món amb el creixement més ràpid de l'ús de la bicicleta, xifra lògica si tenim en compte que és un país que tot just s'inicia en aquest àmbit en comparació amb la resta de països europeus. Les xifres mostren un creixement en el nombre de desplaçaments en bicicleta a Espanya del 8% entre els anys 2014 i 2015. Per tant, estaria per davant dels seus competidors que estan també en creixement com Suïssa (6%), Canadà (6%), Finlàndia (4%) i els Estats Units (4%).

Eco-Counter, empresa canadenca que porta 15 anys recollint dades de ciclistes i vianants a tot el món, va analitzar més de 218 milions de viatges en bicicleta per mesurar amb precisió el trànsit de bicicletes al món. Una altra dada és l'augment anual del 3% del trànsit mundial de bicicletes durant el 2015, que representen un total de 4,6 milions de viatges addicionals en bicicleta.

L'entitat espanyola ConBici, coordinadora en defensa de la bici, reuneix 58 associacions i col·lectius ciclistes de tot Espanya. El seu director, Manuel Martín cita que "amb major inversió, el nombre de ciclistes a Espanya podria augmentar molt més aportant molts més beneficis per la salut en general".

3.3.3.- Tendències de futur del cicloturisme a Espanya i a Europa

Segons un informe publicat per World Travel Market, cada vegada són més els habitants dels Estats Units que decideixen practicar cicloturisme en el seu temps lliure, superant fins i tot el golf. Tant és així, que s'ha creat una nova generació de turistes coneguts com MAMIL (homes de mitjana edat en lycra).

En molts països d'Europa la bicicleta s'ha convertit en un element popular per desplaçar-se per un territori. La revista alemanya, CICERO, ha nomenat recentment la bicicleta com el símbol en una societat on la salut i el medi ambient són crucials. Segons Landon Cycling Tours (2014) una empresa holandesa organitzadora d'esdeveniments ciclistes, va dir que entre el 2010 i el 2013, el nombre de participants femenines va augmentar d'un 10% a un 23%. El cicloturisme també està a l'alça segons la Deutscher Tourismus Verband, que cita un creixement del cicloturisme entre 2005 i 2009 dels 5 bilions d'euros als 9. Macs Adventure, un operador turístic britànic afirma que l'any 2014 va incrementar un 124% les reserves d'activitats relacionades en ciclisme respecte l'any anterior.

Johan Diepens, fundador de Mobycon, cita en el seu informe sobre tendències que cada vegada són més les persones de totes les edats les que fan llargs viatges o curts desplaçaments amb la bicicleta. També cita les oportunitats d'un mercat ciclista que està creixent i canviant a velocitats de vertigen amb nous

productes. A països com Dinamarca, Alemanya o els Països Baixos, els habitants fan servir roba transpirable de treball, bosses impermeables, maletes laterals plegables o candaus intel·ligents per facilitar la mobilitat en bicicleta.

Les tendències a Europa en cicloturisme, segons Marianne Weinreich de l'ambaixada de ciclisme a Dinamarca es poden traslladar a la resta de països europeus:

1. La bicicleta està esdevenint un mitjà de transport legítim gràcies a la inversió pública en infraestructures ciclistes i polítiques de suport a la cultura ciclista.
2. Les ciutats estan apostant per sistemes de lloguer de bicicleta públics.
3. El transport públic i la bicicleta han d'anar de la mà, per ser una alternativa viable al cotxe.
4. Les bicicletes de càrrega s'estan posicionant com a solució per transportar als nens.
5. Les E-bike poden ser una solució per a persones de major edat, amb més dificultats o en terrenys amb més pendents.
6. MAMILS (homes de mitjana edat amb lycra) són els nous cicloturistes i van en augment.
7. Augment de l'ús de la bicicleta entre les dones.
8. Individualitzar i personalitzar la bicicleta amb elements i detalls.
9. Les autopistes per a ciclistes estan fent les distàncies entre l'àrea metropolitana i la ciutat molt més accessibles i més curtes.
10. L'augment de la tecnologia i els aparells mòbils faciliten la navegació i el camí als ciclistes.

Espanya es troba uns esglaons per sota de la resta de països europeus pel que fa a infraestructures i serveis per a cicloturistes, tot i que en els darrers anys s'han fet esforços per millorar la situació entorn al cicloturisme:

1. Nous productes en forma de paquets turístics que permetin desestacionalitzar o allargar la temporada a destinacions amb forta estacionalitat.

2. Els cicloturistes busquen activitats que fomentin emocions i activitats complementàries al ciclisme com la gastronomia o la cultura.
3. Els tour operadors són els encarregats de configurar l'oferta cicloturística.
4. Les administracions estan apostant per sistemes públics de lloguer de bicicletes així com amb la construcció de nous carrils bici urbans.
5. Noves estratègies per potenciar el territori oferint productes i serveis específics per a cicloturistes.

Segons el Mapa Nacional de l'Oferta i els Productes Turístics de l'Atlas del Turisme a Catalunya, una de les accions del Pla estratègic de Turisme a Catalunya, creu que les tendències en turisme a Catalunya passen per noves activitats turístiques i recreatives en el medi natural i en la millora i adaptació de les activitats per segments específics. Les noves activitats han de buscar la transversalitat amb productes complementaris com són la cultura i la gastronomia. La ruta de Pedals de Foc o la Pirinexus 360 Challenge són exemples d'activitat de cicloturisme, basades en rutes temàtiques on el centre de l'activitat és la bicicleta, i sempre van complementat d'altres serveis específics com l'allotjament o la restauració.

3.3.4.- Tendències en productes, infraestructures i serveis per a cicloturistes.

- **Don Cicleteo:**

Una modalitat segura, còmode i pràctica d'estacionar la bicicleta al centre Madrid. Només t'has de registrar en una plataforma que et dóna accés a una xarxa d'aparcaments a la ciutat de Madrid. Els pàrquings tenen una zona dedicada a reparar i netejar la bici, estan vigilats les 24h i pots tenir la teva pròpia plaça privada reservada.

- **Yerka. La bici candau.**

Cada segon, una bicicleta és robada al món. Yerka, és la nova bicicleta antirobatoris. Consisteix en una modificació construïda a la part inferior del quadre que s'obre, i el seient s'extreu completament bloquejant la bici.

- **Ciclogreen. Move & Win**

Es un programa que reconeix i premia la mobilitat sostenible. Es descarrega una aplicació que controla l'esforç o el rendiment i s'associa amb Ciclogreen. A partir d'aquí, es van rebent "Ciclos" en funció del rendiment o ús de la bicicleta. Amb l'acumulació de "Ciclos" es poden obtenir descomptes i regals en botigues de bicicleta, d'accessoris, tallers, inscripcions a curses, clíniques de fisioteràpia, productes alimentaris, restaurants, nutricionistes, etc.

- **El carril bici que brilla en la foscor.**

És un carril bici intel·ligent, dissenyat per l'holandès Daan Roosegaarde que pretén il·luminar carrers, autopistes i carrils bici utilitzant pintura especial reflectant. Es carrega amb llum solar durant el dia i brilla durant la nit. És una mesura important d'estalvi d'energia elèctrica.

- **Autopistes per a bicicletes.**

Alguns països com Alemanya, els Països Baixos o Bèlgica ja han començat a adaptar les seves autopistes exclusives per a bicicletes. Aquestes són urbanes, per comunicar els punts més importants, i interurbanes per comunicar dues grans ciutats o la perifèria amb el centre.

- **Transports públics adaptats.**

Molt comú a països del centre d'Europa on la intermodalitat és molt més assequible que a Espanya. És fàcil trobar vagons exclusius pels cicloturistes en trens tant regionals com nacionals en molts països d'Europa. Aquest és un element més important pels cicloturistes alhora de triar els seus destins.

- **Empreses que paguen als treballadors per anar amb bicicleta a treballar.**

Una aposta per premiar la mobilitat sostenible i eficient del treballador. A alguns països com França, Dinamarca i Regne Unit concedeixen subvencions i ajudes fiscals pels que van a treballar amb bicicleta. Aquesta acció, promou la creació d'aparcaments per bicicletes, ajuda a la descongestió de carreteres i a la reducció d'emissions de CO2 a l'atmosfera. A simple vista, no té res a veure

amb el cicloturisme, però a França el nombre de persones que utilitzen la bicicleta per anar a treballar ha passat del 2% al 4% del total de la població en un any, segons informa l'Agència EFE. El fet de promocionar la bicicleta, promoure la mobilitat sostenible i tenir més població que fa ús de la bici provoca que hi hagi una cultura ciclista més accentuada i que puguin sorgir nous cicloturistes potencials.

Un cop realitzat l'anàlisi de diferents opinions i definicions de diferents actors i organismes de l'àmbit cicloturístic, podem concloure que el cicloturisme disposa d'un ampli ventall d'opcions i categories que poden ser més o menys vàlides segons la visió que tingui cadascú del ciclisme i del turisme. Les valoracions, estadístiques i comentaris analitzats sobre el cicloturisme i les seves tipologies es veuran aplicades, en el cos de treball, en relació a Girona, el territori objecte d'estudi.

A continuació, es dona pas al següent apartat, on es mostra l'anàlisi extern on es fa un estudi de les tipologies de cicloturisme, els avantatges, els inconvenients, l'oferta, la demanda, etc. de la qual disposa Girona.

4.- COS DEL TREBALL. PLA ESTRATÈGIC

4.1.- ANÀLISI DE L'ENTORN

Per fer una anàlisi de la situació actual, és necessari conèixer el context territorial i les infraestructures i els equipaments de què disposem, així com l'oferta que existeix sobre productes i serveis destinats a aquest segment de mercat, i els organismes i actors implicats en el desenvolupament d'aquesta activitat, els recursos que hi dediquen i la gestió i promoció d'aquests.

Per tal de realitzar aquesta anàlisi s'ha cercat informació entre els diferents organismes de la ciutat de Girona i mitjançant una anàlisi qualitativa efectuada a partir de la realització d'entrevistes estructurades a diferents òrgans de gestió, de promoció i de comercialització cicloturística.

L'objectiu principal del pla estratègic és desenvolupar el cicloturisme a la ciutat de Girona i millorar els elements i les eines que actualment existeixen per gestionar aquest producte. Els dos reptes són el d'esdevenir una ciutat mundialment coneguda gràcies al cicloturisme i desenvolupar i millorar l'activitat cicloturística de Girona, sempre respectant els principis de la conservació del medi ambient, la protecció del territori i el benestar social.

Per això s'ha començat amb una anàlisi de la situació actual, estudi dels agents i actors implicats, anàlisi de l'oferta i la demanda, la competència, etc. Finalment, es fa una síntesi de les informacions obtingudes en les entrevistes realitzades a diferents actors de la societat relacionats amb el fenomen del cicloturisme a Girona.

4.1.1. Ubicació geogràfica

En aquest punt es pretén situar en un context geogràfic la ubicació de la ciutat de Girona, que és objecte d'estudi, en un àmbit nacional i europeu.

La ciutat de Girona és una situada el nord-est de Catalunya i és la capital de la província de Girona i la comarca del Gironès. Limita al nord amb França i Andorra, a l'oest amb la província de Lleida, al sud amb la província de Barcelona i a l'est amb el Mar Mediterrani. La província de Girona disposa de dues marques turístiques, la Costa Brava al litoral i Pirineus de Girona a la zona muntanyosa.

Es troba a 75 metres sobre el nivell del mar i compta amb una població de 97.586 habitants (IDESCAT 2015). Es troba en la confluència de quatre rius (Ter, Onyar, Güell i Galligants), encaixat entre les serralades muntanyoses de les Guillerries i les Gavarres, o altrament dit, entre La Selva i l'Empordà. Situada en els 6° 31' 22" de longitud Est del meridià de Greenwich i en els 41° 58' 35" de latitud Nord.

4.1.2. Infraestructures viàries i comunicacions

La ciutat disposa d'una bona xarxa de comunicacions en tots els transports. Pels vehicles motoritzats hi ha com a via principal l'AP-7 i també la N-II Madrid-Barcelona-França i la C-25 Girona-Vic-Lleida.

Pel que fa el transport ferroviari, disposa d'una xarxa de ferrocarrils important amb l'arribada de l'Alta Velocitat Espanyola l'any 2013 que permet unir Girona amb Madrid o París amb poques hores. A més a més, d'una bona comunicació tant de trens regionals com de trens de mitja distància.

Així mateix, disposa també d'una estació d'autobusos que permet l'opció de viatjar amb autobús per la província, per la comunitat autònoma i per l'interior de la ciutat, amb un servei d'onze línies regulars. L'aeroport de Girona, ubicat a Vilobí d'Onyar, és un altre punt d'entrada de turistes estrangers. Situat a 12 quilòmetres de Girona, disposa en temporada alta d'una vintena de companyies i 48 destinacions d'Europa i nord d'Àfrica. A nivell local, cal sumar-hi la flota de taxis i el sistema públic de lloguer de bicicletes, la Girocleta, que disposa d'una àmplia xarxa de carrils bicicleta.

4.1.2.1. El transport de la bicicleta en el transport públic.

Un dels aspectes més rellevants i una clau en l'èxit del cicloturisme a molts països europeus és la facilitat que ofereixen les polítiques de transport i mobilitat per carregar la bicicleta amb transport públic. La intermodalitat bici-tren i bici-autocar ha estat fonamental en molts països pel desenvolupament del cicloturisme. Girona té moltes mancances en aquest sentit i es presenta un anàlisi de la situació actual:

- Transport de bicicletes en autobusos.

A Girona, el Consorci de les Vies Verdes té un conveni amb TEISA pel transport de bicicletes en els seus autocars en les línies que transcorrin paral·leles a la via verda. A continuació es presenten els aspectes més rellevants del conveni:

Trajectes exclusius per transportar bicicletes:

- Girona – Amer – Olot (anada i tornada)
- Girona – Llagostera – Sant Feliu (anada i tornada)
- Girona – Banyoles (anada i tornada)
- Banyoles – Olot (anada i tornada)

Condicions per transportar bicicletes:

- Únicament quan hi hagi suficient espai dins la bodega del vehicle i un cop carregat els equipatges dels altres usuaris.
- Les bicicletes han d'anar protegides i embalades per evitar danys o possibles desperfectes.
- El conductor, com a responsable del vehicle, tindrà la decisió final sobre si permet l'accés o no de la bicicleta.
- L'empresa no es farà responsable de les pèrdues, robatoris o desperfectes de les bicicletes.
- El màxim de bicicletes que pot transportar cada bus és de tres.

Segons el conveni, el cost de transportar la bicicleta no podrà superar 1'20€. A les taquilles de l'estació de Girona, el transport de la bicicleta es cobra com si fos un nen, segons una treballadora.

En el transport de línia regular de la ciutat les úniques bicicletes permeses són les desplegable, degudament plegada, sense cap cost.

- Transport de bicicletes en trens

El servei de rodalies de Barcelona permet el transport de les bicicletes durant tot el cap de setmana. Mentre que durant els dies laborables, només es permet des de les 10h a les 15h. Les bicicletes plegables podran ser transportades cada dia sense cap restricció ni cost, sempre que estiguin degudament plegades. Per a grups cicloturístics superiors a 10 viatgers cal obtenir prèviament una autorització.

En el cas dels serveis regionals de Rodalies a Catalunya, només els trens amb una àrea específica o espai suficient podran transportar les bicicletes. L'ocupació ha de permetre el transport sense molestar a cap altre passatger. En aquest servei, tots els grups de més de tres bicicletes necessitaran un permís previ per poder viatjar.

En el Tren Alta Velocitat està prohibit el transport de bicicletes excepte en departaments de modalitat familiar, és a dir, amb llits o lliteres, que es permetrà un màxim de dues bicicletes. Les úniques bicicletes que es podran transportar són les plegables, que es tindran en compte com a equipatge de mà, sempre i quan estigui plegada, desmuntada i dins de la funda i que com a molt faci 180 cm (mida semblant a una maleta).

- Transport de bicicletes per carretera

Per transportar les bicicletes amb vehicles motoritzats hi ha dues opcions: es lloga un vehicle específic de transport de bicicletes, o bé es transporta en els portaequipatges de bicicletes del cotxe.

Existeixen diversos tipus de portaequipatges: de sostre, posterior o de plataforma sobre bola d'enganxament. Es poden llogar en botigues especialitzades i alguns permeten el transport de fins a quatre bicicletes.

- Transport aeri de bicicletes

En el cas de l'aeroport de Girona, operat majoritàriament per vols Ryanair, si que es pot transportar bicicletes. La companyia obliga a les bicicletes a ser facturades i es transportaran a la bodega de l'avió. El pes màxim, en el cas de les bicicletes, és de 30 quilos i han d'estar emmagatzemades en caixes o bosses protectores. Es prohibeix el transport de bicicletes elèctriques.

4.1.2.2. Xarxes cicloturístiques de Girona

A Girona hi ha una gran varietat d'opcions pel que fa a carreteres principals i secundàries, camins i corriols per la pràctica de la bicicleta de diferents models. Les agències de viatges ho saben i programen rutes en funció de les necessitats dels ciclistes.

Aquestes rutes es poden separar amb quatre models diferents:

- El cicloturisme. El de passeig i alforges
- El cicloturisme de carretera
- El cicloturisme de muntanya.
- El cicloturisme temàtic

A continuació es presenta un ventall de carreteres i opcions per cada categoria de ciclista que visita el nostre territori. La següent informació es basa en les infraestructures expressament creades a aquest efecte, i en rutes que proposen les agències de viatges, recomanades per ciclistes professionals i locals i per l'observació de plataformes com Wikiloc o Strava, on els usuaris pugen les seves rutes o les xarxes socials com Instagram, on molts ciclistes penyen fotografies dels seus entrenaments diaris.

4.1.2.2.1. Vies per fer cicloturisme

. **Les vies verdes:** Entenem com a “Via Verda” totes aquelles infraestructures desenvolupades sobre antics trams ferroviaris, que es destinen, segons el seu reglament d’usos, a vianants, ciclistes, persones amb mobilitat reduïda o usuaris no motoritzats, amb finalitats únicament recreatives o per a desplaçaments entre centres d’activitat. El que vénen a ser, camins o corredors fàcils, segurs i agradables de recórrer en un traçat accessible i integrat en el medi natural (ConSORCI de les Vies Verdes de Girona, web).

Les vies verdes a Girona estan constituïdes per quatre trams que ofereixen una gran riquesa cultural, històrica i paisatgística per poder recórrer-la a peu o amb bicicleta:

- La **Ruta del Ferro i del Carbó:** Té un recorregut de 15km i va de Ripoll a Ogassa passant per Sant Joan de les Abadesses,
- La **Ruta del Carrilet Olot-Girona:** seguint les valls dels rius Ter, Brugent i Fluvià, passa per tres comarques i dotze pobles en els seus 54km de recorregut. Al seu pas per la Selva hi ha el centre BTT d’Amer.
- La **Ruta del Carrilet Girona-Sant Feliu de Guíxols:** unint la capital de província amb la Costa Brava. Un total de 40km on es troben els centres BTT de Quart i Castell d’Aro.
- La **Ruta del Tren Petit,** que uneix les poblacions de Palamós i Palafrugell.

Un total de 125km, que han passat de via fèrria a via verda i que permeten unir diferents punts del Pirineu i la Costa gironina transcorrent per cinc de les vuit comarques de la província. És una via fàcil, amb diferents etapes i ben senyalitzada. És ideal per a viatges de cicloturisme en famílies, amb allotjaments especialitzats per a les necessitats del client.

Una via ideal i molt utilitzada pels cicloturistes que no són professionals, sense ànims de competició i famílies, que busquen l’ús de la bicicleta en un entorn natural ideal, sense vehicles motoritzats ni grans desnivells.

. **La Xarxa EuroVelo:** La Xarxa Ciclista més gran d'Europa és l'anomenat l'EuroVelo. És un projecte a nivell europeu de la Federació Europea de Ciclistes que consisteix en 14 rutes de llarga distància pel territori europeu. L'any 2015 només es trobava operatiu un 30% dels 60.000km que tindrà la totalitat de la xarxa ciclista. L'objectiu de l'EuroVelo és el d'animar a les persones a moure's i desplaçar-se en bicicleta enlloc d'utilitzar els cotxes.

La xarxa es crea a partir de rutes ja existents o pendents de planificació dels governs regionals i estatals. Per això s'han establert unes bases per a tots els països implicats anomenada "*EuroVelo Guidelines for Implementation*" (2002).

Algunes d'aquestes condicions són:

- No disposar de desnivells superiors al 6%
- Disposar d'una amplada suficient pel pas de dues bicicletes alhora.
- Tenir un promig màxim de 1.000 vehicles motoritzats al dia.
- Estar pavimentada en el 80% de la seva longitud
- Que es trobi oberta tota l'any.

La ruta més llarga tindrà més de 8.100km (EV1: de la Costa Atlàntica) i la més curta més de 1.300km (EV15 del Rin).

Com hem comentat anteriorment, hi ha 14 rutes que es classifiquen segons si van de Nord a Sud, que són els números imparells (EV1, EV3...), i les que van d'est a oest, que són les parells (EV2, EV4...). Com que no hi havia més rutes d'est a oest, i en va sorgir una altra de nord a sud, es va decidir seguir amb la numeració. Per aquest motiu, no hi ha l'EV14 i es salta directament de l'EV13 a l'EV15.

Per la Península Ibèrica hi passen 3 rutes. L'EV1, que va des del sud de Portugal fins al nord de Noruega passant per Salamanca i Pamplona. L'EV3, que va també de Noruega fins a Santiago de Compostela. I l'EV8, la del Mediterrani, que passa per la província de Girona i que pretén unir Cadis amb Xipre, passant per 11 països i gairebé 6.000km. El tram de les comarques gironines fins a Torí ja es troba en funcionament.

En el tram de que transcorre per la província de Girona, la ruta de l'Eurovelo 8 entra per La Jonquera i tot seguint la part oriental de la ruta Pirinexus, que té continuïtat amb la ruta francesa de Via Verda Pays Pyrénées-Méditerranée, i arriba a Sant Feliu de Guíxols, on deixa la ruta Pirinexus per continuar cap a Cadis resseguint la costa. De França a Sant Feliu es troba operativa des del 2013, a partir de Sant Feliu de Guíxols encara està per construir i/o senyalitzar.

Els trams estan senyalitzats amb els cartells de la xarxa Pirinexus més els d'una bandera europea amb les dotze estrelles grogues en forma de rodona i un 8 al mig. Alguns senyals comparteixen espai amb senyalitzacions corresponents de Vies Verdes de Girona, les Vies Verdes franceses, la xarxa cicloturista de l'Empordà o la Ruta del Ter. A l'igual que la Pirinexus, el recorregut sol tenir tant carreteres secundàries poc transitades com camins de terra o vies verdes.

