



LA IMATGE TURÍSTICA DE CATALUNYA

Turisme de Catalunya – Barcelona, 28 de gener de 2008

1.- Concepte de marca turística.

Marca turística	Conjunt de valors d'un territori que evocuen en el turista una imatge particular d'aquest territori.
Representació de la marca	

2.- Recerca "Imatge turística de Catalunya".

- **Què s'ha fet?**

- Realització de preguntes a turistes no catalans amb l'objectiu de determinar la imatge que tenen de Catalunya.

- **Com s'ha fet ?**

- S'han seleccionat dos grups de turistes: turista actual i turista potencial.
 - Els actuals són els que s'han enquestat mentre efectuaven la visita a Catalunya.
 - Els potencials són aquells que han viatjat com a mínim una vegada en els dos últims anys fora del seu país o CCAA (per espanyols) i s'han enquestat en el seu país de residència.
-

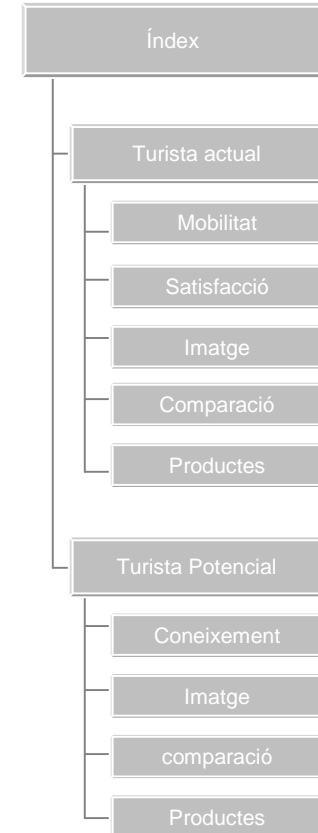
2.1.- Metodologia de la investigació.

	Turista actual			Turista Potencial
	Tardor	Hivern	Estiu	
Objectiu:	<ul style="list-style-type: none"> • Conèixer, al moment, la imatge i l'opinió dels turistes de Catalunya sobre els llocs que han visitat, tant per motius d'esbarjo com de negoci i esbarjo combinat. 			<ul style="list-style-type: none"> • Conèixer l'opinió, la imatge i el posicionament turístic de Catalunya i les seves marques que tenen els turistes potencials de la resta de l'Estat espanyol i internacional.
	Octubre 2005	Febrer-març 2006	Juliol-agost 2006	Abril-maig 2006
Univers:	Turistes majors de 18 anys no catalans que visiten Catalunya.			Individus urbans majors de 18 anys que realitzin viatges per motiu d'oci fora del seu país (CCAA per espanyols) amb una estada d'una o més nits i que no siguin viatges a segones residències com a mínim una vegada en els dos últims anys.
Mètode:	<ul style="list-style-type: none"> • Enquesta personal amb un qüestionari estructurat. • Mètode de mostra estratificada a proporcional per marques turístiques. 			<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista telefònica estructurada assistida per ordinador (sistema CATI). • Mètode de mostra estratificada a proporcional per zones a Espanya i per països a l'estranger.
Mostra Total:	1.256	1.163	1.347	3.627
	3.766			
Errors:	1,8%			2,9%



2.2.- Resultats de la investigació (estructura).

- Els resultats de les investigacions s'estructuren de la manera següent:
 - Turista actual:
 - Mobilitat.
 - Satisfacció.
 - La imatge.
 - La comparació amb altres destins.
 - Els productes i paraules que defineixen Catalunya.
 - Turista potencial:
 - Coneixement de Catalunya.
 - La imatge.
 - La comparació amb altres destins.
 - Els productes i paraules que defineixen Catalunya.



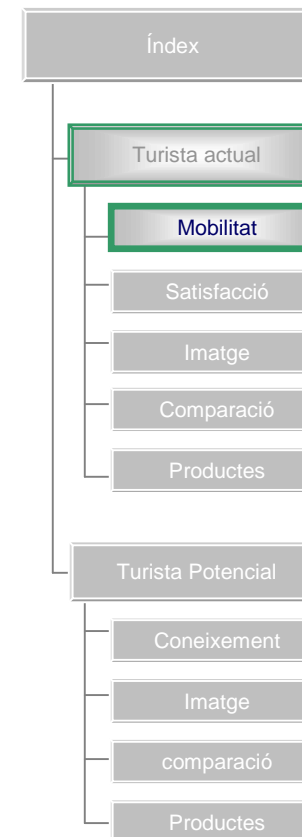
2.2.- Resultats de la investigació (1 de 14).