. **Pirinexus:** Aquesta ruta neix amb el nom de Projecte Enllaç dut a terme per tres organismes de Girona i el Sud de França (Consorti Vies Verdes de Girona, el Conseil Général des Pyrénées Orientales i el Conseil de Développement du Pays Pyrénées-Méditerrané) programat dins del Programa Operatiu de Cooperació Territorial Espanya-França-Andorra (POCTEFA). És una xarxa ciclable de 366 quilòmetres que pretén unir Girona amb el territori francès de parla catalana, potenciant la mobilitat turística sostenible i reforçant els vincles entre ambdós territoris.

La xarxa té forma d'anell i està format per 150 quilòmetres de vies verdes gironines, tant actuals com en procés de construcció, 100 quilòmetres de rutes ciclables i vies verdes franceses, i 133 quilòmetres de carrils bici repartits pel Ripollès, l'Alt Empordà i el Baix Empordà.

Operativa des del 2013, va ser declarada Millor Ruta Europea de Cicloturisme l'any 2014 per *Fiets en Wandelbeurs*, una de les fires més importants de turisme actiu i cicloturisme que té lloc a Bèlgica i on es celebra des del maig del 2015 la Pirinexus 360 Challenge, que és una cursa non-stop a través dels 366 quilòmetres de la ruta Pirinexus que surt i arriba a Girona i s'ha de completar amb menys de 20 hores.

. **Via InterCatalunya:** És un nou projecte de ruta cicloturística que permetrà unir Girona i Lleida passant per poblacions com Vic, Manresa o Tàrraga. Seran 270 quilòmetres que uniran dues capitals catalanes a través de carreteres poc transitades, vies verdes i camins rurals.

. **Xarxa cicloturista del Baix Empordà:** Un territori que ha treballat i ha potenciat molt el cicloturisme és el Baix Empordà. Aquesta comarca, a través del seu Consell Comarcal, ha creat una important xarxa de cicloturisme, aprofitant camins rurals i carreteres poc transitades. En total, disposa de més de 250 quilòmetres senyalitzats per a la pràctica de cicloturisme.

Mapa 1: Xarxa de cicloturisme del Baix Empordà

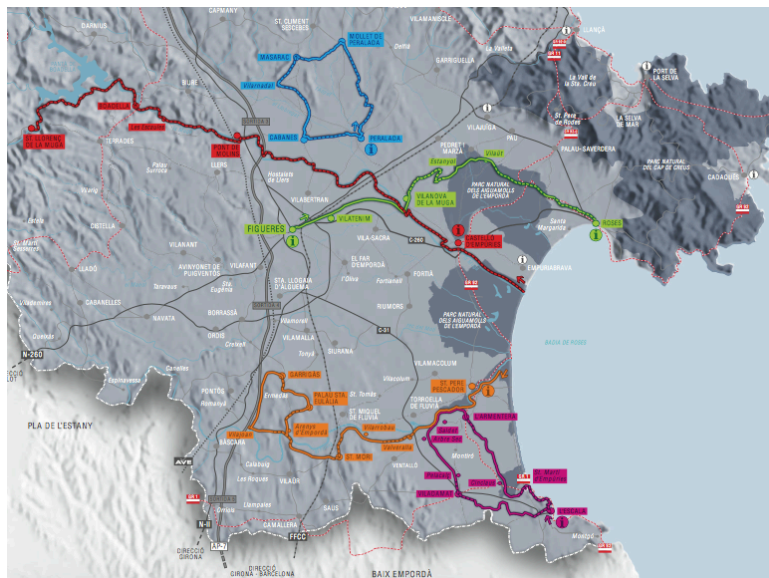


Font: Consell comarcal del Baix Empordà

. **Xarxa cicloturista de l'Alt Empordà:** L'Alt Empordà és una altra comarca que ha volgut donar valor als seus camins i a les seves vies per poder-les transitar amb bicicleta. Actualment disposen de cinc rutes per fer amb bicicleta BTT o passeig que arriben als 135 quilòmetres.

- En verd: L'eix cicloturístic Figueres-Roses. Distància: 22km. Des de Figueres fins Roses.
- En rosa: La ruta de l'Escala-Empúries el Fluvià. Distància: 23km. Al voltant de l'Escala i Empúries.
- En blau: Ruta de Peralada a la Serra de l'Altrera. Distància: 20km. Donant la volta a Peralada per Cabanes.
- En taronja: La Ruta del Fluvià. Distància: 30km. Des de Palau de Santa Eulàlia a la desembocadura del Fluvià (dins dels Aiguamolls).
- En vermell: El Camí natural de La Muga. Distància: 40km. Des de Sant Llorenç de la Muga a Empuriabrava.

Mapa 2: Xarxa de cicloturisme de l'Alt Empordà



Font: ruralgatvell.cat.

. Cicloturisme de carretera.

Pels ciclistes de carretera tenen un munt de rutes en funció de la distància, el desnivell i els objectius de cada ciclista.

Des de les agències s'ofereixen diferents tipologies de rutes, moltes extretes amb l'observació del comportament dels ciclistes locals i professionals. Aquesta modalitat ciclista, sol fer viatges amb el mateix punt de sortida i arribada, que normalment es concentra a la ciutat de Girona.

El ciclista que opta per unes rutes amb desnivells té les opcions de Sant Hilari Sacalm, els pics de Les Gavarres (Santuari dels Àngels i coll de Santa Pallaia), Rocacorba, Sant Martí de Llémna, Sant Grau, etc.

Pels ciclistes que opten per tirades llargues, poden optar en fer algun pic de muntanya però es sol concentrar més en localitats com Banyoles, Besalú, Cadaqués, Tossa de Mar, Empúries, entre d'altres. O uns dels ports més importants de la província és l'ascens a l'estació d'esquí de Vallter 2000.

. Cicloturisme amb bicicleta de muntanya.

Els centres BTT són espais oberts i de lliure accés ubicats en un entorn natural singular des d'on surten diverses rutes de bicicleta de muntanya. Aquests centres estan destinats als practicants i amants de la BTT de qualsevol nivell. Tots els Centres BTT de Catalunya han d'estar homologats per l'Agència Catalana de Turisme i les federacions catalana i francesa de ciclisme, ja que han de complir amb uns serveis mínims, com per exemple:

- Material cartogràfic de les rutes
- Informació tècnica de les rutes en diferents idiomes
- Disposar d'un mínim de 100km d'itineraris perfectament senyalitzats.
- Punt de rentat de bicicletes
- Zona d'aparcament de bicicletes
- Espai de reparació de bicicletes
- Vestuaris, serveis i instal·lacions per a ciclistes

A la província de Girona existeixen 6 Centres BTT.

- El Gironès (Quart)
- El Baix Empordà (Castell d'Aro)
- La Selva (Amer)
- El Pla de l'Estany (Porqueres)
- Salines-Bassegoda (Maçanet de Cabrenys)
- El Ripollès (Sant Joan de les Abadesses)

Pròximament s'obrirà un altre centre BTT a la Cerdanya, una de les comarques amb més rutes de BTT de Catalunya amb més de 440 de diferents nivells de dificultat i desnivells (Wikiloc). Altres rutes habituals que no formen part de cap centre BTT són la dels Àngels i la del Rocacorba.

L'ascensió al Rocacorba (970m) a través de la Vall de Llémna amb 59km i 1347m. de desnivell positiu i la ruta circular a les Gavarres amb l'ascensió al Santuari dels Àngels de 51km i 798m de desnivell positiu són les més transitades. Sant Grau, Mas Ilunés, Sant Roc, Santa Afra, Sant Climent d'Amer o el Puig d'Arques a Romanyà de la Selva també són dels llocs més destacats i més recorreguts de Girona, segons els usuaris de Wikiloc i Strava.

. Rutes de cicloturisme temàtic.

El cicloturisme temàtic fa referència a les oportunitats culturals que ofereix el territori i que és considerat un dels elements diferencial del territori. A través de l'explotació d'aquestes rutes, poden acabar de decidir a aquells indecisos de triar per l'opció Girona o inclús, pot ser un pol d'atracció complementari. Ens referim a les rutes en bicicleta pel Castell Gala-Dalí de Púbol, el museu Dalí de Figueres i la Casa Salvador Dalí - Portlligat a Cadaqués.

També totes aquelles activitats vinícoles i oleoturístiques en cellers de vins i olis de l'Empordà. O el llegat jueu de la ciutat de Girona, Besalú i Castelló d'Empúries.

Altres emplaçaments com l'entramat romànic de Sant Pere de Rodes, les fortificacions com el Castell de Sant Ferran a Figueres, l'Empordà Comtal de Sant Martí d'Empúries, Castelló d'Empúries, el poble de Peralada i les ciutats greco-romanes de les Ruïnes d'Empúries o la Ciutadella de Roses, són monuments d'alt interès cultural i arquitectònic a partir dels quals es podrien crear noves rutes tematitzades.

L'Empordà és una de les zones que més han treballat en la planificació del cicloturisme i en l'explotació d'un producte de qualitat, referent a l'estat de la xarxa i els quilòmetres de via ciclista, la senyalització, la seguretat i la varietat d'oferta d'alta qualitat. L'encant de pobles com Ullastret, Peratallada, Torrent o Monells (aquesta última s'ha donat a conèixer a un públic estranger, i també nacional arran de la pel·lícula *Ocho Apellidos Catalanes*) són atractius del territori, que fan destacar l'Empordà com un dels destins preferits pels cicloturistes.

L'agència de cicloturisme BikeCat Cycling Tours, ofereix paquets turístics combinant el ciclisme, amb allotjaments de luxe i restaurants amb Estrella Michelin. Una ruta ciclista de luxe i gastronòmica d'alta gamma, per oferir un producte de molta qualitat que es converteix en un valor diferencial d'altres destinacions per a un públic exclusiu.

4.1.3.- Climatologia

Un dels aspectes principals alhora de triar una destinació és el clima de la regió. En el cas del cicloturisme, dependrà del temps, la temperatura i la pluviometria el fet de rebre més o menys cicloturistes. Per això, és necessari comptar amb aquest punt, ja que l'activitat depèn molt del clima.

Girona es troba situada a 70m sobre el nivell del mar i té un clima generalment temperat. La temperatura anual mitjana és de 15 graus, amb temps ideal per a la pràctica esportiva de març a octubre amb temperatures mitjanes de 12 a 23 graus, segons l'Aemet (l'Agència Espanyola de Meteorologia).

A més a més, pels ciclistes de llargues distàncies, Girona disposa de la Costa Brava, on la brisa marina refresca els efectes del sol i les serralades del Pirineu, el Montseny i les Gavarres, on les temperatures al estiu també són agradables.

Font 4: Anàlisi de temperatures.

TEMPERATURES					
Altitud	Mitja anual	Mitja de màximes	Mitja de mínimes	Màxima absoluta	Mínima absoluta
72m	14,9º	23,0º	7,7º	41,2	-7,3

TEMPERATURES MÀXIMES						
Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	
15,1º	13,7º	17,3º	21,4º	26,6º	31,3º	
Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Mitjana
33,9º	30,2º	26,1º	22,2º	20,3º	17,1º	23º

TEMPERATURES MÍNIMES						
Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	
-1,1	-1,4	4,4º	5,8º	10,2º	14º	
Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Mitjana
18º	16,4º	12º	8,7º	3,5º	1,5º	7,7º

PRECIPITACIONS, HUMITAT RELATIVA I VENT				
Altitud	Precipitació anual	Humitat relativa	Velocitat mitjana	Direcció dominant
72m	541,6mm	76,00%	1,4m/s	Sud

PLOVIOMETRIA						
Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	
20,1mm	26,9mm	71,6mm	13,4mm	18,0mm	33,7mm	
Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Total
51,1mm	113,1mm	126,2mm	36,5mm	30,7mm	0,3mm	541,6mm

Font: Idescat

La humitat relativa té una mitjana de 65% i una pressió baromètrica mitjana de 753,5mmHg.

4.2. ANÀLISI POLITICO-ADMINISTRATIU

4.2.1.- Anàlisi político-administratiu

4.2.1.1. Els actors

4.2.1.1.1. Consorci Vies Verdes de Girona

El Consorci de les Vies Verdes de Girona és l'ens local encarregat de la gestió de les quatre rutes de les vies verdes que hi ha a la província de Girona: la ruta del carrilet d'Olot a Girona i de Girona a Sant Feliu de Guíxols, la de Ripoll a Sant Joan de les Abadesses i la del tren petit, entre Palamós i Palafrugell.

Va néixer l'any 2003 de la mà de la Diputació de Girona (aporta el 60% del pressupost) i els consells comarcals i municipis per on passa la via verda (que aporten el 40% del pressupost restant). A més a més dels serveis o establiments que s'hi vulguin adherir, que paguen una quota anual destinada a la promoció conjunta de la xarxa. El Consorci s'encarrega de dur a terme el manteniment i millora de la infraestructura, la promoció del seu ús i l'ampliació de la xarxa.

4.2.1.1.2. Patronat de Turisme Girona Costa Brava

El Patronat Turisme Costa Brava Girona és l'ens públic-privat encarregat de la promoció de les dues marques turístiques de Girona: Costa Brava i Pirineus de Girona. El Patronat divideix l'oferta en clubs de producte on les empreses relacionades amb el club s'associen a través d'una quota anual per participar en accions conjuntes de promoció. El sumatori de totes les quotes anuals dels associats representen un 50% del pressupost del club, aportant el Patronat el mateix import per complementar la quantitat final.

En el Club de Màrqueting Natura i Turisme Actiu hi trobem el cicloturisme, acompanyat de molts altres sectors com el turisme esportiu, l'ecoturisme, el turisme nàutic, el senderisme, l'esquí, etc. Cada club té un Pla d'Acció per promocionar els diferents sectors. L'apartat del cicloturisme agrupa tots els agents que col·laboren amb el Consorci Vies Verdes, així com establiments hotelers i agències especialitzades de Girona.

Algunes de les actuacions de comunicació que fa aquest Club són la participació en fires, publicitat en revistes especialitzades, edició de material gràfic, organització de blog-trips, fam-trips i workshops, així com disposar d'un banc d'imatges, vídeos, etc. que s'utilitzaran en les diferents accions.

Algunes accions promocionals pel cicloturisme realitzades pel patronat són:

1. Col·laborar amb esdeveniments esportius (Pirinexus, Terra de Remences, Gran Fondo i l'Ultra BTT)
2. Acció d'homenatge a ciclistes professionals amb residència a les comarques gironines.
3. Edició d'un nou fulletó de cicloturisme, vies verdes i BTT.
4. Workshops entre clubs, federacions i operadors especialitzats a Alemanya, França i Benelux.

Així com les accions que destini al club de Turisme Actiu i Natura, al qual també pertany el cicloturisme, com participacions a fires especialitzades, viatges de familiarització o viatges de premsa.

4.2.1.1.3. Ajuntament de Girona

Des de l'Ajuntament s'està apostant cada vegada més per desenvolupar la bicicleta a Girona com a element de mobilitat. Després de ser declarada Destinació de Turisme Esportiu, intenta preparar la ciutat per l'arribada d'esportistes, entre els quals una part important seran ciclistes. Una prova evident de que des del municipi aposten per la bicicleta, és l'augment dels carrils bicicleta que hi ha hagut en els darrers anys.

- 2009. Des de Salt fins a La Creueta per unir les Vies Verdes d'Olot a Salt i de Girona a Sant Feliu.
- 2011. Des de Plaça Prudenci Bertrana de la Devesa al Centre Cívic Ter de Tàlala. Es van instal·lar dues estacions de Girocleta al principi i final del tram.
- 2014. Es va activar el carril bici entre l'Hospital Josep Trueta i l'Avinguda Ramon Folch.

L'any 2015 la ciutat va rebre subvencions provinents de la taxa turística i les destinà a la creació de nous carrils bici urbans. L'objectiu era el de desestacionalitzar i descentralitzar l'oferta turística de la ciutat. Segons Joan Alcalà, regidor de Mobilitat de l'Ajuntament de Girona, es pretén unir la ciutat de nord a sud i d'est a oest amb carrils bici i millorar-ne la seguretat dels usuaris.

Des de l'Ajuntament es busca ampliar la connexió de la xarxa ciclista urbana amb les rutes cicloturístiques que passen per la ciutat com són la Pirinexus, la Via Verda i la Ruta del Ter.

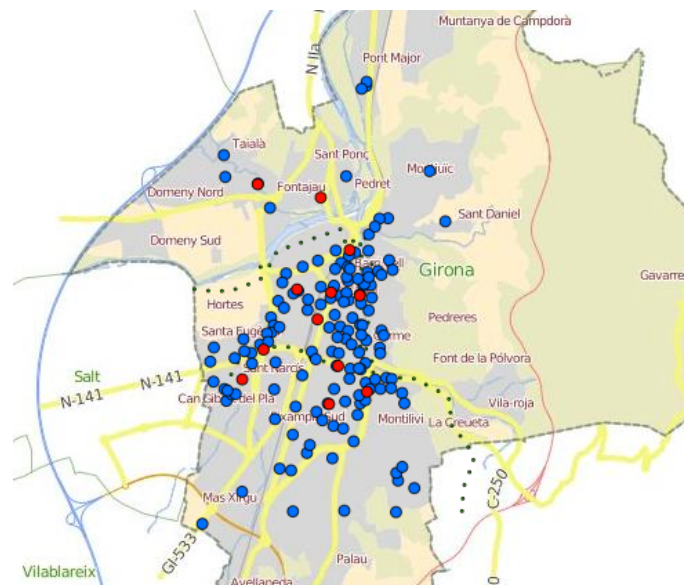
Durant el 2016 s'estan realitzant sis trams d'actuació que permetran arribar al Barri Vell i l'estació de trens i autobusos des del nord i el sud de la ciutat sense interrupcions. Els sis projectes que s'han començat a construir són:

- Carril bici des del Carrer Santa Eugènia al Carrer Nou per la Plaça Marquès de Camps. Objectiu: connectar l'estació de trens i autobusos amb el Barri Vell. (150m.).
- Carril bici des de Plaça Poeta Marquina fins al pont de Pedret per sota el viaducte del tren. Objectiu: connectar l'estació de trens i autobusos amb la part nord de la ciutat (per on passen les rutes cicloturística del Ter o del Carrilet). (1'1km).
- Carril bici als sectors de Pedret i Sant Joan Bosco. Des de l'avinguda Josep Tarradellas fins a Pedret. (2'3km).
- Carril bici Pont Major al Pla de Campdorà: Enllaçarà el barri de Pedret i Pont Major amb Campdorà a través d'una via verda. (1'1km.).
- Carril bici al parc Central de Girona entre el passeig d'Olot i la carretera de Santa Eugènia. (500m.).
- Carril bici al carrer Oviedo, des del carrer de Josep Maria Gironella fins a la plaça de Salt. (1'1km.).

Girona compta actualment amb una xarxa pedalable de 26'9 quilometres.

- 13'2 de vorera
- 6'4 en calçada
- 2'5 en camí pedalable
- 2'1 de calçada compartida (sharrows)
- 1'5 vorera compartida
- 1'2 carril bus bici taxi.

Mapa 3: Plànol dels punts d'aparcaments per a bicicletes a Girona.



Font: girocleta.cat

Disposa de més de 130 pàrquings per a bicicleta (marcats amb puntet blau) i 16 estacions de Girocleta.

El servei de lloguer de bicicletes de Girona va registrar 1300 lloguers al dia, una punta de circulació de 143 bicicletes alhora i es van superar els 2.000 usuaris actius a Girona, el dia mundial de la bicicleta (el 19 d'abril) del 2016, segons les últimes dades de l'Ajuntament.

L'Ajuntament, juntament amb altres associacions i entitats ciclistes, són els encarregats de dur a terme les campanyes de mobilitat segura com: "A Girona pedalem amb civisme", "Respecte a les bicis, la calçada és per tothom" i "Ciclista a la vista! A Girona, pedala segur".

4.2.1.1.4. Associació de ciclistes Mou-te en Bici.

L'Associació Mou-te en Bici és una entitat privada i no és cap ens de gestió de la bicicleta a Girona, però sí que és un actor a tenir en compte per la seva estreta col·laboració amb el sector públic. És una plataforma d'usuaris, particulars, entitats i associacions sense ànim de lucre constituïda l'any 1996. El seu objectiu és el de treballar per potenciar la bicicleta com a mitjà de transport respectat i promogut a la ciutat i fora d'ella.

És una entitat que, a part de promoure i oferir millores pels ciclistes, realitza activitats pels usuaris, organitzen xerrades i actes formatius i lúdics i participa activament en els esdeveniments de la ciutat relacionats amb la bicicleta.

Un esdeveniment promocional creat per Mou-te en Bici, juntament amb l'Associació de Naturalistes de Girona i l'Oficina Verda de la UdG va ser la Girona Cycle Sexy que pretenia promocionar la bicicleta com element de transport atractiu, còmode i ràpid.

4.3. ANÀLISI DE L'OFERTA

4.3.1 Agències de viatges

Bike Breaks

Agència fundada fa 7 anys per una holandesa i un neozelandès que són ex-ciclistes professionals que es van instal·lar a Girona fa molts anys. Ofereixen productes combinats amb tot tipus de bicicleta, en especial de carretera. Treballa amb mercats de tot el món des de l'australià i el neozelandès, el nord-americà i el britànic i l'holandès.

BikeCat

Agència fundada fa 10 anys que es dedica íntegrament als viatges amb bicicleta de carretera oferint tot tipus de productes a mida. Ofereix la possibilitat de crear un paquet turístic amb activitats complementàries com elaboració de vins, ruta daliniana o ruta pels restaurants amb estrella Michelin. Treballen majoritàriament amb operadors turístics nord-americans.

Campo Bicicleta

Empresa fundada l'any 2013 especialitzada en oferir "training camps" tant amb bicicleta de carretera com també amb BTT. Els seus productes no es combinen amb altres activitats, sinó que es limiten a preparar estades d'entrenament per a ciclistes amateurs, semi-professionals i professionals pel territori gironí. Treballa principalment amb els mercats holandès i britànic.

Cicloturisme i Medi Ambient

És l'agència de viatges especialitzada en cicloturisme més antiga de la ciutat i va ser una de les pioneres a Catalunya, diu Eduard Kischner, el seu director actual. L'agència fa 20 anys que treballa amb productes de cicloturisme de tot tipus. Destaca pel cicloturista de passeig i el turista esportiu de bicicleta de carretera. Va dirigit a un mercat espanyol, tot i que els seus clients provenen també del nord d'Europa i d'Amèrica.

4.3.2.- Establiments hotelers especialitzats en cicloturisme

Amb la declaració de Girona com a Destinació de Turisme Esportiu, algun dels establiments hotelers de la ciutat de Girona, per voluntat pròpia, han decidit adaptar-se a la normativa de la DTE per preparar el seu allotjament amb tots els serveis necessaris pels ciclistes. La llista d'hotels de Girona capital que han accedit a acceptar les normatives i a convertir-se en un establiment especialitzat en ciclistes són:

Font 5: Establiments i habitacions especialitzats en cicloturisme

Establiment	Número d'habitacions
Hotel Doble Tree by Hilton	115
Hotel Ibis	115
Hotel Ultonia	114
Hotel Melià	111
Hotel Carlemany	89
Hotel AC Palau Bellavista	74
Hotel Peninsular	48
Hotel Ciutat de Girona	44
Hotel Llegendes	15
TOTAL	725

Font: Pròpia

En total, els cicloturistes disposen de 725 places hoteleres a la ciutat de Girona, repartits en 10 allotjaments hotelers diferents.

Segons l'Àrea de Desenvolupament i Promoció de la ciutat, Girona disposa de 21 establiments d'allotjament hoteler amb 2.061 places d'allotjament. Dins d'aquest nombre no es té en compte les places d'apartaments turístics i de pisos sense llicència que podria fer engreixar la xifra fins el doble de capacitat.

4.3.3.- Establiments de restauració

Centre Biker Girona

És un punt de trobada per a ciclistes a Girona. Fa la funció de botiga, taller i bar cafeteria. En aquest establiment es pot comprar des dels últims complements i accessoris per a ciclistes fins a prendre un cafè i un croissant mentre t'arreglen la bicicleta. És un centre social per a ciclistes i un punt de reunió per a molts, gràcies en part a l'ampli horari de servei que ofereixen, per a poder complir amb els horaris dels ciclistes.

La Fàbrica

Seguint la tendència d'altres ciutats europees, l'any 2015 es va establir a Girona el primer ciclocafè. La cultura ciclista i la cafetera van molt lligades i ha estat un ciclista professional el que ha decidit dur a terme la idea d'una cafeteria ambientada en el ciclisme. Aquesta cafeteria temàtica, que serveix per atraure a usuaris de la bicicleta i també als no usuaris, s'ha convertit en una atractiu més a la ciutat de Girona.

4.3.4.- Distintius de qualitat

RES'PIR

És un procediment de qualitat desenvolupat per l'Ajuntament de Girona des de l'any 2011 al 2015 amb l'objectiu de crear una oferta de turisme actiu i sostenible a la ciutat de Girona i rodalies amb col·laboració de la regió francesa de l'Ariege. La regió francesa va aportar el *know-how* referent a la conservació

del medi ambient en el desenvolupament turístic mentre que l'Ajuntament gironí va aportar el seu granet de sorra en matèria de màrqueting i comercialització turística. La intenció era formar els professionals del sector per garantir la qualitat dels serveis i el seu compromís sostenible.

Destinació de Turisme Esportiu - DTE

El passat mes de juliol del 2015, la ciutat de Girona va ser certificada per l'Agència Catalana de Turisme com a Destinació de Turisme Esportiu (DTE). Aquest segell reconeix que la destinació té una oferta de recursos i serveis d'alta qualitat, instal·lacions esportives, allotjaments adaptats i serveis especialitzats per a esportistes professionals o turistes que vulguin practicar activitats esportives durant la seva estada.

Girona s'ha acollit a la modalitat "Multiesports" que consta d'un grapat d'especialitats esportives com són: el "running", el ciclisme (carretera i BTT), la natació, l'atletisme i el tennis.

Amb la certificació de DTE, Girona ha fet un pas més enllà després d'adaptar els seus allotjaments, la seva oferta i els seus serveis turístics a les necessitats dels esportistes. El reconeixement per part de l'Agència Catalana de Turisme juntament amb els equips i esportistes professionals que hi viuen, atrets per l'encant del seu territori, la qualitat dels seus serveis i d'infraestructures esportives, han ajudat al posicionament de la ciutat en l'àmbit esportiu. A més a més, Girona disposa d'una àmplia oferta complementària amb atractius patrimonials, cuina d'alta gastronomia i bona climatologia tot l'any.

Banyoles i Pla de l'Estany és una DTE especialitzada tant en Ciclisme de carretera com en bicicleta de muntanya. Pels amants de la bicicleta hi ha vies asfaltades, bona comunicació i un trànsit moderat, amb diferents desnivells i diferents recorreguts cap a la Garrotxa i Pirineus o l'Empordà i la Costa Brava. Pels amants de la bicicleta de muntanya, també hi ha un Centre BTT de Catalunya amb informació, assistència tècnica i des d'on surten 10 rutes diferents amb un total de 252km de recorregut senyalitzat. És a Banyoles on cada any es celebra la Copa Catalana BTT, a banda d'altres curses.

Lloret és una DTE especialitzada més en BTT gràcies al seu Centre BTT de Catalunya amb una àmplia varietat d'itineraris separats amb diferents graus de dificultats i llargada. Disposen de 8 rutes i més de 120km de distància.

Bed&Bike

Des del Consorci Vies Verdes de Girona s'ha creat un distintiu anomenat Bed&Bike, que garantitza un servei de qualitat pel cicloturista. L'objectiu és donar un bon servei al turista que ens visita amb la bicicleta o per fer una activitat amb aquest mitjà, ja sigui d'oci o competitiva. Després d'una avaluació de necessitats dels turistes, es pretén que el ciclista trobi totes les facilitats per a que tingui una estada agradable i tranquil·la.

El distintiu de qualitat de Bed&Bike és pels serveis turístics, ja siguin establiments d'allotjament o de restauració, associats a les Vies Verdes. És un mètode d'homologació dins dels estàndards europeus, implantats a altres països d'Europa, emissors de cicloturistes habituats a trobar establiments preparats per l'acollida dels turistes amb bicicletes i que li donen el servei que busquen.

Per a l'obtenció del distintiu, hi ha uns requisits mínims que hauran de complir tots els establiments:

Pel que fa als **allotjaments** (hotels, hostals, albergs i càmpings) els requisits són els següents:

- Criteris mínims:
 - Poder contractar l'allotjament per una sola nit.
 - Tenir un lloc segur per guardar les bicicletes.
 - Proporcionar informació turística de cicloturisme i horaris de transport.
 - Disposar d'un conjunt bàsic d'eines de reparació gratuït.
 - Poder rentar i assecar la roba i l'equipament del ciclista.
 - En el cas dels càmpings, no es cobra per bicicleta.

· Criteris opcionals:

- Oferir informació sobre tallers de reparació propers.
- Proporcionar servei de transport als clients.
- Vendre o regalar mapes amb rutes ciclistes locals i regionals.
- Disposar d'un conjunt propi de bicicletes de lloguer de bona qualitat.
- Possibilitat de transportar l'equipatge des de l'anterior o fins el pròxim allotjament.
- Possibilitat de reservar plaça la nit següent a un altre allotjament Bed&Bike.
- Subministrar peces de recanvi importants.
- Preparació de paquets de menjar per emportar (pícnic)
- Disposar d'un llibre de visites amb experiències de cicloturistes a la zona.

En el cas dels càmpings, hi ha més criteris opcionals:

- La zona de ciclistes ha d'estar separada de la resta de clients.
- La superfície ha de ser d'herba, plana i horitzontal.
- Tenir vista del lloc per les bicicletes des de la botiga.
- Tenir una zona de descans amb taules i estar cobert.
- Poder fer ús de totes les instal·lacions per cuinar.
- Poder llogar tendes de campanya, caravanes o bungalows.
- Disposar d'un conjunt propi de bicicletes de bona qualitat pel lloguer.
- Possibilitat de carregar la bateria de les bicicletes elèctriques.

Referent als **establiments de restauració**: restaurants i bars.

· Criteris mínims:

- Lloc per les bicicletes, controlat per un supervisor o un lloc tancat amb clau per les bicicletes i l'equipatge, totalment gratuït.
- Disposar d'un conjunt d'eines de reparació de bicicletes gratuït.
- Oferir una selecció de begudes adequades per a ciclistes (sucs de fruita, te de fruita o te d'herbes) amb un preu inferior al d'una cervesa.
- Sempre tenir un àpat calent disponible durant les hores d'obertura

- Poder consultar o adquirir mapes de cicloturisme de la zona i els horaris d'autobusos i trens.
 - Disposar d'un conjunt de primers auxilis.
- Criteris opcionals:
- Oferir informació d'un taller de reparació de bicicletes proper, per a reparacions més importants.
 - Oferir (com a mínim) un plat de menjar integral i un plat vegetarià.
 - La carta ha d'incloure plats tradicionals de la zona.
 - Tenir un ampli horari d'obertura.
 - Permetre el recarregar la bateria de les bicicletes elèctriques.
 - Disposar d'instal·lacions per assecar la roba i l'equip.
 - Oferir l'opció de subministrar peces de recanvi més importants.
 - Possibilitat de que els clients puguin consultar la llista d'establiments Bed&Bike de la zona.
 - Preparar paquets de menjar per emportar (pícnic).
 - Tenir un llibre de visites amb experiències de cicloturistes de la zona.

Per a obtenir aquest distintiu cal ser membre del Club d'Agents Econòmics de les Vies Verdes de Girona, o el que és el mateix, pagar una quota anual que s'anirà renovant any rere any. Per facilitar la situació d'aquests establiments als cicloturistes, el consorci disposa d'una base de dades amb tots els establiments acreditats.

Bikefriendly

El Bikefriendly és un segell de qualitat pioner a Espanya, que certifica allotjaments turístics per ciclistes i empreses "amigues de la bicicleta".

És a dir, tots els establiments amb la distinció Bikefriendly disposen d'uns serveis estandarditzats que responen de manera òptima a les necessitats específiques dels ciclistes. Totes les empreses amb aquest segell són llocs de benvinguda per les bicicletes i ofereixen els serveis bàsics pel ciclista. Dins de Bikefriendly existeix un subsegell anomenat "Special Seven", que s'atorga als allotjaments més específics de cicloturisme.

4.3.5 Esdeveniments ciclistes a Girona.

Aquests esdeveniments atrauen a un bon nombre de cicloturistes, tant passius que vénen a observar les diferents proves, com cicloturistes esportius que participen en aquest tipus d'esdeveniments.

Pirinexus 360 Challenge

Cursa Non-stop de 347 quilòmetres per la ruta Pirinexus. Amb sortida i arribada a Girona, transcorre les Gavarres, la Costa Brava, el Cap de Creus, una part de la Catalunya francesa, els Pirineus per tornar a Girona, en menys de 20 hores.

Girona Gran Fondo

Esdeveniment ciclista de 125 quilòmetres, organitzat per l'agència de viatges BikeBreaks en el marc de la setmana del ciclisme a Girona, on es realitzen altres proves. Amb sortida i arribada a Girona, recorre els punts més emblemàtics de la província de Girona i aglutina més d'un centenar de participants.

Girona MTB Challenge

Cursa de bicicleta de muntanya de més de 100 quilòmetres i 2.500 metres de desnivell positiu que atrau desenes de participants a la ciutat de Girona. Amb sortida i arribada a la capital del Gironès, s'endinsa per camins i senders de les comarques veïnes.

Pujada Cronometrada

Com la Girona Gran Fondo, dins del Girona Cycling Festival organitzat per BikeBreaks, la pujada cronometrada és una cursa de 10 quilòmetres amb bicicleta de carretera que tracta de pujar al Santuari dels Àngels i atrau centenars de participants.

Volta Ciclista Catalunya

Esdeveniment de ciclisme de carretera professional més important de Catalunya, amb participants del més alt nivell mundial que atrau milers de

seguidors cada any i alguna de les etapes transcorre per Girona capital i Girona província.

Bici Trail Ter

Anomenat també el Repte del Ter, els participants a aquesta cursa segueixen el circuit del riu Ter amb bicicleta de muntanya. La sortida és a l'estació d'esquí Vallter 2000 i l'arribada a Torroella de Montgrí, on desemboca el riu. Una prova de 205 quilòmetres de distància que es celebra el primer cap de setmana de juny.

4.3.6.- Accions promocionals

4.3.6.1. Accions des del sector públic

Girona Bike World – Congrés Internacional de la Bicicleta.

La Fira de *Girona Bike World* es va celebrar per primera vegada l'any 2015 a la ciutat de Girona coincidint amb el Congrés Internacional de la Bicicleta. L'objectiu de l'esdeveniment és promoure i millorar el sector de la bicicleta donant a conèixer les oportunitats del sector de la bicicleta. L'esdeveniment està organitzat per Fira de Girona, el Patronat de Turisme Girona Costa Brava i el Consorci de les Vies Verdes de Girona amb el suport de l'Ajuntament de Girona i la Diputació de Girona. Segons aquests últims, començarà essent una fira bianual i s'espera que pugui anar creixent al llarg dels anys. La propera cita serà el 2017.

4.3.6.2. La promoció i comunicació dels ciclistes a Girona

En aquest apartat del treball ens centrem en realitzar un estudi en termes de comunicació que realitzen algun dels professionals residents a la ciutat de Girona i que serveixen i actuen com a prescriptors pel territori. Cada vegada amb els avenços de la tecnologia és més fàcil saber què estan fent els teus ídols, treballadors o companys de professió a través de les xarxes socials, i el cert és que el perfil de ciclista professional jove, tecnològic i curiós que hi ha avui en dia, és una gran oportunitat pel que fa al posicionament del turisme a la ciutat.

4.3.6.2.1. Ciclistes professionals

A la foto es pot veure en **Ryder Hesjedal**, fent publicitat de les carreteres de Canet d'Adri, setmanes abans de l'inici del Tour de França. Amb més de 1.000 M'agrades, i amb 13.000 seguidors. El ciclista canadenc de l'equip Trek-Segafredo és un vell conegut de la ciutat i els voltants de Girona, on hi fa llargues temporades. A la imatge es pot veure al contrarellotgista i escalador preparant la prova més important del campionat ciclista, als voltants de Girona, en concret pels voltants de Canet d'Adri.

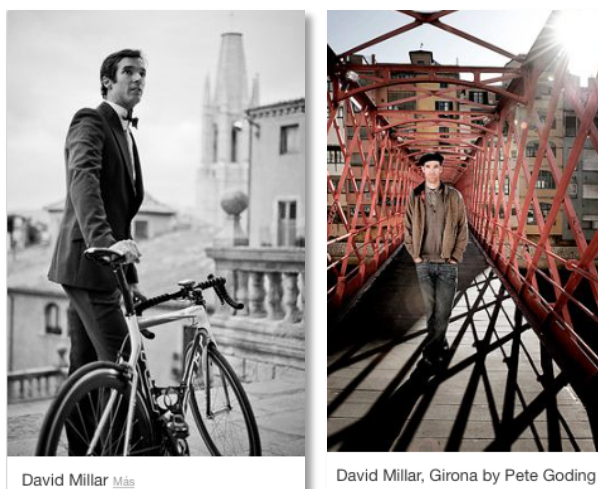


Imatge 1: Ryder Hesjedal.
Font: Instagram

Un dels homes més importants pel que fa a la relació del ciclisme professional i la ciutat de Girona és en **David Millar**. L'exciclista escocès, nascut a Malta, amb residència a Cornellà de Terri, s'ha convertit en un dels principals ambaixadors ciclistes de la ciutat. Millar va optar per un altre mètode de promoció, protagonitzant un curtmetratge amb The Col Collective, anomenat Rocacorba with David Millar – Cycling Inspiration & Education. El documental va ser visualitzat 30.000 vegades en tan sols un mes.

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

A les fotos que es mostren a continuació, es poden visualitzar alguns dels nodes més importants de la ciutat com són el Pont Eiffel o la Església de Sant Feliu des de les escales de la Catedral. Millar transmet a través de les fotos l'estreta relació entre la ciutat i el ciclisme.



Imatge 2: David Millar.
Font: Pinterest.com

La bicicleta de **Christian Meier**, mentre fa publicitat de la seva cafeteria ubicada al Barri Vell de Girona. Amb 400 M'agrada i 6.000 seguidors. És una forma indirecta de fer publicitat de la ciutat a través de la bicicleta. La gastronomia i el cafè són dos elements importants per a la realització de proves i Meier ho ha sabut aprofitar. Ell fa promoció dels seus locals, que juntament amb l'ambientació ciclista de les seves cafeteries i així com els "hashtags" i comentaris referents a la ciutat, situen Girona indirectament com un lloc ideal per la gastronomia i la vida quotidiana del ciclista.



Imatge 3: Espresso Mafia (Girona).
Font: Instagram

Meier va fundar La Fabrica, una cafeteria amb un ambient ciclista i basada en una carta d'esmorzar per a ciclistes amb carbohidrats i làctics però sobretot Cafè i té.

Després de l'èxit l'any 2015, pel primer aniversari de La Fàbrica, va fundar l'Espresso Mafia (a la imatge). A banda de promocionar els

seus negocis, és molt actiu a les xarxes socials. També, penja fotografies dels llocs per on entrena amb els companys d'equip i amb l'equip amateur que ha fundat, anomenat La Fabrica Team, amb ciclistes prometedors de la



Imatge 4: Christian Meier.
Font: Instagram

província de Girona. En la següent foto podem veure'l entrenant per Sant Martí Sacalm, sempre amb els "hashtags": #gironamysportcity #girona #cycling

Amber Meier, parella de Christian Meier, no és ciclista, però n'és amant i a través de les xarxes socials s'ha convertit en una gran difusora de les seves aficions, tal i com es defineix ella en el seu instagram: "I love travel, good food & rooftop terraces" sempre amb una Girona de fons. A la imatge la podem veure passejant per la Vall de Sant Daniel.



Imatge 5: Amber Meier
Font: Instagram

També **Jan Frodeno**, un triatleta alemany, medallista olímpic i campió del l'Ironman de Hawaii, viu a Girona i s'entrena a les muntanyes, camins i piscines de la capital gironina. A la imatge el podem veure entrenant per les Vies Verdes de Girona. La fotografia té a prop de 4.500 M'agrada.



Imatge 6: Jan Frodeno.
Font: Instagram

A l'igual que altres esportistes d'elit gironins, també s'entrena a les instal·lacions del Cenit, SportCat i el GEIEG. El passat 2015, va publicar una imatge cedint el premi de l'Ironman de Hawaii (una flama) al centre Cenit de Girona. Un centre d'alt rendiment esportiu de la ciutat, capitanejat per l'exnadador, Brenton Cabello. Aquesta acció, pot tenir repercussions a nivell mundial.

Daniel Martin, el ciclista irlandès que viu a Girona, és un dels pioners en reivindicar la capitalitat de Girona en el ciclisme internacional i mostra la seva integració parlant català i defensant el dret a decidir.



Imatge 7: Daniel Martin
Font: Diaridegirona.cat

El més conegut com a Dan Martin, dóna les claus per l'atracció de ciclistes internacionals a Girona: l'oferta, la gastronomia, els accessos i les infraestructures de la ciutat i l'efecte mirall, amb avantatges de viure rodejats de ciclistes de parla anglesa coneixedors de la ciutat i el territori.

Ell fa servir unes eines de publicitat, basades en workshops sobre el territori convidant a amics i companys a conèixer la ciutat i les carreteres de Girona, en primera persona.

Robert Gesink, ciclista holandès del Lotto NL-Jumbo viu a Girona des de 2009. És un ciclista molt actiu a Twitter, Instagram, Pinterest i a la seva pàgina web: www.robertgesinkofficial.com. Però fa servir un altre mètode publicitari molt efectiu: les aplicacions mòbils.

En les imatges que es mostren a continuació podem veure els entrenaments que fa diàriament a través de l'aplicació Strava i que adjunta cada dia a la seva pàgina web. Entre les dades de l'entrenament es poden veure: els quilòmetres, el temps, la velocitat i el recorregut amb els seus intervals de temps i velocitats (ambdues fotografies són del dia 2 de juliol de 2016). També podem veure fotos a lloc emblemàtics de Girona, com la que veiem en la imatge del pont de pedra amb les cases de l'Onyar i la Catedral.

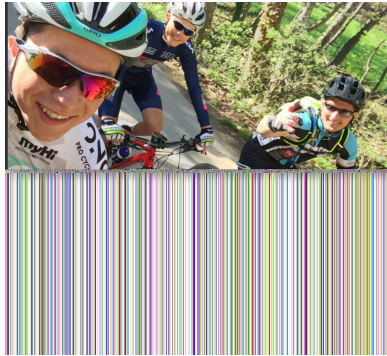


Imatge 8: Robert Gesink
Font: Instagram



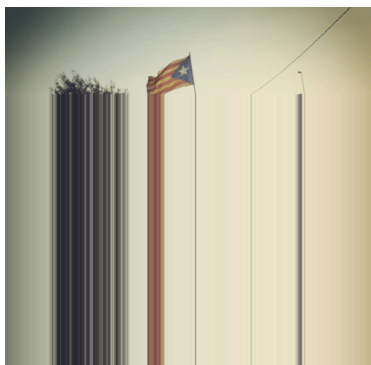
Imatge 9: StravaApp de Robert Gesink
Font: robertgesinkofficial.com9

Tom Baylis, una jove promesa britànica del ciclisme mundial, treballa molt amb el seu blog personal: <https://tombaylisblog.wordpress.com> i és molt actiu a Strava, on penja tots els entrenaments i rutes que realitza. Com es veu en el text que ell mateix escriu a la imatge, parla sobre el temps, la gastronomia i la geografia de Girona, rodejat d'altres companys i amics ciclistes.

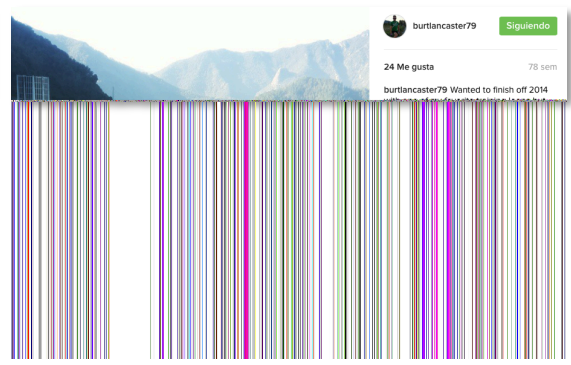


Imatge 10: Tom Baylis.
Font: tombaylisblog.wordpress.com

Brett Lancaster, corredor australià de l'ORICA-GreenEdge, va protagonitzar el vídeo presentació del seu equip, a la ciutat de Girona. Instal·lat també a Girona, és un habitual de compartir els entrenaments i els llocs per on li agrada entrenar a través d'Instagram, Twitter i Pinterest. Ell aposta per imatges en rutes típiques per on solen passar els ciclistes com són Susqueda o Banyoles.



Imatge 11: Brett Lancaster
Font: Instagram



Imatge 12: Brett Lancaster II
Font: Instagram



Imatge 13: Jose Antonio Hermida
Font: e-mtb.com

Un dels representants ciclistes espanyols més reconeguts de les últimes dècades, **José Antonio Hermida**, és el ciclista de Mountain Bike més important d'Espanya, en la modalitat camp a través. És un dels ambaixadors del territori gironí on hi passa llargues temporades per la preparació dels campionats. Medalla de Plata als JJOO d'Atenes 2004, quatre vegades campió del món i tres

vegades campió d'Europa són alguns dels premis obtinguts al llarg de la seva trajectòria.