- **Turista actual:**
 - D'on es forma la imatge el turista que ens visita i quina satisfacció te?
 - *(Mobilitat – a partir de municipis visitats)*

Turistes que han visitat cada marca

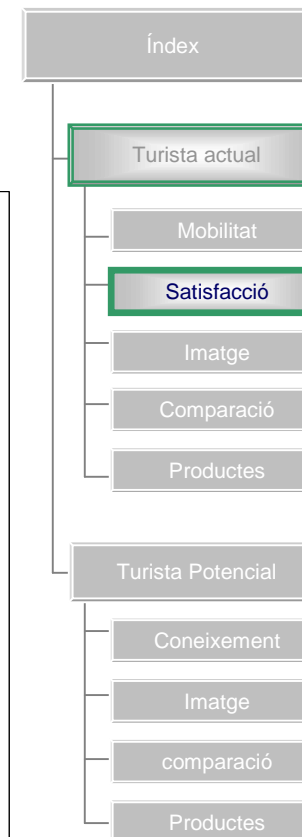
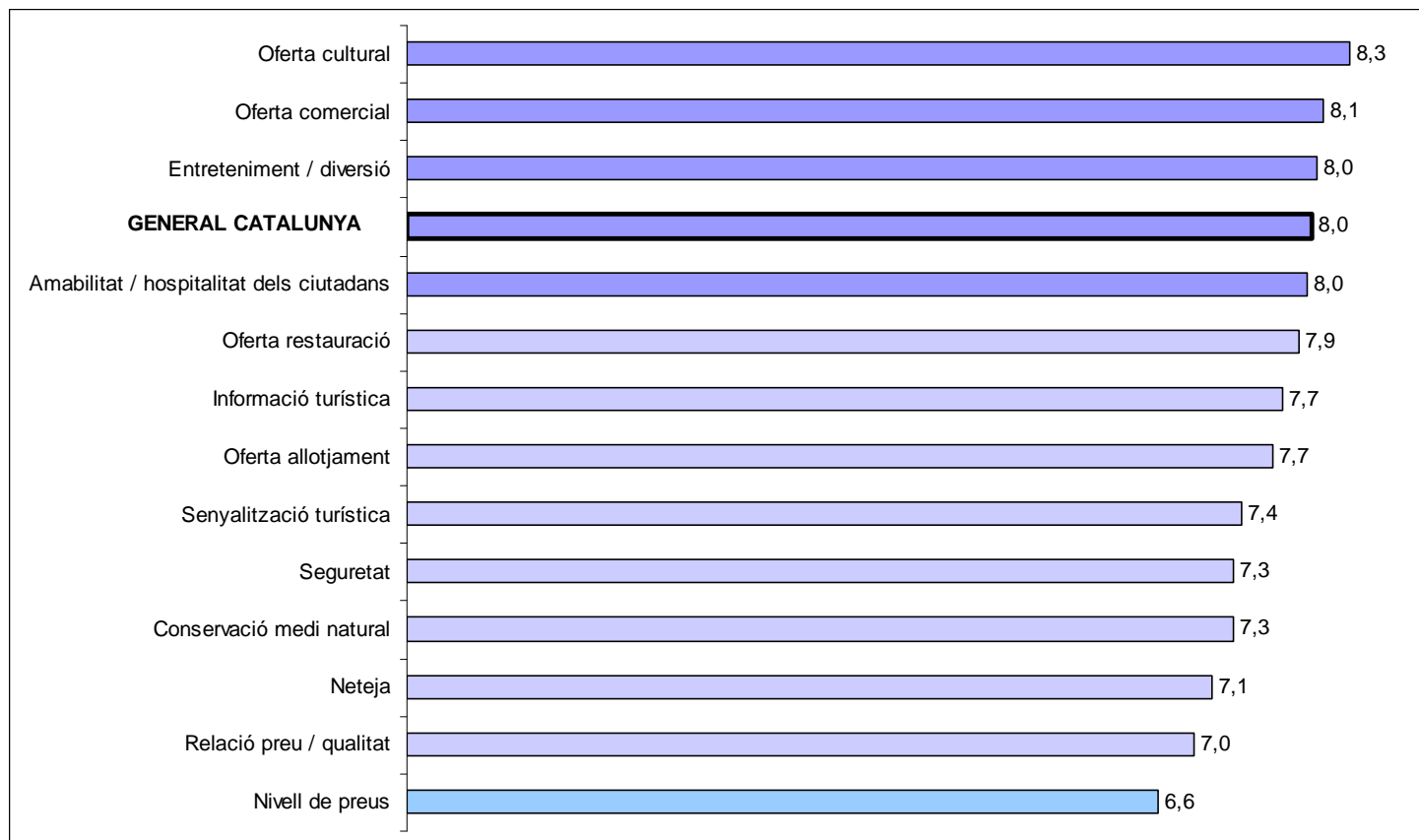
Marques turístiques	Total
Barcelona	70,5%
Costa Brava	33,7%
Costa Daurada	17,9%
Costa del Garraf	12,3%
Costa de Barcelona Maresme	11,6%
Catalunya Central	9,8%
Pirineus	6,1%
Terres de l'Ebre	6,1%
Terres de Lleida	3,2%
Val d'Aran	2,7%
Catalunya	100%