És un personatge important i actua com ambaixador del ciclisme de muntanya, per atraure a aquest segment de ciclistes.

Un altre gironí olímpic, **José Antonio Escudero** viu i s'entrena diàriament a les carreteres del Gironès i és una imatge reconeguda a arreu del món i molt important per la ciutat. El ciclista en pista gironí, està especialitzat en proves de velocitat i en la disciplina *keirin*. Amb quatre jocs olímpics i una medalla de plata va ser un dels millors en la seva modalitat. L'any 1995 va aconseguir el Rècord del Món en la prova del Quilòmetre contrarellotge, entre altres premis i guardons. Actualment és el seleccionador de ciclisme de Veneçuela.



Imatge 14: Jose Antonio Escudero
Font: lavozdegalicia.com

George Hincapie i **Floyd Landis**, dos homes molt coneguts al món del ciclisme i habituals durant la seva millor època, a Girona, van compartir carrera amb Lance Armstrong, també van allotjar-se a Girona. Juntament amb un altre il·lustre del ciclisme, **Christian VandeVelde**. Aquest últim va ser el creador de la rutina que avui porta el seu nom: la Rutina VandeVelde. Aquesta consta de prendre un cafè matiner en una cafeteria del Barri Vell de Girona abans d'una ruta per Olot, Les Gavarres o la Vall de Llémna. El canadenc amb residència a Girona, on hi passa llargues temporades i on es prepara per les fites més importants de l'any, se'l pot veure entrenant per les Gavarres o pics com el Rocacorba dies abans de les proves del Giro d'Itàlia o el Tour de França.

Roberto Heras, un dels ciclistes més importants del panorama espanyols en els darrers anys, guanyador de quatre *Vuelta España* y un guanyador del Giro d'Itàlia, va entrenar-se a la capital gironina durant temporades per a la seva preparació.

4.3.6.2.2. Els equips professionals instal·lats a Girona

En primer terme hi ha l'ORICA-GreenEDGE. L'equip porta molts anys a la ciutat. L'any 2013, va penjar un vídeo de Girona a través del seu canal de Youtube: ORICA BikeExchange, anomenat My Piece of the World – Girona, on presentava la ciutat, des de la cultura fins als restaurants més populars de Girona. El vídeo té 35.000 visualitzacions i surten tots els ciclistes explicant com es viu a la ciutat. També el vídeo anomenat GreenEDGE Backstage Pass – Girona Training Camp amb més de 25.000 visualitzacions.



Imatge 15: Maillot
Orica
GreenEDGE
Font: Orica-
GreenEDGE

El Garmin és l'altre equip amb seu a Girona. Des de l'any 2009 els corredors d'aquest equip estan instal·lats a Girona, on realitzen els entrenaments per la província de Girona. Nombrosos corredors, membres de l'equip i la mateixa marca d'elements tecnològics, han penjat vídeos a internet sobre els seus entrenaments, curses i hàbits de vida a la ciutat de Girona.



Imatge15:
Maillot de Garmin.
Font: Garmin

El vídeo més espectacular és el que transcorre entre un paisatge americà i un paisatge gironí. Es tracta de promocionar els productes de Garmin, però el rere fons i el territori és de Girona, Port de la Selva, Cadaqués, etc.

<https://www.youtube.com/watch?v=0NTHLHq0f3Q>

Veiem doncs que actualment hi ha un bon nombre de prescriptors que de manera espontània estant fent difusió de Girona com a destinació per la pràctica de la bicicleta de carretera i, en menor mesura, de la bicicleta de muntanya. Cal tenir en compte aquest potencial comunicatiu.

4.4. ANÀLISI DE LA DEMANDA

S'ha fet referència al perfil de la demanda dins del marc teòric amb el perfil i les característiques dels visitants.

Els mercats principals és l'Europeu: França, Regne Unit i Benelux. Tot i que també hi ha un gruix important de Canadencs, Americans i Australians.

La demanda de cicloturisme té cada vegada menys estacionalitat. Des del febrer fins el novembre es poden veure ciclistes per les carreteres des de l'Empordà fins els Pirineus, en busca d'entrenaments, paisatges, platges o muntanyes. L'augment de demanda més significatiu en els darrers anys és en la modalitat de la cicloturisme amb bicicleta de carretera, que segons les agències de la ciutat ha crescut més d'un 200% des del 2009.

Una de les preocupacions del sector és fins quan durarà el creixement de ciclistes. Un 30% dels cicloturistes que visiten Girona, segons Cicloturisme i Medi Ambient, són dels països del nord d'Europa i nord-americans i tenen més de 60 anys. Aquests van començar finals de la dècada dels 90 amb 30 i 40 anys, mentre que els joves d'aquestes edats, dels principals països emissors ja no vénen. El sector està pendent del canvi generacional de la demanda, comenta l'Eduard, responsable d'una agència de cicloturisme.

Les agències receptives locals i els touoperadors nacionals tracten d'atraure un turista estranger, on la pràctica del cicloturisme i la cultura ciclista es troba més desenvolupada. Agències com BikeCat o BikeBreaks tenen el seu client gairebé del 100% en ciclisme de carretera i s'adrecen a mercats internacionals. Es treballa amb operadors turístics principalment americans i canadencs i del nord d'Europa i Austràlia seguidament.

El client sol venir en grups reduïts, d'un alt nivell adquisitiu i d'edat mitjana (40-50 anys) buscant allotjaments especialitzats, infraestructures ciclistes i gastronomia de qualitat.

4.5. ANÀLISI DE LA COMPETÈNCIA.

Arrel de les entrevistes realitzades amb diferents agents relacionats amb el ciclisme a Girona, podem concloure que la competència en el mercat del turisme en bicicleta és molt relativa. El que busca el cicloturista en un destí és bon temps i una oferta especialitzada. Per tant, aquí s'hi poden incloure moltes destinacions de la Mediterrània, on el temps acompanya gran part de l'any i l'oferta hotelera és àmplia i especialitzada.

A molts països del centre i nord d'Europa hi ha una gran cultura ciclista entre els seus ciutadans. La bicicleta és concebuda com un dels elements de transport més potents i les ciutats estan preparades amb grans infraestructures ciclistes. La conscienciació social i el medi ambient també hi són presents d'una altra manera.

Pel que fa al clima, són països freds i plujosos. Durant l'any els seus habitants utilitzen la bicicleta per desplaçar-se per la ciutat i els afores. I les temporades on creixen més els viatges cicloturístics a aquests països són en temporada d'estiu, on fa menys calor que als països del sud.

Els nord-europeus i centreeuropeus són un gran mercat cicloturístic, ja que durant gran part de l'any es desplacen a països del sud d'Europa amb millor clima per a realitzar viatges amb bicicleta.

Pel que fa als països del sud d'Europa, estats com Espanya o Itàlia no tenen tanta cultura ciclista entre els seus habitants, però tenen un clima estable gran part de l'any. El ciclisme es presenta com una alternativa al producte de sol i platja ja consolidat en aquests països. Mesos de febrer a maig o de setembre a novembre, on el clima encara acompanya i el turisme massiu de sol i platja de la temporada estiuenca ha desaparegut, són períodes perfectes per atraure al client nord-europeu, que vol fer unes vacances en bicicleta en un territori amb bona climatologia. Això permet a les destinacions allargar la temporada i reduir la forta estacionalitat marcada per la temporada d'estiu.

El clima i la temperatura a cada destinació és la que és, per tant, les destinacions de la Mediterrània juguen amb aquest plus. Les destinacions per desmarcar-se han d'oferir un producte especialitzat i de qualitat per tal d'atraure cicloturistes, i molts cops no és suficient amb aquest factor, sinó que han d'afegir productes complementaris al viatge cicloturístic.

Com a competència directa de Girona hi ha la Toscana italiana. És un destí reconegut mundialment, amb una bona climatologia i molts bons productes complementaris, com poden ser la gastronomia, la cultura, i amb actius molt potents com el mateix territori o el paisatge. Tour-operadors de cicloturisme de tot el món treballen amb els agents del sector turístic de la Toscana aportant una gran quantitat de ciclistes durant tot l'any. "A la Toscana no hi ha infraestructura de qualitat ni l'administració fa res per estructurar el producte. Simplement, viuen de lo coneguts que són", diu l'Albert Duch, responsable del Club de Turisme Actiu del Patronat de Turisme Girona-Costa Brava.

Al nostre país només tenim les Illes Balears com a exemple de cicloturisme a gran escala, centrat en un cicloturista de caire esportiu, amb més de 90.000 ciclistes l'any i amb uns ingressos de 64M d'€ anuals, segons el govern balear. El nombre es podria augmentar, segons la Federació de Ciclistes Europeus, si es milloressin la intermodalitat tren-bicicleta i s'abolís l'obligació de portar casc per circular en vies interurbanes del nostre país.

El model Mallorca però, és el d'apostar per un cicloturisme de "*low cost*". Amb una forta estacionalitat, Mallorca atrau els ciclistes en temporada baixa amb paquets turístics molt econòmics, on inclouen serveis de lloguer, allotjament i pensió completa per poc més de 50€/persona i dia.

En el cas de Girona és diferent. La ciutat s'ha posicionat mundialment gràcies als equips professionals de ciclisme que s'han establert a la ciutat. Des que Johnny Weltz va aterrar a Girona, el degoteig de ciclistes a la ciutat cada any ha anat en augment. Des del mític Lance Armstrong, a molts altres professionals i guanyadors del Tour de France. La combinació dels ciclistes

joves, amb els equips professionals i les xarxes socials, ha posicionat la ciutat de Girona entre les destinacions de ciclisme a nivell mundial.

El model de Girona és un model que aposta per la qualitat. Especialitzat principalment en ciclisme de carretera, tot i que atrau també altres modalitats de ciclisme com la BTT o el cicloturista de passeig. El seu territori, juntament amb la seva situació geogràfica, el converteixen en un dels llocs més idonis per la pràctica ciclista. La distància amb els Pirineus i la costa situen Girona en un enclavament bo per a ciclistes.

A l'igual que Mallorca, Girona ha trobat en el cicloturisme una gran alternativa per combatre la seva estacionalitat i diversificar el seu producte. Però el producte que ofereix Girona és molt diferent. Els allotjaments i els serveis que ofereix Girona són d'alta qualitat. S'ofereixen paquets cicloturístics amb activitats de vinicultura, visites dalinianes o paquets gastronòmics, com el paquet de "*The Ultimate cycling and eating experience in Girona*" pels ciclistes que vulguin combinar la bicicleta i el menjar dels restaurants amb estrella Michelin de la província de Girona.

Tot i els atractius dels territoris de la mediterrània, cal una implicació major de les administracions en el cicloturisme, així com un teixit empresarial més fort per assegurar-se un creixement planificat i de qualitat.

4.6. CONCLUSIONS DE LES ENTREVISTES REALITZADES

Arran de les entrevistes realitzades a diferents actors relacionats amb la bicicleta, en podem extreure unes conclusions. En les entrevistes, s'ha intentat buscar l'opinió des de l'àmbit públic com també des de l'àmbit privat, com allotjaments i agències de viatges especialitzades en el cicloturisme.

És el cicloturisme un mercat potent? La gran majoria coincideix en que sí, prova d'això és l'augment de cicloturistes que registren els hotels i les agències, però s'ha de ser prudent ja que encara, a Girona, el segment del

cicloturisme és força incipient al costat d'altres turismes com el cultural o el gastronòmic, ressaltava Miquel Llop, tècnic econòmic del Consorci Vies Verdes Girona.

Alguns ho veuen com una oportunitat per la ciutat i un atractiu més, que gràcies als mitjans de comunicació que fan d'amplificadors, pot créixer més ràpid del que creixia anys enrere.

Tots coincideixen que és un segment de turisme a l'alça, que Girona s'està començant a consolidar com a destí ciclista i que l'oferta està creixent en funció de la demanda. L'empresa BikeBreaks va començar amb 15 bicicletes l'any 2009 i actualment en tenen més de 240, i encara en temporada alta n'han de llogar per cobrir la demanda de bicicletes. Les agències, també concorden en que el segment que més creix és el de ciclisme de carretera.

Pel que fa al reconeixement de Girona internacionalment, ja és coneguda com a capital del ciclisme des de fa molts anys. De fet, Lance Armstrong, que vivia al Barri Vell s'entrenava a la província de Girona entre el 2001 i el 2005, quan va guanyar els set Tour de França. Des del 2009, Garmin i ORICA han estat instal·lats a Girona.

Tots destaquen les bones condicions perquè aquesta activitat creixi: característiques geogràfiques, climatològiques, de ciutat petita però amb tots els serveis, bones infraestructures i accessos i bona gastronomia, etc.

També destaquen el fet de tenir un bon coixí de ciclistes internacionals, que provoca l'arribada de nous, que els hi faciliten la integració a la ciutat. A més, l'evolució de la tecnologia, fa que tant els ciclistes com els equips ciclistes tinguin facilitat per penjar entrenaments en plataformes i ser seguits a tot el món, gairebé en directe, la qual cosa els converteix en molt bons prescriptors.

Una de les principals reclamacions de les empreses privades entrevistades és la de tenir més gestió de l'activitat i la de suprimir conjuntament amb els negocis "il·legals" que vénen, consumeixen territori i marxen. Tanmateix, el

voler apostar per la quantitat i no per la qualitat podria provocar massificació i saturació i és necessari una bona gestió i planificació de l'activitat. Calen millores en camins, asfaltatge de carreteres i més senyalització, però la manca de capital i col·laboració d'algunes administracions dificulta i allarga els processos de millora.

Alguns creuen que el més important és continuar vetllant per un model de qualitat, sense defugir d'altres, però actuant conjuntament sectors públics i privats. Si això no es compleix, pot passar com el cas de Mallorca, on es treballa amb touroperadors estrangers i en grans dimensions, provocant una massificació del producte, una pèrdua de qualitat i un desgast del territori massa accelerat. Girona hauria d'evitar-ho per tal de no disminuir la qualitat de l'oferta i de serveis de què disposa. Des de les agències, també es reclama al sector públic una col·laboració amb el sector privat i tècnics especialitzats a l'hora de promoure el territori.

S'ha arribat a la conclusió que cal una conscienciació social per tal d'augmentar el nombre de cicloturistes, des de comportament a la carretera (tant de vehicles motoritzats com de bicicletes), d'informació sobre els avantatges de la mobilitat en bicicleta i dotar d'eines i ajudes a les empreses per promoure l'ús de la bicicleta. *“Cal un teixit fort d'empreses que valorin, respectin i millorin el que tenim i hi hagi una forta complicitat amb el sector”*, cita Eduard Kischner, de Cicloturisme i Mediambient. Francesc Sallent, de Gi-Outdoor, defensa la importància en fer èmfasi amb els líders d'opinió i el posicionament de Girona i la bicicleta a través d'accions promocionals i la creació d'esdeveniments i viatges.

És necessari també un estudi del retorn de la inversió per saber exactament la riquesa que genera el cicloturisme, per analitzar si les inversions seran retornades o si no es recuperaran.

4.7. DIAGNOSI DAFO

L'anàlisi DAFO ens permet de manera molt visual i resumida establir un diagnòstic de la situació, determinant els aspectes a aprofitar i potenciar i els aspectes a millorar o a evitar. Serà per tant un punt de partida des d'on poder fixar uns objectius. A partir dels elements que s'han analitzat, podem determinar les següents debilitats, fortaleeses, amenaces i oportunitats. En el nostre estudi es consideren elements externs tots els que queden fora de la ciutat de Girona i interns tots aquells que es limiten a la ciutat de Girona.

Debilitats

- Baix volum del sector cicloturístic dins del mercat gironí. Segons els establiments hotelers l'ocupació per aquest segment de mercat és encara molt baixa (en casos com l'Hotel Carlemany o l'Hotel Ultonia, no arriba ni a un 1%)
- Existeixen pocs estudis i estadístiques solvents sobre aquest mercat a la ciutat.
- Baixa capacitat econòmica per a grans inversions per part de les administracions.
- Escassetat de polítiques a favor de l'ús de la bicicleta i la promoció del cicloturisme a l'estat, com podrien ser millores de transport urbà, facilitar la intermodalitat o accions per augmentar el nombre d'usuaris de la bicicleta al territori.

Fortaleeses

- Tenir equips de ciclistes professionals instal·lats a la ciutat
- Un clima favorable per la pràctica del cicloturisme de tot l'any, un factor important en temporades baixes d'altres països.
- La nova distinció de l'Agència Catalana de Turisme com a Destinació de Turisme Esportiu.
- Ciclistes i ex-ciclistes professionals vivint a Girona
- La situació geogràfica, amb àmplia diversitat de territoris, paisatges i entorns amb rurals i d'alt valor ambiental.
- Alta i extensa gamma de productes complementaris de qualitat (gastronomia, cultura...).

- L'oferta especialitzada d'allotjaments i restauració
- Àmplia oferta d'infraestructura, rutes i agències de cicloturisme.
- Suport institucional.
- Consolidació d'un teixit empresarial.
- Disposar d'una oferta per al turisme accessible (vies verdes).
- Bones comunicacions amb Europa (tant aèries com en ferrocarril o carretera).
- Gran quantitat d'esdeveniments esportius i marxes ciclistes a la ciutat.

Amenaces

- Possible massificació de cicloturistes en una hipotètica arribada de touoperadors estrangers que barrejin el productes de qualitat amb el de low cost que existeix.
- Pèrdua de valor paisatgístic degut a la massificació
- Data de caducitat i processos generacionals (els nòrdics de 40 anys no practiquen cicloturisme com ho fan els de 60 anys), tal i com explica Eduard Kischner, de l'agència Cicloturisme i Medi Ambient.
- La implantació de touoperadors estrangers que explotin i gestionin el mercat davant una baixa implicació d'empresaris locals i nacionals.

Oportunitats

- El reconeixement del cicloturisme com a mitjà per millorar les condicions de benestar per part de la Unió Europea. (Commission of the European Communities, 2006).
- El creixement del nombre de cicloturistes a Europa
- El desenvolupament de noves tendències de cicloturisme a Europa
- Baixa competència de productes similars a la resta de països europeus.
- Apostes per part de les institucions públiques en aquest segment.
- Creació de xarxes ciclistes que passen per Girona, com l'Eurovelo8 o la xarxa Pirinexus.
- Demanda diversificada (és un sector que no entén d'edats ni sexes).
- Rellançament de l'economia.
- Un potencial de creixement més elevat que altres països d'Europa, degut a que s'ha començat més tard.

4.7.1. Conclusions diagnosi DAFO

Amb aquesta anàlisi podem determinar quins són els aspectes que poden constituir un avantatge competitiu respecte a d'altres destinacions.

Girona, clarament es diferencia de la resta, gràcies a la gran quantitat de ciclistes professionals instal·lats a la ciutat, que organitzen proves, atrauen a més companys d'equip i de professió i que fan una promoció de la ciutat que arriba a una gran quantitat d'aficionats al món de la bicicleta, de forma totalment gratuïta.

Com a condicionants més forts i que alhora impedeixen un bon funcionament d'aquest producte, hi trobem dos aspectes: Per una banda, la poca inversió en manteniment i neteja d'infraestructures per part dels organismes públics (millora de les vies en termes de seguretat i senyalització, creació de vies segregades...). I d'altra banda, aspectes de gestió com la poca intermodalitat i possibilitat de moure's en transport públic i una bicicleta, o l'amenaça de que per manca de planificació o gestió pública, acabi essent una activitat dirigida i dependent de grans touroperadors estrangers.

Aquests són alguns dels reptes de la ciutat, del que tractaran les línies estratègiques que es proposen a continuació, per tal de millorar els condicionats i de potenciar el nostre avantatge competitiu.

4.8. PROPOSTES ESTRATÈGIQUES

A continuació exposem un seguit de propostes estratègiques amb l'objectiu de millorar l'oferta i les infraestructures existents a la ciutat de Girona, així com proposar línies d'actuació que permetin donar una empenta al cicloturisme i que es consolidi com un mercat important a la ciutat i amb més pes del que actualment té.

El pla estratègic de Girona ha de servir com a eina de planificació estratègica que identifiqui les línies mestres d'actuació municipal pels propers cinc anys amb l'objectiu de promoure les millors condicions per al desenvolupament del cicloturisme a Girona.

S'han determinat dos eixos principals d'actuació al voltant dels quals giraran les propostes d'actuació, són els següents:

- Eix 1. Màrqueting de producte i de comunicació.
- Eix 2. Planificació i gestió de l'activitat cicloturística.

En cadascuna d'elles s'expliquen les actuacions que s'han de dur a terme per tal que els objectius es puguin assolir, així com el seu pressupost i el temps que caldria per aplicar-ho. Totes les línies van en la direcció d'establir una millora en el benestar social dels habitants, propiciar un creixement econòmic i tenir millors serveis, tant pels cicloturistes com pels usuaris de la bicicleta.

Aplicant el model de les estratègies genèriques de Porter per a l'empresa a la destinació, el que es busca a la ciutat és un enfocament a un segment de mercat com a objectiu estratègic i exclusivitat percebuda pel client.

Les apostes són per crear productes de qualitat, fer una bona promoció i centrar-se en el valor afegit i la diferenciació de la destinació. L'objectiu és incrementar la quota de mercat i competir en un mercat amb alta competència.

Segons la Matriu d'Ansoff (direcció estratègica) buscaríem una política de "desenvolupament de nous productes", degut a que s'aniria a buscar la creació de nous productes en un mercat, que tot i no tenir un volum molt gran, actualment funciona i té perspectives de creixement.

4.8.1. EIX 1: MÀRQUETING DE PRODUCTE I DE COMUNICACIÓ

Proposició estratègica 1: Posicionar Girona com una destinació de cicloturisme a nivell mundial.

Objectius:

Aconseguir la consolidació i el posicionament de Girona en un mercat internacional amb una oferta turística competitiva i sostenible.

Descripció:

Aconseguir que un nombre major de ciclistes visitin la nostra ciutat per consolidar-nos internacionalment en un mercat competitiu i de qualitat a nivell internacional.

Accions que inclou:

- 1.1 Implementar noves accions de promoció
- 1.2 Fidelització dels clients
- 1.3 Sensibilització i conscienciació dels habitants de la ciutat
- 1.4 Augmentar els nivells de competitivitat i qualitat dels serveis turístics
- 1.5 Posar en valor els principals recursos turístics
- 1.6 Creació d'una xarxa social especialitzada.

4.8.2. EIX 2: PLANIFICACIÓ I GESTIÓ DE L'ACTIVITAT CICLOTURÍSTICA.

Proposició estratègica 2: Planificació i ordenació d'infraestructures i actors relacionats amb el cicloturisme a Girona.

Objectius:

Crear un model de gestió a través d'un ens de planificació que controli i dirigeixi el creixement del cicloturisme.

Descripció:

Tractaria d'un ens encarregat de la planificació i la gestió del creixement del cicloturisme que vetllés pels interessos de la comunitat ciclista tant nacional com internacional i adequés les infraestructures i serveis necessaris pel seu millor funcionament.

Accions que inclou:

- 2.1 Creació d'un ens de gestió específic de caràcter mix i transversal.
- 2.2 Garantir la intermodalitat de la bicicleta en el transport públic.
- 2.3 Implementar un sistema de gestió de qualitat (SGQ).
- 2.4 Projecte Ciutat 30

4.8.3. Proposició estratègica 1:

Posicionar Girona com una destinació de cicloturisme a nivell mundial.

Objectius:

Aconseguir la consolidació i el posicionament de Girona en un mercat internacional amb una oferta turística competitiva i sostenible.

Descripció:

Aconseguir que un nombre major de ciclistes visitin la nostra ciutat per consolidar-nos internacionalment en un mercat competitiu i de qualitat a nivell internacional.

Accions que inclou:

1.1 Implementar noves accions de promoció

1.2 Fidelització dels clients

1.3 Sensibilització i conscienciació dels habitants de la ciutat

1.4 Augmentar els nivells de competitivitat i qualitat dels serveis turístics

1.5 Promoure la inclusió social, que permeti l'activa participació de la població local en l'activitat turística.

1.6 Posar en valor els principals recursos turístics

Línia estratègica 1:

Posicionar Girona com una destinació de cicloturisme a nivell mundial.

Acció 1.1. Implementar noves accions de promoció

Objectius:

Aconseguir impactar al públic i obrir la porta a nous turistes internacionals.

Descripció:

Crear accions promocionals que serveixen com a pol d'atracció de turistes. Les campanyes publicitàries hi apareixeran diferents esportistes professionals relacionats amb la bicicleta on llençaran missatges breus i clars en anglès.

Es realitzaran vídeos amb imatges del territori, breus intervencions de professionals i imatges d'entrenaments d'equips professionals, *training*

<p>camps i grups de cicloturistes.</p> <p>A més d'un workshop i un press trip amb touroperadors, agències internacionals i premsa internacional.</p>
<p>Horitzó temporal:</p> <p>Tres mesos en editar un vídeo que s'anirà renovant anualment.</p>
<p>Departament/Òrgan/Agent:</p> <p>Patronat de Turisme Girona Costa Brava.</p>
<p>Estimació de costos:</p> <p>20.000€ per les tres accions.</p>
<p>Prioritat:</p> <p>Alta a mig termini</p>
<p>Accions Relacionades:</p> <p>1.2, 1.3, 1.5 i 1.6</p>
<p>Acció 1.2. Fidelització dels clients</p>
<p>Objectius:</p> <p>Aconseguir clients repetitius.</p>
<p>Descripció:</p> <p>L'aplicació de diferents eines de màrqueting online permetrà una millor relació amb el client. Per això, es poden realitzar diferents estratègies:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Programa de punts amb descomptes. - Canal de comunicació continua (feedback) amb el client. - Crear eines online de seguiment continuu d'usuaris com Google Alert o Social Mention. - Un Newsletter.
<p>Horitzó temporal:</p> <p>Entre quatre i sis mesos per implantar-ho i que sigui permanent en el temps, amb seguiment i control diari o setmanal.</p>
<p>Departament/Òrgan/Agent:</p> <p>Patronat de Turisme Girona Costa Brava.</p>
<p>Estimació de costos:</p>

7.500€ per campanya.
Prioritat ALTA a llarg termini
Accions Relacionades: 1.1, 1.3, 1.4 i 1.6
Acció 1.3. Sensibilització i conscienciació dels habitants de la ciutat.
Objectius: Incentivar l'ús de la bicicleta a la ciutat com a element de transport eficient i econòmic per tal d'incrementar i despertar el desig de nous cicloturistes.
Descripció: Constaria de programar diferents xerrades informatives i organitzar marxas cicloturistes per a totes les edats, sexes i motivacions. Per tant, s'organitzarien marxas: de ciutat, de muntanya, de llarga distància, de curta, amb interès cultural, gastronòmic o religiós.
Horitzó temporal: Accions continuades al llarg de l'any.
Departament/Òrgan/Agent: Organització Mou-te en bici.
Estimació de costos: 10.000€ per conferències i organització d'esdeveniments
Prioritat: ALTA a curt termini
Accions Relacionades: 1.4 i 1.5
Acció 1.4. Augmentar els nivells de competitivitat i qualitat dels serveis turístics
Objectius: Crear productes innovadors i diferenciats que donin èmfasi al nostre valor afegit.
Descripció:

<p>Substituir els productes tradicionals per experiències innovadores amb variables emocionals que ens facin ser més competitius. Potenciar les rutes temàtiques ja existents com: Restaurants amb estrelles Michelin, D.O. Empordà, Salvador Dalí, etc. I creació de rutes turístiques per lloc on es va rodar la sèrie de Joc de trons o la pel·lícula dels “ocho apellidos catalanes”.</p> <p>A més a més d’adaptar l’oferta d’allotjaments i infraestructures a les necessitats del cicloturista.</p>
<p>Horitzó temporal:</p> <p>Sis mesos per crear noves experiències entorn a la bicicleta i adaptar allotjaments i infraestructures.</p>
<p>Departament/Òrgan/Agent:</p> <p>Sector privat</p>
<p>Estimació de costos:</p> <p>15.000€ destinats en senyalització, contractació d’un tècnic creador de xarxes i comunicació.</p>
<p>Prioritat:</p> <p>ALTA a mig-llarg termini</p>
<p>Accions Relacionades:</p> <p>1.2, 1.5 i 1.6</p>
<p>Acció 1.5. Posar en valor els principals recursos turístics.</p>
<p>Objectius:</p> <p>Potenciar la identitat cultural i dinamitzar el territori per beneficiar la població local i complir les expectatives dels usuaris.</p>
<p>Descripció:</p> <p>Un pla d’activació del patrimoni cultural permetria activar el patrimoni donant-li una funció i un sentit a l’activitat. Els òrgans encarregats del cicloturisme poden participar en estratègies i accions d’ordenació del territori que permetin potenciar el cicloturisme. Es poden plantejar noves i creatives formes d’entendre el territori com poden ser altres rutes tematitzades o a través de llegendes, que puguin ser de benefici pels habitants d’una població.</p>
<p>Horitzó temporal:</p> <p>Un any per la realització del pla.</p>

<p>Departament/Òrgan/Agent:</p> <p>Gestors tècnics i polítics del territori.</p>
<p>Estimació de costos:</p> <p>7.000€ per senyalització i millores d'accessibilitat.</p>
<p>Prioritat:</p> <p>MITJA a llarg termini</p>
<p>Accions Relacionades:</p> <p>1.1, 1.3 i 1.4</p>
<p>Acció 1.6. Creació d'una xarxa social especialitzada.</p>
<p>Objectius:</p> <p>Construir relacions duradores amb els nostres clients i fidelitzar el client.</p>
<p>Descripció:</p> <p>Una xarxa social on els clients puguin comunicar els seus dubtes, suggerències o queixes, abans, durant i després del viatge amb habitants locals i amb altres turistes. Es poden fer publicacions setmanals sobre temes de cicloturisme. I crear un xat per a dubtes. Pot ser una eina d'una entitat cicloturista o una població/regió a través de la seva oficina de turisme.</p>
<p>Horitzó temporal:</p> <p>En 3 mesos.</p>
<p>Departament/Òrgan/Agent:</p> <p>Associacions, entitats o oficines de turisme que s'hi vulguin adherir.</p>
<p>Estimació de costos:</p> <p>1.500€ pel manteniment de la pàgina i el tècnic.</p>
<p>Prioritat:</p> <p>MITJA a llarg termini</p>
<p>Accions Relacionades:</p> <p>1.1, 1.2, 1.4 i 1.5</p>

4.8.4. Proposició estratègica 2:

Planificació i ordenació d'infraestructures i actors relacionats amb el cicloturisme a Girona.

Objectius:

Crear un model de gestió a través d'un ens de planificació que controli i dirigeixi el creixement del cicloturisme i vetllar per la qualitat del producte.

Descripció:

Garantir un creixement adequat i específic en funció de les noves tendències, les necessitats dels nous turistes i els nous productes en bicicleta, vetllant per la conservació del medi ambient i la qualitat del producte.

Accions que inclou:

- 2.1. Creació d'un ens de gestió.
- 2.2 Garantir la intermodalitat de la bicicleta en el transport públic.
- 2.3 Implementar un sistema de gestió de qualitat (SGQ).
- 2.4 Adhesió a la Plataforma Ciutat 30.

Línia estratègica 2:

Planificació i ordenació d'infraestructures i actors relacionats amb el cicloturisme a Girona.

Acció 2.1. Creació d'un ens de gestió

Objectius:

Fomentar el turisme en bicicleta i gestió d'infraestructures ciclistes.

Descripció:

La creació d'un ens de gestió específic pel cicloturisme de caràcter mix i transversal que gestioni tots els aspectes relacionats amb el cicloturisme. Una organització que englobi professionals i col·lectius territorials (federacions, associacions, organitzadors d'esdeveniments, etc.) i que sigui finançada per l'Estat per tal de promoure el turisme en bicicleta al nostre país.

Horitzó temporal:

Un any

<p>Departament/Òrgan/Agent:</p> <p>Professionals, i col·lectius territorials públics i privats</p>
<p>Estimació de costos:</p> <p>El sou d'un tècnic especialista que dedica part de la jornada laboral a la creació i execució de tots els passos necessaris per a la creació de l'ens. 800€/mensuals durant 6 mesos. Més 1.500€ de costos de comunicació.</p>
<p>Prioritat:</p> <p>ALTA a llarg termini.</p>
<p>Accions Relacionades:</p> <p>2.2, 2.3 i 2.4</p>
<p>Acció 2.2. Garantir la intermodalitat de la bicicleta en el transport públic</p>
<p>Objectius:</p> <p>Poder millorar el trasllat de bicicletes en els trens i en els autobusos i ajudar a la mobilitat del cicloturista.</p>
<p>Descripció:</p> <p>Dotar els trens de vagons especials i els maleters dels autobusos per a aparcar o guardar les bicicletes i així afavorir el trasllat i l'arribada de cicloturistes al territori.</p>
<p>Horitzó temporal:</p> <p>A un any vista.</p>
<p>Departament/Òrgan/Agent:</p> <p>Institucions ferroviàries i administracions públiques.</p>
<p>Estimació de costos:</p> <p>20.000€ per poder fer els canvis necessaris i com a proves pilot en alguns transports.</p>
<p>Prioritat:</p> <p>ALTA a llarg termini</p>
<p>Accions Relacionades:</p> <p>2.1</p>

Acció 2.3. Implementar un sistema de gestió de qualitat (SGQ)
<p>Objectius:</p> <p>Adherir-se al Pla de Qualitat Turística en Destinació (SICTED).</p>
<p>Descripció:</p> <p>És un projecte de millora de la qualitat dels destins turístics promogut per la Secretaria de l'Estat de Turisme per millorar l'experiència i la satisfacció del turista. La seva metodologia és la d'un sistema integral i permanent de gestió de qualitat en un destí amb una millora continua i una actitud de recuperació i posada en valor dels recursos. Persegueix un nivell de qualitat homogènia l'oferta d'una destinació.</p>
<p>Horitzó temporal:</p> <p>En dos anys màxim.</p>
<p>Departament/Òrgan/Agent:</p> <p>Administracions públiques i empreses privades.</p>
<p>Estimació de costos:</p> <p>Els costos referents a l'auditoria i del tècnic que implementi el programa: 4.000€.</p>
<p>Prioritat:</p> <p>ALTA a mig termini</p>
<p>Accions Relacionades:</p> <p>2.1</p>
Acció 2.4. Projecte Ciutat 30
<p>Objectius:</p> <p>Aconseguir una ciutat més saludable, sostenible, segura, amigable i accessible.</p>
<p>Descripció:</p> <p>Seguir la proposta d'Iniciativa Ciutadana Europea (ICE) per a que dins d'algunes àrees urbanes i residencials no es pugui circular a més de 30km/h. Així es promouria l'ús de la bicicleta, es reduiria l'ús del vehicle motoritzat i per tant les emissions de CO2, seria més segur moure's pels carrers de la ciutat i disminuiria el risc d'accidents i els accidents.</p>
<p>Horitzó temporal:</p>

En 3 anys.

Departament/Òrgan/Agent:

Administracions locals

Estimació de costos:

Costos de comunicació de la campanya i de senyalització. 12.000€

Estimació de costos:

BAIXA a llarg termini

Accions Relacionades:

2.1

5.- CONCLUSIONS

Aquesta recerca és una anàlisi de la situació actual del turisme en bicicleta a la ciutat i la província de Girona, avaluant i estudiant els dos àmbits territorials de manera conjunta. S'ha fet una avaluació de tots els elements a tenir presents en la realització d'un pla estratègic del model i de les característiques del cicloturisme a Girona. A més a més, inclou una proposta de línies estratègiques que es podrien realitzar per a una millor l'oferta i la gestió del cicloturisme a la ciutat.

Després de realitzar el treball, es pot dir que s'han complert els objectius marcats al seu inici i s'ha donat resposta a tots ells. Reprement l'objectiu principal, puc dir que s'ha realitzat el pla estratègic per desenvolupar el turisme de bicicleta a Girona, desenvolupat en el capítol 4. Per això, he hagut de complir amb els altres objectius secundaris:

- Conèixer més sobre el cicloturisme a Girona i al món: A dia d'avui tinc molt més coneixement que quan vaig començar l'estudi i una visió molt més àmplia d'aquest segment del mercat turístic. En el marc teòric i en l'anàlisi de l'entorn hi ha tot un ventall d'informació que desconeixia fins al moment.
- Trobar les mancances del cicloturisme del nostre territori: No tot són violes, i és cert que hi ha mancances. A l'hora de fer el diagnosi DAFO i l'anàlisi de l'entorn queden patents les problemàtiques que tenim. El tracte amb el professional i les entrevistes han sigut la millor font per trobar-les.
- Analitzar altres models de cicloturisme al món: En el marc teòric s'han recollit els estudis de professionals i tècnics de tot el món. M'ha servit per conèixer com és l'àmbit del cicloturisme a destins com els Estats Units, Canadà, Mèxic, Austràlia o Nova Zelanda. Destins que mai hagués dit que l'oferta de cicloturisme estigués tan avançada com al nostre país.
- Promoure noves pràctiques per a una millora de l'oferta i la gestió del producte: Amb les línies estratègiques he intentat complir amb aquest objectiu. Propostes de millora que, segons el meu parer, anirien molt bé per la ciutat si es duguessin a terme.

Tot i considerar que he assolit els objectius marcats, amb la realització d'aquest treball han aparegut un seguit de problemàtiques i limitacions que han retardat la seva composició. Amb l'arribada de l'estiu i l'augment de cicloturistes a Girona i en un període d'eleccions pel mig, m'ha resultat difícil poder contactar amb alguns dels agents que havia d'entrevistar. Algunes entrevistes a ciclistes professionals han estat aplaçades fins a tres vegades en diferents mesos per la realització d'un "stage", l'obertura d'un nou negoci o diferents competicions.

Un altre inconvenient al que he hagut de plantar cara, és la manca de dades econòmiques i estadístiques fiables en relació al cicloturisme a Girona, per l'absència d'estudis de viabilitat o econòmics per part de cap actor. La dimensió del segment, encara petita, i la manca de viabilitat econòmica, dificulta l'opció de realitzar un estudi complet sobre el retorn de la inversió en cicloturisme. Seria un tema de recerca interessant a tractar en un futur.

Pel que fa a conclusions que he tret sobre la situació del cicloturisme i la seva possibilitat de creixement a Girona, considero el següent:

La tendència a nivell europeu està a l'alça, però els índex de creixement més elevats referent a cicloturisme es poden veure al nostre país, degut a que tot just acaba de començar a apostar pel cicloturisme, mentre que d'altres ja és un producte consolidat.

És important destacar l'esforç de les administracions públiques, tot i els seus problemes econòmics. Amb retallades i dificultats econòmiques aposten per un turisme de qualitat, que esperen seguir treballant amb el pas dels anys. S'estan realitzant avanços des de molts àmbits, des d'infraestructures i senyalitzacions, a seguretat o inversions en noves xarxes. Mentre a Espanya es segueix potenciant diferents xarxes cicloturistes per intentar atraure'ls, a Eslovènia, construeixen les autopistes amb un carril addicional per a bicicletes, paral·lel a les vies de comunicació, facilitant i enfocat al desenvolupament de la bicicleta. A França, algunes empreses paguen als seus treballadors per anar amb

bicicleta. O als Països Baixos i Alemanya, on s'estan instal·lant línies fosforites que brillen a la foscor, única i exclusivament per a ciclistes.

El que sí està clar, és que la problemàtica del perquè Girona no és una ciutat referent en el món de la bicicleta en general, és la cultura ciclista pròpia. A la gent de la ciutat, encara li costa agafar la bicicleta com a mitjà de transport habitual, i això no anima a que l'administració posi els mitjans per facilitar la mobilitat amb aquest mitjà. El handicap es veu reflectit en la intermodalitat: sinó hi ha una bona intermodalitat en el transport públic, no hi haurà desplaçaments. Si no hi ha desplaçament, no hi haurà mobilitat, i si no hi ha mobilitat, és difícil fer actuacions a favor del turista que ve amb la bicicleta.

Està clar que Girona vol seguir apostant per un cicloturisme de qualitat més que de quantitat. Una activitat sostenible i ecològica que dóna un valor afegit a la ciutat. L'oferta que disposa és d'alta gamma i la demanda està a l'alça, lluny de destinacions massificades o on el territori pateix greus atacs contra la seva conservació.

Si ens fixem en l'estudi sobre la comunicació i el ressò que fan els diferents professionals al voltant de la bicicleta, ens trobem amb una situació inèdita de promoció gratuïta que arriba a milers de persones, és un element a aprofitar.

A nivell de les dades extretes de les agències, les entrevistes i l'estudi de publicacions, el nínxol del cicloturisme és un dels mercats més importants pel seu ràpid creixement, però no per la seva demanda. El seu atractiu és a mig termini, ja que el seu volum de demanda encara és baixa. És per això que Girona hauria de prendre mesures al respecte per començar a impulsar l'activitat cicloturística de la mà dels actors principals de la bicicleta al territori.

Així doncs, amb la realització d'aquest estudi dispenso d'una entrada per poder continuar cap a un estudi més ampli, el qual m'agradaria continuar en un futur, ja sigui en un Treball Final de Màster o en un Doctorat. Apassionat de la bicicleta com sóc, seria un plaer veure la ciutat i el territori en el top mundial del ciclisme i poder veure la gent transitar en un vehicle sostenible i econòmic.

6.- BIBLIOGRAFIA

Estudis acadèmics:

- *Barómetro de la bicicleta en España*. Red de ciudades por la bicicleta. Accés el: 15/5/16. Consultar a: <http://www.ciudadesporlabicicleta.org/web/wp-content/uploads/Barómetro%20de%20la%20Bicicleta%20en%20España%2015%20-%20Red%20de%20Ciudades%20por%20la%20Bicicleta.pdf>
- *Catalunya és cicloturisme*. Agencia Catalana de Turisme. Catalunya. Accés el 15/5/16. Es pot consultar a: <http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2012/06/Catalunyaescicloturisme.pdf>
- *Cycling & Health*. Cycling England. Accés el: 15/5/2016. Consultar a: http://www.cycle-helmets.com/cycling_and_health.pdf
- *Plan Andaluz de la bicicleta: PAB 2014-2020*. Espanya 2013. Junta de Andalusia. Accés: 20/5/16. Es pot consultar a: http://www.juntadeandalucia.es/fomentoyvivienda/estaticas/sites/consejeria/areas/transportes_infraestructuras/plan_bici/documentos_plan_bici/documentacion_aprobado/informe_sostenibilidad_ambiental.pdf
- *Spécial économie du vélo*. A tout France. Accés el 15/5/2016. Es pot consultar a: <http://www.veloscenie.com/contenus/espace-pro/rapport-economie-du-velo-altermodal.pdf>

Documents electrònics

- Carreras, Jordi. 24/07/2015. *Girona, capital mundial del ciclisme*. http://www.ara.cat/comarquesgironines/Girona-capital-mundial-del-ciclisme_0_1399660028.html
- Faulks, P., Ritchie, B i Dodd, J. (2008). *Bicycle tourism as an opportunity for re-creation and restoration? Investigating the motivations of bike ride participants*. Recuperat de: <http://www.lincoln.ac.nz/PageFiles/7235/Faulks.pdf>
- Faulks, P., Ritchie, B i Fluker, M. (2007). *Cycle Tourism in Australia. An investigation into its size and scope*. Recuperat de: <http://atfiles.org/files/pdf/Faulks-Australia-Cycle-Tourism.pdf>
- Lamont, MJ. (2009). *Reinventing the wheel: A definitional dicussion of bicycle tourism*. Recuperat de: http://epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1147&context=tourism_publications

- Merallo, Juan (2014). *Plan nacional de la bicicleta. Mesa nacional de la bicicleta*. Accés: 15/5/16. Consultar a: <https://drive.google.com/file/d/0B2bUnZ1VH6ENMGVjbU9yU1o0V044UmdlWTFsWDI4U2ZEbWVj/edit>
- Merallo, Juan. “El necesario boom del cicloturismo”, en el blog de “*El de la bici*”. Accés: 15/05/16. Es pot consultar a: <http://eldelabici.blogspot.com.es/2013/01/el-necesario-boom-del-cicloturismo.html>
- Merallo, Juan. “El impacto del casco ciclista en el cicloturismo” en el blog de “*A contramano.com*”. Espanya. Accés: 15/5/16. Es pot consultar la informació a: http://www.acontramano.org/index.php?option=com_joomdoc&task=document.download&path=reforma-del-rgc-y-casco-ciclista/impacto-en-el-cicloturismo-y-el-turismo
- Ministerie van Verkeer en Waterstaat. Fiets Beraad (2009). *La bicicleta en los Paises Bajos*. <http://www.fietsberaad.nl/library/repository/bestanden/Labicicletaenpaisbajos2009.pdf>
- Pérez, Cristina (03.03.2015). *El poder de la bici para revolucionar la economía*. <http://www.rtve.es/noticias/20150303/economia-bicicleta-va-sobre-ruedas/1106000.shtml>
- Road cycling UK. 09/02/2012. *Girona – Europe’s best training destination?* Accés el 15/5/16. Consultar a: <https://roadcyclinguk.com/sportive/girona-europes-best-training-destination.html>
- Wiskun, L. y Diepens, J. (2011). *Cycling trends and urban cycling*. http://www.mobycon.com/dynamic/media/17/documents/Cycling_trends_urban_cycling_2014.pdf

Pàgines web:

- *Ajuntament de Girona*. Accés: 15/5/16. Consultar a: www.girona.cat
- Associació de ciclisme de Gran Bretanya. *Cycling England*.. Accés: 15/5/16. <http://www.cyclingengland.co.uk>
- *ConBici*. Coordinadora en defensa de la bici. Espanya. Accés: 20/5/2016. http://conbici.org/joomla/?option=com_content&view=article&id=1284%253A-la-bicicleta-el-pasado-hecho-futuro-articulo-de-juan-merallo&catid=18&Itemid=42
- *Don Cicleta*. Red de aparcamientos para bicicletas. Accés: 15/5/16. <http://www.web.doncicleta.com>

- *Fahrradportal*. Ministeri federal del transport i la infraestructura digital. Alemanya. Accés: 15/5/16. <https://nationaler-radverkehrsplan.de/en/>
- *Federació Catalana de Ciclisme*. Catalunya. Accés el 20/5/2016. <https://www.ciclisme.cat>
- *Mesa española de la bicicleta*. Accés: 15/5/16. Consultar a: <http://ciclo.mesabici.org>
- *Mou-te en bici*. Espanya. Accés el 15/5/2016. <http://moutenbici.org>
- *Pedalibre*. Asociación cicloturismo y ciclismo urbano. Espanya. Accés: 15/5/16. Es pot consultar a: <http://pedalibre.es/cicloturismo/>

Blogs

- 121 Bikepacking Experts Share Their Rutes Around The World en el blog de “*Icebike.org. For the Love Of Bike*”. Estats Units. Accés: 15/5/16. Es pot consultar a: <http://www.icebike.org/bikepacking-experts/>
- “*A contramano*”. Espanya. Accés: 15/5/16. Es pot consultar: <http://www.acontramano.org>
- *Bicis al tren*. Espanya. Accés el 15/5/2016. Es pot consultar a: <http://bicisaltren.conbici.org>
- “*Ciclismo urbano*” Espanya. Accés: 15/05/16. Es pot consultar a: <http://www.ciclismourbano.org/noticias/index.html>
- “*Ciclismo XXI*”. Argentina. Accés: 15/5/16. Es pot consultar a: <http://www.ciclismoxxi.com.ar/newciclismo/?cat=12>
- *Ciclogreen*. Espanya. Accés el 15/5/16. Es pot consultar a: <http://blog.ciclogreen.com/yerka-la-bicicleta-imposible-de-robar/>
- *Ciclosfera*. Accés el 15/5/16. Consultar a: <http://www.ciclosfera.com>
- *Conalforjas.com*. Espanya. Accés el 15/5/2016. Es pot consultar a: <http://conalforjas.com/eurovelo-tracks/>
- *Infobicicleta*. Centre Logístic de Bicicletes Olot. Accés el 15/5/16. Consultar a: <http://infobicicleta.blogspot.com.es>
- “*Ocholeguas. El portal de viajes de El Mundo*”. Introducción al cicloturismo. Espanya. Accés el 15/5/16. Es pot consultar a: <http://www.ocholeguas.com/2014/10/27/otrosmundos/1414408866.html>

- “On the move by bike”. Suïssa. De la pàgina web de SBB: *Switzerland’s biggest station*. Accés: 15/5/16. Es pot consultar a: <http://www.sbb.ch/en/station-services/car-bike/on-the-move-by-bike.html>
- *Rodadas. Una comunidad de viajeros en bicicleta*. Espanya. Accés: 15/05/16. Es pot consultar a: <http://www.rodadas.net>.
- “Taking bikes to destinations in Europe”. De la pàgina web de SBB: *Switzerland’s biggest station*. Accés: 15/5/16. Es pot consultar a: <http://www.sbb.ch/en/station-services/car-bike/on-the-move-by-bike/taking-bikes-to-destinations-in-europe.html>

7.- ANNEXES

7.1. ENTREVISTA 1: Gerent del Consorci Vies Verdes: MIQUEL LLOP. Expert en models de cicloturisme a Girona.

1. És el cicloturisme un segment de mercat potent per la ciutat? Què caldria per desenvolupar-lo?

Potentíssim. L'únic problema del cicloturisme és la intermodalitat. La dificultat per carregar bicis en busos i trens. S'han fet millores però falta molt. Abans hi havia trens amb mig vagó per bicis, i ara només hi ha 3 ganxos. I els busos també hi ha problemes.

Hi ha un decret de Territori i Sostenibilitat on diu que és obligatori acceptar bicis al busos. Nosaltres tenim un conveni amb la Teisa, on les línies de Teisa que siguin paral·leles a la Via Verda, la companyia accepta bicicletes (sempre que li càpiguen)

2. Quines són les tendències pel que fa als productes turístics en bicicleta hi ha a Girona i a què es deuen?

Van augmentant els productes turístics. Va pujant la BTT que cicloturisme. Com a producte turístic hi ha moltes rutes per l'Empordà (tema de enoturisme en cellers de vi), ciclisme de carretera (gràcies a que és coneguda pels equips i ciclistes professionals que viuen o han viscut a Girona) si ells han triat Girona, és motivador. Hi ha moltes empreses que viuen d'enviar ciclistes americans i australians a Girona.

3. Què diferenciaria el cicloturisme del turisme esportiu en bicicleta?

No té absolutament res a veure.

- El cicloturisme és el turisme tradicional, amb la bicicleta com el mitjà de transport. Entenem el turisme en bicicleta d'alforges.

- El turisme esportiu en bicicleta, és dir, a mi m'agrada fer esport, però en comptes de fer-ho al costat de casa, vaig a un altre lloc a fer-lo.

A cada debat en bicicleta i amb professionals hi ha aquest debat i existeixen milers d'opinions.

Després ja hi haurien els excursionistes que són els que viatgen amb bicicleta per oci, no pernocten als llocs.

El problema no és el cicló, el problema és que entén cadascú per Turisme.

4. Pot Girona esdevenir una ciutat reconeguda a nivell mundial gràcies a la bicicleta? Què caldria per arribar-hi?

El fet de que hi hagi fires de la bicicleta, promocionar la mobilitat sostenible i que hi hagin tants equips i professionals vivint aquí, serien els 3 pilars.

A Amsterdam tothom l'associa amb la bicicleta, però no és pel tema turístic. És tema mobilitat sostenible. Amsterdam ha estat superada per Copenhague en l'ús de la bicicleta. Estaria molt bé promoure la mobilitat sostenible amb bicicleta. Caldria facilitar l'intermodalitat per ser una ciutat referència en bicicleta.

Si vens a fer Vies Verdes, i quan et mous per Girona no et deixen de botzinar. És tot un tema cultural.

El carril bici va ser fet amb diners del consorci.

El carril bici de la ciutat es preveu ampliar, però depèn de l'ajuntament. Ara es farà un enllaç cap a Sarrià de Ter.

Els carrils bici han d'estar a les principals vies de Girona, no en totes. On els ciclistes corressin un risc. El carril bici és per protegir el ciclista en les vies ràpides i l'automòbil no es vegi relentitzat. No cal que n'hi hagi a cada carrer.

5. Quina relació tenen amb l'administració?

Nosaltres som administració. Tot és públic, consorci ajuntaments i consells comarcals. Tenim agències, consorcis, allotjaments, etc. Que paguen una quota i nosaltres els "promocionem" sortint a la web, als fulletons i a fires.

Tenim una targeta de fidelització, és totalment gratuïta, i pot tenir descomptes o avantatges als allotjaments.

6. I el sector públic? Com ha d'actuar?

És una decisió política que com a tècnic no ho se.

7. Quina organismes planifiquen el desenvolupament d'aquesta activitat a la ciutat?

Hi som, nosaltres i l'Ajuntament de Girona. Mou-te en bici és més una associació d'usuaris. També col·laboren la Generalitat, l'Estat i la UE.

Per exemple, hi ha un programa europeu que ens salva un 75% de la inversió, nosaltres el 25% restant (que són 20.000€) basat en la creació de producte d'Eurovelo8. Hi ha varies ajudes i programes, com el programa Feder que ajuden a subvencionar.

8. Quina relació hi ha entre ells?

Si, l'ajuntament de Girona forma part del consorci.

9. Quins models de cicloturisme existeixen? Hi són tots a Girona?

- Turisme d'alforges/cicloturisme
- Esportiu: BTT, carretera, etc.
- Oci i excursionistes.

10. Per a convertir-nos en una CicloCiutat, caldria aglutinar totes les modalitats?

Aquesta ciutat no tenen aglutinades les modalitats. Tenen la tradició de moure's en bicicleta i són respectats per tothom. Com tenen tanta demanda, han fet molta inversió en carril bici. És un tema bàsicament cultural, aquí s'associa l'èxit en tenir cotxe, i com més gros millor. Abans es considerava que anar amb bici era de pobres, de hippies o il·luminats.

A Paris pots veure grans senyores, en vestit i anant amb bicicleta.

11. Quins projectes hi ha des del Consorci de les Vies Verdes?

Hi ha un projecte per ampliar Pirinexus de Figueres fins a Roses i travessar la frontera per Portbou. Creació de noves rutes. El projecte 8 fa molts anys que roda. Girona Olot passant per Banyoles i Girona St. Feliu passant per la Bisbal. Fa molts anys que se'n parla però per manca d'inversió no es pot fer.

També s'està fent un estudi per continuar Eurovelo8 cap al Sud.

12. Qui promociona la ciutat? I com es promociona?

A Girona ciutat no fem massa res especial. Ho fan més des de l'Ajuntament o Mou-te en bici. A l'exterior ja entraríem nosaltres i el Patronat de Turisme per anar a fires. Però promocionem tot el territori, no només el cicloturisme.

13. En quin sentit o de quina forma us afecta la declaració de DTE de Girona?

La Generalitat s'ha copiat de nosaltres. L'administració de la Generalitat i l'Estat deien si ja ho farem ja ho farem. Però com ho feien, ho vam fer nosaltres.

Nosaltres també participem en la DTE. La Via Verda no està pensada per fer-hi proves competitives, perquè tenim molt de turisme familiar, gent gran que hi camina, etc. No fomentem l'ús competitiu.

Seria beneficiar a uns usuaris i perjudicar a uns altres. El reglament d'usos no ho contempla, com no contempla el pas de cotxes o cavalls. Contempla un ús tranquil i responsable.

14. Quines ciutats són competència de Girona?

Algunes del nord d'Itàlia, algunes de França, etc.

15. Com es pot competir amb una destinació que té més de 8.000km de vies verdes?

Girona província té milers de quilometres. Pirinexus són 353 quilometres. Però cada ajuntament té les seves rutes. Cada consell comarcal igual. Hi ha tota la xarxa Itinerària que agafa Alt Empordà, la Garrotxa i el Ripollès.

També hi ha els GR. Després hi ha rutes de cicloturisme del Baix Empordà, de l'Alt, etc. Tot plegat, fa que n'hi hagin milers de quilòmetres.

Però amb alemanya pot competir amb clima, per paisatge, per gastronomia, per història, etc.

16. Quines són les ciutats models en que es fixa Girona?

Es fan prospeccions a altres territoris, com per exemple la Toscana, però no hi ha tantes infraestructures ni recursos com aquí.

17. Anar d'Olot a Sant Feliu pel carrilet és molt fàcil, però i de Blanes a Cadaqués? Es té previst augmentar el carril bici?

Ara s'ha fet una nova Via Verda que va de Llagostera a Caldes.

18. Es perillosa Girona pel ciclista?

No, no és perillosa.

7.2. ENTREVISTA 2: Tècnic en turisme actiu del Patronat de Turisme (Privat):

ALBERT DUCH. Contacte amb les empreses privades de bici a Girona.

1. És el cicloturisme un segment de mercat potent per la ciutat?

Ho és. Tant per Girona com per la província. És un segment de turisme actiu (cicloturisme) o turisme esportiu (ciclisme de carretera). Però és un segment que desestacionalitza i ens allarga la temporada.

També, el cicloturista té una despesa més gran que el turista normal.

A més el potencial per les seves circumstàncies i que hi viuen 70 i pico ciclistes professionals de tot el món que hi viuen i hi entrenen. Això ens posiciona a nivell internacional en ciclisme de carretera. És un segment a tenir molt en compte.

Les administracions hi estan a sobre. Per totes les modalitat. Cicloturisme, carretera, BTT, etc. Una cosa complementa a l'altre. Si tenim bon posicionament al ciclisme de carretera, sona que el ciclisme és un destí ideal o és important a Girona, per bon clima i un trànsit respectuós. Per tant, pel cicloturisme també ho és.

El cicloturisme hi ha la Via Verda i la Ruta Pirinexus i la Xarxa del Baix Empordà, que són rutes que són motiu de viatge.

2. Quines són les tendències pel que fa als productes turístics en bicicleta hi ha a Girona i a que es deuen?

La tendència és a l'alça. El "subidón" ja s'ha fet i ara hem de continuar creixent. Els motius: l'atractiu dels ciclistes professionals entrenant aquí. Una altre cosa que juga a favor, a part del clima i el respecte al ciclisme, és que la crisi econòmica ha ajudat a que la gent s'avoqui al ciclisme i al senderisme.

La gent ja hi era abans, però amb la crisi, la gent mira de fer més activitat física, i el tema bicicleta, al igual que el "running" o el senderisme ha fet un creixement els últims anys.

A més són un complement de l'altre, gent que corre, fa ciclisme que hi ha menys impacte i és com una cadena, si hi ha més gent, aquesta gent estira a més gent.

A nivell d'Europa, el cicloturisme ja fa anys que està desenvolupat i aquí ja érem un destí de cicloturisme. El punt fort ara, és el ciclisme de carretera.

3. Què diferenciaria el cicloturisme del turisme esportiu en bicicleta?

El cicloturisme ho engloba una mica tot. Són viatges on el motiu del viatge és la bicicleta. Hi ha altres modalitats com les bicicletes elèctriques, que el turista ja que està aquí, l'utilitza per moure's, com a activitat lúdica, com si agafés un Segway o si anés en catamarà per la platja. Es podrien entendre com a cicloturisme aquests usuaris. Ho engloba tot: Mountain Bike, ciclisme de carretera, bicicleta d'alforges, lloguer de bicicleta, bicicleta elèctrica, etc.

El cicloturisme d'alforges és més conèixer el territori, el paisatge, la gastronomia, la cultura, etc. El que ha crescut molt han estat les rutes d'enoturisme en bicicleta. Busca ofertes on el territori sigui important en quan el que poden veure, fer, menjar, etc.

El turisme esportiu en bicicleta té un objectiu més competitiu, d'entrenament, de millorar. Es pot combinar amb el turisme gastronòmic, però no tant de passeig. Busquen unes condicions òptimes, bones carreteres, moltes possibilitats, que puguin entrenar, etc.

4. Pot Girona esdevenir una ciutat reconeguda a nivell mundial gràcies a la bicicleta? Què caldria per arribar-hi?

És! A dins d'un segment molt concret. Però en ciclisme de carretera ara mateix, dins del món professional, Girona és reconegut. Va començar amb Armstrong i alguns companys seus i van començar a entrenar aquí. Pots fer planer, muntanya, trenca cames, etc. Ells van ajudar molt a popularitzar-ho. Els boca orella córrer i cada vegada n'hi ha més.

Fins el punt, que a vegades passa coses molt curioses:

- Una vegada un grup de ciclistes que viuen i entrenen a Girona, van començar a gravar imatges de proves, curses, entrenaments, fotos i talls de vídeo. Sortien als llocs més emblemàtics fent "tonteries". Van acabar sortint varis Maillots grocs del Tour de France a la nostra ciutat. No com a promoció, fent tonteries aquí i allà. El vídeo es va viralitzar molt i veus que Girona era súper protagonista per ciclistes de nivell mundial. Una cosa que havien fet ells pel seu compte.
- I un altre dia, Garmin va fer un anunci de campanya publicitària gravant mitja part a Girona i mitja als Estats Units. Un anunci molt "xulo" on sortia Port de la Selva, Girona, etc. Sempre relacionat amb els rellotges o els GPS, però amb imatges espectaculars i d'alta qualitat de la província de Girona. I tampoc hi va intervenir-hi ningú, s'ho van fer ells.

Són coses que han passat soles i des de fora et diuen: Ei, ja sabeu lo que teniu aquí.

5. Quina relació tenen amb l'administració?

Som administració. Som part de la Diputació i ens encarreguem de la promoció turística. Ens encarreguem de la promoció de la Costa Brava i Pirineu de Girona. Per fer-ho, ho fem per productes.

Quan estructurem els productes, creem un club de producte. Que vol dir que tenim tota una sèrie d'empreses d'aquell producte que paguen una quota anual.

Un dels productes és Turisme i Natura Actiu: Aquí dins hi ha diferents segments: neu, cicloturisme, senderisme, multi aventura, turisme nàutic, turisme esportiu.

Finançament: les empreses aporten unes quotes. Aquesta suma aposta X i sempre és el 50% del finançament. L'altre 50% l'aporta el Patronat. A més hi posa persones que ho gestionen i fa altres accions que estan al club. Però si fem campanyes de Turisme de Natura i Actiu, també englobem els clubs, dins la nostra promoció.

Fem taules de treball amb les empreses associades. Hi ha una taula de treball amb cicloturisme. En aquestes taules decidim les decisions. Les dues parts proposem i es fa un Pla d'Acció, coordinada entre empresa i Patronat. La relació publico-privada permet estar el cas de tot el que hi ha i es fa i que totes les accions siguin consensuades.

6. Com ha d'actuar el sector públic?

Fent-ho de la mà del sector privat, ajudant-se un a l'altre.

7. Quina organismes planifiquen el desenvolupament del cicloturisme a la ciutat?

A nivell de província nosaltres planifiquem la promoció i el desenvolupament com a administració pública. També hi ha el Consorci de les Vies Verdes que gestiona la xarxa de les Vies Verdes i Pirinexus.

Però en tot cas, nosaltres intentem estructurar el producte per intentar vendre'l. L'Agència Catalana de Turisme també ha creat un segell de Ciclisme de Carretera i intenta vendre el territori com a destí de ciclisme. Però l'ACT segueix el model de Mallorca. Hi ha molts ciclistes però és un model i una oferta molt centrada a partir d'hotels de costa que volen allargar la temporada i ofereixen viatges "low cost". A Girona les empreses de cicloturisme presenten una oferta d'alt nivell. Aquí tenim americans, australians, canadencs que paguen 6.000€ per persona, per una setmana en bicicleta de carretera i complementat, potser, amb ruta per restaurants amb estrella Michelin. Tot hi ha de ser, i tots hi hem de conviure. Però si coincideixen els dos i hi ha molt de volum de ciclistes, un model pot fer fora a l'altre. Nosaltres vetllem pel nostre model, però sense defugir l'altre. Intentem estructurar-ho per a que tot sigui complementari.

8. Quin és el paper del Patronat de Turisme?

Estructurar la oferta i posar les plataformes necessàries per promocionar-la. I que les empreses puguin fer els seus negocis.

9. Quines actuacions de promoció està realitzant el Patronat per donar a conèixer el producte bicicleta?

S'ha creat un nou fulletó que inclourà un plantejament diferent. Donant moltes opcions als clients que vulguin venir. En una fira d'Holanda, ens hem adonat que tenim informació però no muntada encara.

10. Té el Patronat prevista alguna actuació per impulsar aquesta tipologia de turisme?

- Tenim el fulletó. A més tenim 5 exemples de ruta ciclista més representativa amb representació, vídeos, track, informació de desnivell, distancia, etc. Vist des del punt de vista ciclista, molt enfocat al que busca o el que els hi agrada.
- Un vídeo de destí de ciclisme
- També ho farem amb BTT.
- Amb les taules de treball vam decidir col·laborar amb la Girona Bike World.
- Incloure tota la informació a la web
- Viatges de premsa, bloggers i TTOO especialitzats en cicloturisme o ciclisme. (té molta més credibilitat, és més econòmic, ells fan la publicitat amb vídeos, fotos, articles, ho posen en xarxes socials, nosaltres ho podem retwittejar, etc.) Amb TTOO igual. Venen, venen i ens inclouen als seus catàlegs
- Quan venen els TTOO fem workshops amb empreses locals.
- També fem accions a fora, ara anirem a Brusel·les. Convoquem a TTOO allà, els hi portem empresaris d'aquí, presentacions i es forma un workshop allà.
- També avises als mitjans de comunicació per fer més ressò.
- En vam fer un a Londres en senderisme i cicloturisme a la botiga de National Geographic amb 5 o 6 empreses d'aquí i 5 o 6 TTOO d'allà.
- Posem plataformes per ajudar a les empreses i alhora fem promoció.

Pla d'acció 2016:

- Fires específiques
 - Girona Bike World: Bianual. Pròxima edició 2017
 - Fiets and Wandelbeurs (Pirineus)
 - Tournatour Düsseldorf (Pirineus)
 - Salon Randonée Lió (Pirineus)
- Acció promocional específica per operadors de cicloturisme al Regne Unit i Alemanya
- Nou fulletó cicloturisme, Vies Verdes, BTT i ciclisme
- Mapa desplegable
- FP / PT operador americà i canadenc
- Benchmark Suïssa
- Proposta Wefitter (Atlas Consulting)

11. A quins mercats s'adrecen?

El mercat principal és Europa: França, Alemanya, Regne Unit i Benelux. També treballem amb altres, com Israel com a genèric perquè funciona molt bé. Països nòrdics i països de l'est també, però més genèric.

Empreses d'aquí també treballen amb mercat americà, canadenc i australià. Nosaltres podem fer algun FamTrip o PressTrip amb aquests mercats.

12. Existeix algun pla estratègic de cicloturisme a la ciutat de Girona? En cas afirmatiu, en quin estat d'implantació es troba?

No, fem les taules de treball per afinar més. Hi ha un pla d'accions de promoció turística però no hi ha pla de màrqueting ni pla estratègic.

Ens interessaria un estudi del retorn del cicloturisme o el ciclisme aquí, per poder veure quin benefici ens aporta i si el retorn de la inversió és positiva. Ens cal un estudi de l'impacte econòmic, però no és un segment suficientment gran per fer un estudi tant costós.

Si sapiguéssim el que mou el sector econòmic del cicloturisme podríem exigir més o menys coses com construcció de carrils bici, etc.

13. Hi ha suficient infraestructura privada com per esdevenir una important destinació de cicloturisme?

Si. A part de lo propi que tenim, hi ha molts operadors estrangers que porten gent de fora. N'hi ha però sempre es poden millorar. A Eslovènia totes les carreteres i les autopistes tenen una xarxa de carril bici al cantó. Aquí les carreteres són planificades només per trànsit motoritzat. Sempre es pot millorar aquestes coses. Però tenim Vies Verdes, camí natural de la Muga, la Riba del Ter, etc. Però es pot millorar molt més.

14. Quina és l'oferta de la qual disposa el territori?

Tenim allotjaments especialitzats amb acreditacions com Bed&Bike o Bike Friendly, amb informació sobre rutes, menjar especialitzat, llibres, lloguer de bicicleta, lloc per guardar les bicicletes, espais adequats de garatges, tallers, etc.

Empreses que ofereixen rutes de tot tipus, per a tot tipus de ciclistes, etc. Sempre es pot millorar, però tenim una oferta molt completa.

15. Com és la demanda?

La demanda també hi és però ens va coneixent poc a poc. La Costa Brava ja no és només Sol i Platja. És molt complert: la poca distància entre mar i muntanya, golf, balnearis, vinyes, pobles medievals, etc. La oferta és molt i molt bona. Com més estructurada tens l'oferta més fàcil és vendre.

16. Quins són els models a seguir respecte el cicloturisme? Tenen algun model de destinació amb qui s'emmirallen?

Segur que hi és. Vam anar a la Toscana a fer un benchmark. Tenen una oferta molt guapa de territori. Però ells no fan res, només operadors nacionals o estrangers. El territori és ideal però no hi ha infraestructura ni l'administració fa res. Viuen de lo coneguts que són i lo que la gent ho coneix.

Hi ha el top 10 de destinacions per anar amb bicicleta on sortim nosaltres i la Toscana. També hi ha el model Mallorca, que el model és bo però mentre no arribi a la saturació. Té un model de 40€ en pensió complerta amb lloguer, allotjament i pensió complerta.

Hi ha llocs molt guapos, nosaltres hem de mirar de fer-ho bé.

17. Quina tipologia de "bicicleta" és la que està més desenvolupada al territori i quina és la que menys?

No, t'ho puc dir. Fem promoció. Sabem que les empreses ofereixen de molt alta gamma i fins a bicicletes plegables, tàndem o elèctriques, però la més desenvolupada no t'ho sabria dir. Els professionals es porten la seva bicicleta.

18. Quins avantatges creu que té el cicloturisme a Girona i quins inconvenients?

Inconvenients no en sabria dir un. Hi ha el perill d'apostar més per la quantitat que la qualitat, i arribar a una saturació com a Mallorca. Avantatges molts: desestacionalitza allargant la temporada (primavera i tardor), genera riquesa, crea llocs de treball, ens posiciona com a destí turístic, etc.

19. Quines creu que són les seves destinacions competidores?

Mallorca, Provença, Toscana, etc. Tots els llocs amb atractiu paisatgísticament, bon clima i amb certa tradició ciclista amb allotjaments i establiments preparats pel ciclista són competidors nostres. No ens els mirem només com a competència. Podem aprendre dels seus models, no cometre els seus errors però si els seus encerts, anar a estudiar com ho fan ells, etc.

7.3. ENTREVISTA 3: Responsable d'una AAVV especialitzada en Cicloturisme: EDUARD KIRCHNER

El cicloturisme fa 10 anys que hi ha Tour operadors a Girona. No és un moviment recent. Ara hi ha més ressò en l'àmbit públic i en els mitjans de comunicació. Vam ser els primers a Catalunya, aquest any fa 20 anys. Considerada la precursora, creada per l'Ampar Vaqué. Volem donar un impuls més dinàmic i professional.

1. És el cicloturisme un segment de mercat potent per la ciutat?

És una oportunitat més, els mitjans de comunicació són uns amplificadors de tot, per lo bo i lo dolent, i ara s'està "amplificant" molt, com la gran oportunitat del ciclisme. Hi ha allotjaments bolcats en el cicloturisme, i la facturació de cicloturistes és un 15%.

El cicloturisme és un atractiu més, és una eina més. No salvarà a ningú de res. És el "bulo" que s'està creant. Poder adquisitiu alt i així.

2. Quines són les tendències pel que fa als productes turístics en bicicleta hi ha a Girona i a què es deuen?

El cicloturista itinerant més turístic que ciclista, i el turisme de carretera més esportiu. En menor casos, les vacances en BTT. Hi ha un altre turisme, el turisme actiu, que és el fet de realitzar activitats en bicicleta.

3. Què diferenciaria el cicloturisme del turisme esportiu en bicicleta?

Cicloturisme, hi ha la tradició francesa. En alemany és vacances en bicicleta. A Anglaterra és "cycling holiday" que mai incorpora bicicleta de carretera ni bicicleta de passeig. Hi ha una necessitat de ficar les coses en paraules, però cicloturisme és tot.

Són dos segments diferents, però tot es pot considerar cicloturisme.

Els professionals que viuen o fan estades a Girona no són cicloturistes, però el fet de que aquests utilitzin les carreteres il·lusiona.

Un ve a Girona a fer una estada perquè està entre els top 10 de ciclistes amateurs. Aquest ve a entrenar-se, només vol un plat de pasta després d'entrenar. Hi ha molts grisos.

Que vingui algú a entrenar-se no és cicloturisme, però estimula. Ve a entrenar perquè hi ha bones condicions.

4. Pot Girona esdevenir una ciutat reconeguda a nivell mundial gràcies a la bicicleta? Que caldria per arribar-hi?

I què que ho sigui? Què et fa capital? El volum de persones? O què? A dia d'avui, en volum, Girona només és rellevant en la forma en que alguns ciclistes han decidit residir aquí. Si mirem concentració d'equips d'entrenament, Mallorca o La Manga del Mar Menor tenen molts més equips professionals fent estades. Però no hi ha tants ciclistes professionals residents. Però quan els equips professionals decideixen fer estades, van a Canàries, a Mallorca, a Màlaga. I alguns venen a Girona. És extraordinari, entre totes les fases d'entrenament d'un ciclista professional, acaba decidint o no, tenir una casa a algun lloc. És cert, que n'hi ha que la decideixen tenir aquí, però després se'n van a fer estades a altres llocs.

Rabobank decideix entrenar aquí, etc. Cicloturista itinerant amb bicicleta de passeig no n'hi ha.

Les vies verdes, són molt maques i ens les estimem molt, però davant dels 7 o 8.000 km a Bèlgica, o no se quants quilometres tenen a Alemanya i a Àustria. No intentem competir. Valorar-ho, posar-ho, respectar-ho, millorar-ho, etc.

5. Quina relació tenen amb l'administració?

Participem dels diferents òrgans de promoció turística i intentem impulsar un enfoc des de l'empresa local, que tenim molta dificultat estructural de tirar endavant. El nostre govern ha de ser sensible. La competència són les empreses de cicloturisme dels altres països. Tenim el territori però no tenim la proximitat dels clients o de tots els clients.

Idiomes no és una barrera i Internet ens obra les portes, a més som els coneixedors del detall, paguem impostos aquí, generem riquesa aquí, etc. Això és el que intentem explicar.

També participem amb fires i actuacions del Patronat.

6. I el sector públic? Com ha d'actuar?

És molt complexa. El cicloturisme i el senderisme no hi ha barreres d'entrades per les empreses de fora.

Si jo fos carnisser seria important que se m'ajudés. Si jo invito a càrniques molt més grosses d'aquí, aquestes grans multinacionals es cruspeixen les nostres vedelles, no les compren als nostres carnisseres. La vedella la facturem allà amb una part nostre. Quan promocionem el país s'ha de promocionar les càrniques, no les vedelles.

En el cas del cicloturisme passa el mateix, el govern d'aquí ha de fer una discriminació positiva als que paguen impostos aquí. Ens interessa crear una estructura d'empreses d'aquí, amb l'objectiu és treballar aquí, hi ha una relació amb els allotjaments d'aquí, molt més lleial que la de les empreses de fora.

Ens interessaria una quota de mercat del cicloturisme a Girona fos gestionat en un 30% per les empreses d'aquí? SI

Les empreses que paguen impostos a Girona gestionen un 3 o un 4% del mercat de cicloturisme a Girona.

La resta ho gestionen empreses de fora. Gestió es refereix a volum de client que exploten el nostre territori. Empreses que gestionen en volum de facturació explotant el nostre territori. S'hauria d'equilibrar i compensar això.

Quan promocionem, hem de promoure les empreses que paguem els impostos a la mateixa administració.

No passa en cap altre sector. Tots els altres sectors has de pagar una entrada. Golf, has de pagar, submarinisme, gastronomia, etc. Ningú encara ha pres consciència d'aquesta dificultat.

7. Hi ha hagut una evolució de la demanda de cicloturisme a Girona en els darrers anys? Quina ha estat?

Progressivament va creixent. Estem començant a ser un destí.

8. Què busca i quina motivació té per venir a aquí?

No venen per una motivació especial. Quan un és cicloturista, el que busca són destins. Quan has anat a 16, vols anar a un 17è. Girona, té molt bones condicions però és una destinació més.

Ningú es lleva dient, vull fer cicloturisme a Girona. Girona té condicions molt bones i també li falten moltes coses.

9. Com és el cicloturista que us arriba?

Hi ha molts perfils. El que fa itinerant i turístic és major de 60 anys, europeu o americà. El gran mercat cicloturista europeu major de 60 anys, van començar amb 40. Però els de 40 anys d'ara no fan cicloturisme.

Va haver-hi un gran moviment de cicloturisme. Però els finlandesos de 40 no fan cicloturisme com fan els altres. A les AA.VV. se'ls hi estan fent vells els clients.

En cicloturisme, bicicleta de passeig, menors de 50 anys no arriba a un 10%.

El col·lectiu de bicicleta carretera la gran majoria és per sota dels 50 anys.

Per cicloturisme, és una proporció petita.

En el conjunt que pedalen per la província de Girona, 50% 50% esta bastant equilibrat.

Hi ha operadors francesos a la Costa Brava que n'atrauen molts. Els grups de cicloturisme queden més dispersos. L'estacionalitat dura més mesos. El col·lectiu de carretera sol ocupar el febrer, març, abril. Perquè demanen condicions als hotelers fora de temporada. Si porten 300 persones, 18 setmanes, ja fan l'agost.

En quan a facturació, el cicloturista pot donar més redit, perquè cada pernocta del ciclista de carretera són bastant baixos de 29 a 35€ en pensió complerta. Això és poc. El bon preu s'aconsegueix bloquejant moltes habitacions en varies nit.

10. Què ofereix Girona? Té infraestructures i serveis suficients?

Depenent del col·lectiu. A nivell d'infraestructures viaries hi ha un ampli marge de millora però sinó hi ha diners, no es pot fer.

Hi ha moltíssimes coses que es podrien fer i que serien molt ben vingudes, i n'hi ha d'altres que es podrien resoldre en breu, però l'administració està molt lligada.

L'administració estan d'acord amb la llista de coses que podríem arreglar, però no poden. Qualsevol firmaria.

Propostes infraestructures viaries: Connexions a Verges, fatal, davant dels càmpings la Ballena Alegre i Les Dunes, allò és un desastre, el voral de la carretera de St. Feliu, St. Antoni i Palamós, serien milions de bicicletes.

Per desenvolupar el cicloturisme pertany al sector privat. No sorgiran més empreses o serveis fins que no hi hagi negoci per generar-los.

No podem muntar un centre de serveis de ciclistes si després me l'he de menjar. Però per altre banda, crec que no ho hauria de fer el sector públic. De muntar serveis ja s'encarregaran les empreses privades.

Complicitat sincera entre tots. És un sol país, si consensuem com? què? quan?. Ens falta una mica de perspectiva de que hi ha bens comuns i ens hem de sentir implicats.

11. Quines mancances té Girona?

Sistemàticament, la gent ens felicita de l'actitud dels conductors. El 10% local que intenta castigar el ciclista, noi jove i home gran. Els pitjors són els de fora.

La gent és molt educada, civilitzada i cautelosa. La gent ens felicita de l'actitud de la gent d'aquí.

(intermodalitat) Mobilitat de les persones. No podem adaptar trens a les bicicletes si no som capaços d'acabar l'estació de l'AVE.

No es pot pretendre un desenvolupament d'una activitat econòmica i turística d'un dia per l'altre. A Girona falta complicitat en el sector i anys.

Però tampoc volem

L'únic que fa falta és consolidar oferta i demanda de tots els agents implicats. I qui visqui d'això anem consolidant un destí amb bons dissenys i bones carreteres, etc.

Gaudim de construir el cotxe, no de tenir-lo al garatge.

No cal dir: GIRONA ÉS CAPITAL DEL CICLOTURISME. Hi ha una actitud de VOLEM PODER-HO DIR.

A Girona, a dia d'avui no li falta res.

Ja tenim un Cenit, i fa la seva feina, i tant de bo tinguin més clients i puguin seguir creixent, no cal tenir el millor del món sempre.

Les administracions estan promocionant molt a emprenedors, deixant de banda als professionals que porten anys al sector i que els hi poden donar més retorn de la inversió. Perquè després arranquen i no se'n surten.

12. Quines accions caldrien des del sector públic per fer de Girona una bona destinació de turisme de bicicleta?

Cal agafar l'oferta de les empreses, i ajudar-les a que explotin els seus productes. L'empresa després crea riquesa. Paguen impostos, creen llocs de treball, etc.

Ficar l'empresa davant del toro, però que ens ajudin a emplenar places.

El territori és neutre. Si al carnisser de fora li ensenyas les vedelles, molts vindran a matar vedelles. S'ha d'ensenyar els carnisseros, no les vedelles.

13. Per característiques de la ciutat i la destinació, qui creus que són els principals competidors?

Els touroperadors de fora.

El gran altre tema. Els hotels fan paquet, i l'administració s'està dirigint als hotels per que creïn paquet. Els NIF de l'hotel no pot vendre paquet. L'ha de vendre l'agència.

L'agència aglutina diferents serveis, entre ells la pernocta, i vendre un paquet turístic.

14. Quina és la competència d'operadors turístics, agències de viatges, touroperadors que té la província de Girona? Aquesta va en augment?

Tot el món. Hi ha operadors de tot el món que treballen a Girona. Per tant, és competència de la gent d'aquí. Però benvinguda sigui. Però per fer fort el país s'ha de promocionar a les empreses d'aquí.

No has de ajudar a que hi hagi empreses de fora que venguin lo nostre.

15. Quins objectius hi ha a partir d'ara a nivell d'empresa?

Fer sostenible cicloturisme amb una feina ben feta. Com a empresa pugui reinvertir amb els mitjans que necessita, amb un treball correcte en volum d'hores i recompensa econòmica satisfactòria i que tot sigui sostenible en el temps.

16. Quins són els objectius a nivell de destinació?

Que es crees un teixit d'empreses fortes. No se quantes, però que tingués sentit la nostra pervivència. Que el negoci creixi per la vessant de les empreses locals.

La intensitat dels mitjans de comunicació, que busquen notícia, i sinó hi és la fan, és molt gran.

Hi ha creixement del cicloturisme, si, va millor que la construcció i les llibreries, si.

Aquest sector té una dificultat estructural molt forta. Cada vegada que surt una bicicleta el rendiment esta garantit, i no.

El marge de benefici no és ampli, el volum d'hores per unitat de venda és molt alt.

Una botiga de roba carrega un 100% del cost. Amb només un lloguer. Amb un mínim de vendes.

9 pòlisses d'assegurances. Cada cosa ha de portar Iva, renovar bicicletes, llibres de ruta, GPS... No és un negoci evident pel que fa el marge comercial, per cada unitat de venda és molt baix.

Un gimnàs, en quan té un nombre mínim de socis, té un marge maco.

Valor afegit: "*local travel agency*"

El de Melbourne no li veu la cara al de Sydney. Per tant, que més dona Sydney o Girona.

7.4. ENTREVISTA 4: Departament comercial de l'Hotel Carlemany de Girona: MONICA MONTAL.

1. És el cicloturisme un segment de mercat potent per la ciutat?

Crec que sí. Com a Carlemany, ja en tenim però volem potenciar-ho. El nostre client és el de negocis, però el cicloturisme, amb bons precursors com els equips professionals que viuen a la ciutat, és un mercat fort i que va a l'alça.

2. Quines són les tendències pel que fa als productes turístics en bicicleta hi ha a Girona i a què es deuen?

Hi ha d'empreses que ofereixen productes turístics, però ens queda molt treball per fer. Cada vegada hi ha més gent ficada en el tema.

3. Què diferenciaria el cicloturisme del turisme esportiu en bicicleta?

Podem tenir dos estils.

Cicloturisme: l'aficionat que ve a fer unes rutes o a pedalar per les carreteres on entrenen els professionals. Gent que fa d'Olot a Platja d'Aro, amb 20km diaris, amb bicicleta de passeig, etc.

Ciclisme professional: gent que ve a fer "training camps" a Girona, per entrenar. Es consideren turistes ja que pernocten fora de casa.

Dins el "target" de cicloturisme són dos variants diferents: professionals o aficionats.

Hi ha professionals instal·lats a Girona o gent que lloga pisos.

En Christian Meier, un professional que viu a Girona. Creador de la Fabrica Team, que els patrocina Pere Quera i Bici Oci, amb ciclistes amateurs, actius a les xarxes socials, etc.

4. Pot Girona esdevenir una ciutat reconeguda a nivell mundial gràcies a la bicicleta? Què caldria per arribar-hi?

Ja ho és. S'ho creuen més els de fora que els d'aquí. Es donen unes condicions idònies de carreteres, clima, gastronomia. És una ciutat petita. La gent no hi destaca molt, passen desapercebuts, viuen tranquils, etc. Falta que la gent s'ho cregui i acabi potenciant Girona com a ciutat ciclista.

5. Quina relació tenen amb l'administració?

Arran de la destinació, ells fan grups de treball amb el sector hotelier, amb gent especialitzada del món del turisme (organitzadors de curses, ciclistes com en Meier, etc.) i empreses com (Bikecat, BikeBreaks).

La vessant del Running, gent que organitza curses de córrer, persones com en Toti Bes, el Club Trail Running Girona, etc.

Els ens diuen que han detectat que necessiten això i allò. Els runners i els ciclistes diuen que necessita un esportista que ve a la ciutat. Varietat de productes, flexibilitat horària, late check out, que es puguin venir a dutxar-se després d'una cursa.

6. I el sector públic? Com ha d'actuar?

Estem començant a arrancar. L'ajuntament està pendent del pla d'acció del mes d'abril. A veure quines línies seguirem, quines fires anirem, etc. Ja es va a fires, ja que la DTE de l'ACT té varies destinacions a Catalunya (Blanes, Calella, etc) ja es va a fires especialitzades. Amb aquest pla es detectarà una mica on es pot anar. S'estan fent coses, però queda molt.

7. Quin volum d'arribades té l'hotel motivats pel ciclisme?

Ara mateix, menys d'un 1%, amb 125 ciclistes l'any 2015 i estem intentant promocionar-nos. Tenim grupets confirmats per aquesta primavera, etc. També volem fer un parell de workshops, un pel ciclisme de carretera i un pel cicloturisme en general.

8. Quin producte ofereixen vostès a aquest tipus de turista?

La diversitat de l'hotel. El punt fort de la restauració. La facilitat de modificar horaris si ho necessiten, l'espai per les bicicletes, etc.

9. Com atrauen aquest turista?

De moment molt poc. És una necessitat detectada el 2015 i hem de potenciar-la. El MICE i el golf són dos dels altres mercats forts.

10. Els arriba de manera directa o a través d'operadors turístics?

De manera directa (30% turistes més individuals) i a través d'agències (70%) ja que tenim grups confirmats.

11. Com és el "cicloturista" que s'allotja al seu hotel? (Nacionalitat, comportament de consum, estacionalitat...)

Estacionalitat: primavera i tardor. Comportament: surten al matí i arriben a la tarda. A la tarda van a fer el vol. 1-2 nits d'estada. Nacionalitat: Alemanys, anglesos, holandesos, etc.

Hi ha els sèniors pel cicloturisme i els professionals que són gent jove. S'allotgen, esmorzen i poc més. No consumeixen ni sales ni altres productes. Tenen la tarifa de grup.

12. Què busquen a Girona i sobretot, què troben?

Busquen el nostre clima, la nostra gastronomia i les infraestructures a nivell de vies verdes, carreteres

En 3 quilometres estàs a la Vall de Llémena, que no hi passa ningú. En Meier diu: El que hi ha aquí, us ho heu de creure, aquestes tirades en planer, les carreteres, el clima, etc.

13. Creu que és un segment de mercat a l'alça?

Si, la tendència és a seguir creixent.

14. Com creu que s'han d'adaptar els allotjaments turístics de Girona perquè la ciutat esdevingui important en el món del cicloturisme?

Ja s'han adaptat. Des de l'ajuntament i l'agència catalana de turisme ens van marcar les pautes i els requisits necessaris i ja s'han adaptat prou bé.

15. Quines promocions es fan des de l'allotjament per atraure aquest segment de mercat?

Actualment cap. Estem buscant llocs especialitzats per donar a conèixer tot això del cicloturisme. A nivells de recursos, d'un hotel independent no podem fer masses coses. S'han de buscar proves i curses noves per atraure client de ciclisme i running. Hem incorporat el microside a la web per a que se'ns posicioni, intentem crear un fulletó, etc.

16. Es treballa de manera conjunta amb altres empreses privades? Quin tipus de col·laboració i amb quin tipus d'empresa (allotjaments, botigues, ttoo...)?

Podem gestionar el lloguer de bicicletes o qualsevol servei que no tinguem i que el client ens demani. Tenim contractes amb empreses de bicicleta i tallers. Encara no hi ha el volum generat com per tenir la necessitat d'anar a buscar-ne més.

17. Quins serveis necessita un ciclista que no necessiti un turista de cap de setmana?

Flexibilitat horària, el lloc de les bicicletes, bona gastronomia i flexibilitat per poder donar menjar fora d'hores, etc.

18. Quins són els vostres competidors?

Ultònia, AC, Doble Tree, Melià i el Nord.

19. Tenen algun objectiu a nivell d'empresa pel que fa a aquests clients?

Anar a aquests workshops, patrocini de la Pirinexus, patrocini d'un equip femení de la cursa. Patrocini a l'equipació de l'equip ciclista amateur Gerunda, hem estat en contacte amb la gent de La Fabrica Team, per tal de fer sinèrgies amb ells, etc. Mirem d'estar a tots els llocs a nivell local, etc.

7.5. ENTREVISTA 5: Responsable de BIKE BREAKS, AAVV especialitzada en Cicloturisme: ANNA FELIU.

Amb 20 anys d'experiència. I des del 2009 a Bike Breaks.

1. És el cicloturisme un segment de mercat potent per la ciutat?

Si, i cada cop més. Prova en tenim dels ciclistes professionals que viuen aquí. Girona dona condicions de clima i carreteres secundaries sense gaire transit, amb ràpid accés que afavoreix a aquest tipus de turisme de carretera. Pel cicloturisme també tenim les Vies Verdes, amb camins ben cuidats i senyalitzats, la xarxa del Baix Empordà amb zones bastants planes, etc. És un territori amb molts aspectes positius. És un turisme a l'alça.

2. Quines són les tendències pel que fa als productes turístics en bicicleta hi ha a Girona i a què es deuen?

La gent cada cop busca més fer la seva. Cada cop ve més ciclisme de carretera. Ara és el que més creix.

3. Què diferenciaria el cicloturisme del turisme esportiu en bicicleta?

Cicloturisme és una manera de viatjar, utilitzant la bicicleta com a mitjà de transport. Solen anar d'un allotjament a l'altre. Volen gaudir del paisatge, busquen tranquil·litat, observant, gaudint de l'entorn. No hi ha finalitat d'entrenament ni competició.

El turisme esportiu/ciclisme, també gaudeixes de l'entorn però busques més desnivell, hores d'entrenament, quilometres, etc.

4. Pot Girona esdevenir una ciutat reconeguda a nivell mundial gràcies a la bicicleta? Que caldria per arribar-hi?

Si, hi estem treballant. Venen a fer bicicleta, però com a usuària, a nivell urbà és molt complicat i cal molta conscienciació i feina per fer. Però pels que venen a fer bicicleta, hi estem treballant.

No és perillosa. Els estrangers queden encantats pels comportaments de la gent que va amb cotxe.

5. Quina relació tenen amb l'administració?

Bona. Ara s'ha creat aquest segell de DTE. Nosaltres formem part d'una comissió que es vol vetllar per promoure tot el tema del DTE que inclou ciclisme i running.

6. I el sector públic? Com ha d'actuar?

Ajudant a promoure el territori i les agències privades. Escoltant i ajudant als experts. Ajudant-nos i anant de la mà en totes les accions.

7. Hi ha hagut una evolució de la demanda de "cicloturisme" a Girona en els darrers anys? Quina ha estat?

Per suposat. Nosaltres vam començar amb 15 bicicletes i actualment en tenim 240. I en algunes èpoques, també ens quedem curts, i n'hem de llogar a altres llocs per cobrir la demanda. Tot ve donat de la demanda. Seguirà creixent segur.

8. Que busca i quina motivació té el client que visita Girona?

Busca bon temps, fugint de la pluja i el fred, busca bones carreteres i bons camins, amb fàcil accés, bon menjar i beure i poc trànsit.

9. Com és el cicloturista que us arriba (estacionalitat, despesa, nacionalitat, comportament, estades)?

Molts americans, canadencs, anglesos, holandesos i belgues, en aquest ordre. Cada cop hi ha menys estacionalitat. El mes d'agost és més suau, la gent viatja en família i fa massa calor. Nosaltres comencem a treballar febrer-març fins octubre-novembre.

- Passeig: famílies i jubilats. Vies verdes, ciutat, etc. 15% a l'estiu. Gairebé 100 bicicletes.
- Carretera: gent entre 40 i 50 anys. Tota la província. 80% tot l'any. Més de 100 bicicletes
- BTT: joves de 25 a 45 anys. Muntanya. 5% molt poquet. 6 bicicletes.

Problema: molts camins de BTT però mala senyalització. Es recomana que es faci amb guia. Perquè els mapes es poden perdre. S'hauria de treballar ja que hi ha bona demanda.

Hi ha centres BTT de Quart, Sta. Cristina o Amer.. hi ha mapes i així, però obren poc, i el que són trialeres i camins més petits tampoc estan senyalitzats. Toquem molt Empordà i Pirineus.

Totes les rutes les fem nosaltres. Tenim rutes marcades i en podem dissenyar de noves. Sempre intentant evitar carreteres principals, trànsits, etc.

10. Que ofereix Girona? Té infraestructures i serveis suficients?

Allotjaments amb encant, bons restaurants, un ambient maco pels acompanyants de ciclistes, bars, restaurants, tot a l'abast, una ciutat tranquil·la, amb una ampla oferta cultural i d'oci.

11. Quines mancances té Girona?

Podrien haver-hi més restaurants més Bike-Friendly, que es poguessin guardar les bicicletes o que es pogués entrar la bici, etc.

12. Quines accions caldrien des del sector públic per fer de Girona una bona destinació de turisme de bicicleta?

Promoció. És vital. Participar en diferents fires internacionals, ajudes a empreses locals, etc.

Nosaltres fem una acció en el London Bike Show i al juny organitzem un Festival Ciclista que es diu Girona Cycling Festival. És una setmana on Girona s'ha de convertir en un lloc on tots els amants i aficionats del ciclisme han de venir. Hi ha 3 proves principals: una pujada als Àngels cronometrada, una nocturna pel barri vell i una gran fondo que és una marxa de 125km. També hi ha un show de DownHill i cada dia s'organitzen sortides, sopars, etc. Es pretén una cohesió de gent de fora amb gent d'aquí.

Estem promocionant molt el destí Girona.

Se li ofereix un paquet amb allotjament, o venir a fer una prova, o el que sigui.

A més a més et poden fer la llicència per dia per cobrir-te en cas d'accident o caiguda.

13. I quines actuacions calen des del sector privat?

Estem fent igual que la pública. Promocionant i promovent el ciclisme a la ciutat. Cuidant el client, oferint un bon servei i un bon producte. Has d'intentar que el client torni.

14. Per característiques de la ciutat i la destinació, qui creus que són els principals competidors?

El principal competidor és Mallorca. És difícil, perquè viu del turisme, tenen molta estacionalitat i rebenten preus fora de temporada, i nosaltres tenim difícil competir amb això. A nivell europeu, pel que fa el clima mediterrani, bona gastronomia, paisatges macos i molta tradició ciclista. És un fort competidor.

15. Quina és la competència d'operadors turístics, agències de viatges, touoperadors que té la província de Girona? Aquesta va en augment?

Cada cop n'hi han més. Però molts cops són negocis "il·legals". Gent de fora que monta negocis, sense seu aquí, no paga impostos d'agència de viatge, no paga res, venen, consumeixen i marxen. Hi ha molts TTOO i petites empreses que veus per internet tipus "Bike Girona" i dius, d'on han sortit?

Els oficials som BikeCat, Cicloturisme i Bikebreaks, agències especialitzades en cicloturisme. Treballem amb TTOO americans majoritàriament, també holandesos i belgues.

16. Quins objectius hi ha a partir d'ara a nivell d'empresa?. Quins són els objectius a nivell de destinació?

Créixer i créixer. A nivell de destinació es pretén que esdevingui una destinació mundial de ciclisme.

17. Quins serveis oferiu des de la vostra agència?

Tractem des de BTT, passeig, a fer un paquet, lloguer de bicicletes, amb reserves d'hotel, transport d'equipatges, llibres de ruta, guies, GPS, taller de reparació. Tot relacionat amb la bicicleta.

18. En quin sentit us ha afectat que Girona hagi estat certificada com a Destinació Turisme Esportiu?

Ens sentim de que s'han adonat de que Girona té potencial com a destinació de ciclisme i a part de les empreses hi ha una Administració que vetlla per promocionar la zona i per adaptar-la. Per això, s'han atorgat uns segells als allotjaments que han adaptat el seu producte als clients que venen amb bicicleta.

19. Es treballa de manera conjunta amb altres empreses privades? Quin tipus de col·laboració i amb quin tipus d'empresa (allotjaments, botigues, TTOO...)?

Treballem amb hotels i altres allotjaments, però no tenim convenis amb masses empreses de ciclisme.

20. Quins serveis són obligatoris per un ciclista?

Flexibilitat horària, un lloc per guardar-hi les bicis, volen bona gastronomia més o menys és el més important i el que més demanen.

7.6. ENTREVISTA 6: Responsable Centres BTT de Catalunya i director de la Transpyr: FRANCESC SALLEN. Expert en productes turístics en bicicleta i esdeveniments de bici (Transpyr)

Organitzador de la Transpyr. Venim del mercat esportiu i seguim treballant amb altres projectes relacionats amb cicloturisme i l'esport.

1. És el cicloturisme un segment de mercat potent per la ciutat?

A Girona, té un potencial però és incipient. La gent hi faria estada per fer productes de cicloturisme per la província. Al costat del turisme cultural o gastronòmic encara no és un mercat potent.

Com a destinació té molt de potencial pel seu atractiu i tributs. Hi ha allotjaments especialitzats, s'han creat nous TTOO ubicats a Girona amb clientela mundial, etc. Però pel que fa al turisme global en Girona, el cicloturisme és un segment petit.

2. Quines són les tendències pel que fa als productes turístics en bicicleta hi ha a Girona i a què es deuen? Quin segment és el que ha crescut més?

Hi ha dos pols, que no es solen tocar: La bicicleta com a mitjà de descoberta de l'entorn amb motivació cultural i l'altre pol: esportiu, entrenament, rendiment que busca carretera, desnivell, alimentació, etc. Aquí hi ha subsectors que va des de professionals, a amateurs o a grups d'amics.

Pel que fa les tendències, els TTOO van creant productes en funció de la demanda i són ells els que coneixen el camí que porta la tendència en cicloturisme.

El cicloturisme hi ha la demarcació de Girona i la de província. La gent pot anar-se'n a l'Alt Empordà en un hotel, o en un casa rural o molts agafen Girona com a centre neuràlgic des d'on inicien i acaben els entrenaments. Però també fan sortides de dos o tres o quatre dies fora fent nit pel camí i aquí ja té més sentit el TTOO.

Hi ha la carretera de Vallter, hi ha la Vall de Llémena, hi ha Rocacorba, etc. Hi ha molt bones infraestructures per al ciclista de carretera.

3. Què diferenciaria el cicloturisme del turisme esportiu en bicicleta?

Cicloturisme: venir a fer vacances basades en la utilització de la bicicleta en diferents modalitats com són BTT, carretera o el cicloturisme d'alforges.

Hi ha el cicloturisme cultural i l'esportiu:

Cicloturisme: anar a fer vacances en bicicleta o la modalitat on la bicicleta és el vehicle. Un públic sènior, que utilitza la bicicleta diàriament i l'utilitza també a les vacances.

En l'esportiu: el tenir ciclistes professionals aquí instal·lats, els TTOO ho han sabut estirar per atraure grups ciclistes cap a Girona. I també es considerarien cicloturistes perquè el motiu principal de desplaçament al destí és anar a fer bicicleta. I tota la seva estada va relacionada amb l'activitat.

4. Pot Girona esdevenir una ciutat reconeguda a nivell mundial gràcies a la bicicleta? Que caldria per arribar-hi?

Per suposat, però tenim limitacions. Ens trobem amb ciutats a Espanya amb millor climatologia, més oferta d'allotjaments, etc.

Girona ciutat i província té un estàndard mig mig-alt.

Ser coneguda a nivell mundial no depèn només dels TTOO o agències locals, sinó que hi ha d'haver una voluntat des de l'administració de voler tirar endavant amb aquest segment i s'hi han de dedicar-hi esforços, realitzant apostes importants a mig-llarg terme. Falta veure si és un tema prioritari dins dels altres bons segments de Girona.

5. Quina relació tenen amb l'administració?

Tenim una bona relació amb l'administració. El resultat pot ser millor o pitjor però les condicions econòmiques actuals dificulten.

Tens dos àmbits importants: autoritzacions i permisos que és laboriós i el tema suport via ajuts o patrocini pel posicionament del destí. Esdeveniment, amb participants de tot el món, que visiten el territori, etc.

Hi ha receptivitat, no sempre tant com ens agradaria, però la situació actual és la que hi ha.

Col·laborem amb ajuntaments, consells comarcals, diputacions, consorcis, Generalitat, etc. El que venem es posicionament del destí.

6. Com ha d'actuar el sector públic? I el privat?

Hauria de fer un anàlisi en la seva màxima dimensió de quin potencial estariem parlant. Cal veure si la meta final és possible, perquè potser la flota d'allotjament no dona per massa més. No ho se. Fer una posada de mitjans en aquest estudi i després dedicar-hi recursos depenent del recorregut que puguis tenir.

També és important tenir molt en compte els agents especialitats, conèixer el mercat o posar-se en mans d'estructures, tècnics o coneixedors d'aquest sector, per veure com es mou el mercat, qui són els líders d'opinió, etc.

Posicionar un destí és qüestió d'anys, no de dies. S'hi ha de dedicar esforços constants.

El sector privat sap que ha d'oferir i dins la competència del sector han de buscar complicitats i arribar a acords per fer pressió sobre l'administració perquè es tinguin en compte els seus interessos i les seves necessitats. La unió permet tenir uns interessos i uns punts en comú.

Hi ha empreses privades especialitzades que viuen del ciclisme (com són les agències de cicloturisme) i altres empreses com els hotels o els restaurants, que no és el seu sector, ells volen omplir l'hotel o el restaurant, li és igual el client del sector que sigui.

El que està clar és que s'ha de preservar aquests corredors professionals que viuen i entrenen aquí. S'ha de protegir el campió del món del triatló que viu aquí. És un petit tresor, que ha passat per uns motius, però ells estan a gust i els hi agrada. És un esforç que t'ha costat molt poc, ja que el territori hi té molt a veure, però s'ha de fer èmfasi amb líders d'opinió, mitjans de comunicació, etc. Serà clau per diferenciar-nos i posicionar-nos.

7. Com neix Girona Bike World i quin és el seu objectiu?

Nosaltres som els organitzadors de la Pirinexus 360 Challenge. És una volta a la ruta Pirinexus, non stop. La primera edició es va fer en el marc de la Fira Girona Bike World. Podriem organitzar fires, però aquesta és de la Fira de Girona, no la hem muntat nosaltres.

8. Quina valoració hi ha després de la 1^a edició? Es repetirà aquest any?

No, es farà cada 2 anys.

9. A quin públic va dirigit?

El mercat cicloturista tenim varis perfils:

- Turisme familiar/actiu. Famílies i practicants esporàdics de la bicicleta que agafen un pont o unes petites vacances per anar a fer un viatge on la bicicleta té una relativa importància. Tenen un alt marc de seguretat i es mouen per llocs com les Vies Verdes, fora del trànsit motoritzat. És un percentatge minoritari.
- Cicloturista que té la bicicleta com a vehicle de viatge per fer una visita cultural. El públic és estranger i tenen una cultura d'utilització de la bicicleta en el seu dia a dia. És un percentatge significatiu.
- I finalment el cicloturista més esportiu. Majoritàriament carretera, però també BTT. Ve a emular els corredors professionals, fer recorreguts atractius amb poc trànsit, carreteres i ports que fan ells, amb tots els serveis que busquen i necessiten (horaris, taller, garatge, gastronomia, etc.). Sempre hi sol haver-hi acompanyament i l'estructura d'acolliment adequada.

Són els 3 clars perfils consumidors del ciclisme al territori. En el cas de la Pirinexus, aniria dirigit a un perfil de mercat més esportiu, tot i que també cicloturista, depenent de com ho vesteixis respecte a la durada, els ports, recorreguts, desnivells, distància o els tipus d'allotjament que demanin.

Perfil adult amb hàbits d'us de la bicicleta.

Perfil jove pels esportius

10. Creu que hi ha suficient estructura de productes en bicicleta?

Per la demanda que hi ha si, però si alguna cosa que tenen els sectors especialitzats és que saben com és el client, la demanda que tenen i el que busquen. A mesura que anirà creixent el mercat, l'estructura anirà creixent automàticament els touoperadors, les empreses, etc.

Existeix una gran potencial de creixement però no hi ha suficient demanda per haver d'augmentar l'estructura de producte.

11. Quina és la oferta que tenim a Girona?

L'oferta és bona. Hi ha empreses que s'hi dediquen, clubs, negocis especialitzats, etc. L'administració intenta posicionar i ajudar amb Certificacions, Clubs, etc. Que van acompanyats a plans d'accions.

S'han de combinar la feina de les empreses privades pel seu compte, ja que són bons coneixedors del mercat i el coneixement de l'administració. Cal fer soroll en un mercat, que individualment seria molt difícil.

12. Com és la tipologia de turista que ens visita? (estades, nivell adquisitiu, motivacions, etc.)

A grans trets, el que sembla a fer i amb el que més treballem crec que el sector de famílies, grups d'amics, etc. Pràctica esporàdica de la bicicleta és un mercat domèstic i de proximitat com són Barcelona i rodalies.

El cicloturístic, és un mercat sènior, on la motivació és la descoberta del paisatge són Alemanya, Bèlgica, Holanda i aquells països on la bicicleta és un hàbit de vida i un mitjà de transport.

Pel que fa al turista més esportiu, anglesos, americans, Bèlgica, Països Baixos, dependrà dels tour operadors generalistes amb el que treballin les empreses.

13. Diferències entre el ciclista de carretera i el de BTT?

Són totalment diferents. Els percentatges del mercat dels cicloturistes de carretera i BTT és molt diferent aquí a Girona que a la resta d'Europa. A Girona hi ha molt més ús de la bicicleta de carretera que de BTT. El client de BTT que es capaç de viatjar, la seva motivació és d'aventura i lúdic. El de carretera, la motivació és d'entrenar, de fer uns objectius i uns desnivells i emular els professionals. Després hi ha un client esportista i de carretera, que busquen altres serveis com l'alta gastronomia o bons allotjaments. En aquests últims, el poder adquisitiu és força elevat.

Resum: BTT: Aventura natura diversió lúdic. Carretera: Tècnic esportiu rendiment.

En BTT és més complex, molts cops es necessita un receptiu que el proporcionï un guia, però en els darrers anys amb GPS i recorreguts baixats d'Internet és molt més fàcil.

14. Què manca i que hauria de millorar Girona com a destinació esportiva per ser una destinació coneguda a nivell mundial?

Com a Girona ciutat no ho se. Els viatges de la Pirinexus es fan a través d'una agència especialitzada. No se si hi ha mancances en l'oferta complementària amb horaris inadequats, si és l'aparcament, el robatori de bicicletes o les places hoteleres.

15. Pirinexus, Transpyr quin volum de masses i tipologies diferents de turisme atrauen?

Transpyr, és un esdeveniment que es basa en la Transpirenaica que va des de Llançà fins a Hondarribia a través dels Pirineus.

Pirinexus, és un esdeveniment completament nou. Mai tindran una participació massa elevada ja que són esdeveniments que es basen en la superació de reptes. La primera vegada van ser 100 participants i busques més el ressò de la notícia de gent que s'atreveix a fer el repte. No fas una Pirinexus per acollir 5.000 persones. L'objectiu és donar a conèixer el recorregut i els punts d'interès mitjançant un esdeveniment. Quan fas un esdeveniment selectiu, de vegades se'n parla més. És la part mediàtica que se li busca.

16. Quines ciutats són competència de Girona?

Tant si son equips professionals, amateurs o esportistes individuals realitzen estades abans de la temporada, es a dir, temporades d'hivern o primavera. Això vol dir que l'aspecte clima i la garantia de bones condicions és molt important. Llavors aquí tenim grans destins competència com pot ser: Mallorca, Canàries, Llevant o Andalusia, perquè tenen estructures d'acolliment potent, bona climatologia i possibilitats de pràctica molt interessant com la muntanya.

A Catalunya, hi ha Roses o el Maresme. Moltes vegades és mar, perquè és on hi ha unes infraestructures d'acolliment elevades i que en temporada baixa poden oferir unes condicions molt bones.

17. Quines propostes hi ha de cares als pròxims anys?

Nosaltres som agents molt petits. El mercat de les organitzacions d'esdeveniment es poden anar fent proves per a clubs ciclistes. Després hi ha empreses de grans esdeveniments com ara el Tour de France i entre mig hi ha l'empresa com la nostra. Hem de buscar esdeveniments singulars i un punt mig. Com una Pirinexus, que busca una cosa diferent, un repte personal, una ruta de 20 hores, que surts de nit, etc. També la Transpyr, n'hi ha d'altres en marxa, etc. Sempre amb la característica de realitzar un esdeveniment en el territori de Girona perquè l'aprecies, té un gran potencial i és important per totes les parts implicades. Hi ha la part de l'esdeveniment i la del màrqueting. Posicionar la Girona, promocionar la bicicleta o el Running, mitjançant l'esdeveniment o l'organització del viatge.

18. Com afecta a una destinació el fet de nombrar-la DTE?

S'entén com una destinació per anar a entrenar. I va a entrenar el seu esport. I aquí reunim les condicions òptimes per la pràctica esportiva.

Hi ha molts allotjaments que s'han hagut d'adaptar a les necessitats dels esportistes, això fa que la ciutat i la destinació estigui molt més preparada.

19. Tenen alguna destinació amb la que us emmiralleu?

Fem coses de diferents perfils. A nivell de turisme esportiu especialitzat, ens fixem en destinacions com Sheffield (Anglaterra) no pel clima sinó per l'aposta que fan. També hi ha organitzadors d'esdeveniments molt bons en destins consolidats de muntanya com els Alps, Chamonix, les Dolomites, etc. Hi ha carreres que ens agraden i sempre treus una idea d'un cantó o d'un altre.

Ens agrada les curses singulars com La Sella-Ronda Iro o la Raid BTT Chemins du Soleil, entre d'altres. Avui en dia hi ha moltes i moltes carreres. A l'any 2010, quan vam començar a fer la Transpyr, de proves per etapes a Espanya n'hi havia 1 o 2 i a Europa o al món 4 o 5 que sonaven de les 10 o 20 que n'existien. Actualment a Espanya n'hi ha 20 i a Europa 100 o 150. La Ruta de Los Conquistadores a Costa Rica, la TransAlp i la Crocodile Trophy d'Australia són les més antigues. Des de llavors ha crescut moltíssim. La gent d'aquí no té la costum de moure's en bicicleta, el que fa bicicleta és per fer entrenament i curses i tal. Però no serà un cicloturista per anar als castells del Loire o així. Però el fet de fer un esdeveniment o una cursa per etapes, ha provocat que la gent d'aquí es mogui més. Anar a Sudàfrica a fer la Cape Epic a Alemanya o a Suïssa una setmana, faig una cursa, veus un país, però a córrer. Ara està creixent moltíssim els esdeveniments en bicicleta.

21. Com neix la idea de crear un producte turístic d'una ruta Pirinexus que ja existeix?

Neixen de l'observació, de les oportunitats que hi ha, de conèixer el mercat i perquè un té una idea, es valora i es mira si pot funcionar o no.

La Pirinexus 360, és un esdeveniment d'un dia, non stop, amb un màxim de 20hores, basat en la Ruta Pirinexus (que ja existeix i que es gestiona des del Consorci Vies Verdes) i la voluntat d'estructurar un producte turístic, que es fa a través d'un acord amb un agència de viatges especialitzada.

A l'administració li proposem formules per posar en marxa mecanismes que vagin més enllà de l'organització d'una prova.

Es venen packs amb allotjament, transport d'equipatge, guiatge, avituallaments, etc. el que el client vulgui o necessiti.

El producte es ven tot l'any depenent de l'estacionalitat. Hi ha setmanes que no hi ha demanda, però tu els productes els fas a mida en funció del grup o les necessitats.