Base 3.766 enquestats



2.2.- Resultats de la investigació (2 de 14).

- **Turista actual:**
 - D'on es forma la imatge el turista que ens visita i quina satisfacció te?
 - **(Satisfacció – aspectes suggerits i valoració del 0 al 10)**





2.2.- Resultats de la investigació (3 de 14).

- **Turista actual:**
 - Quina imatge de Catalunya percep el turista que ens visita?
 - *(El més valorat – agrupació de respostes espontànies)*

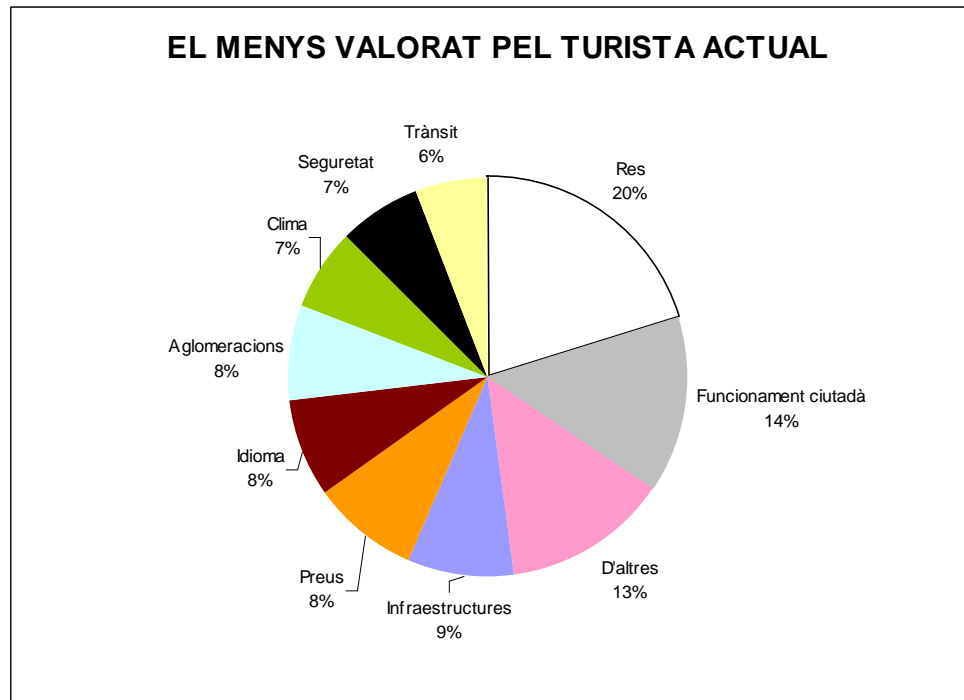
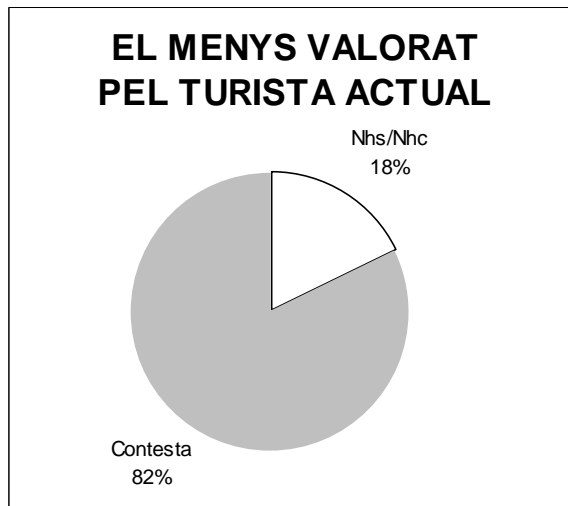




2.2.- Resultats de la investigació (4 de 14).

- **Turista actual:**
 - Quina imatge de Catalunya percep el turista que ens visita?
 - *(El menys valorat – agrupació de respostes espontànies)*

- Índex
 - Turista actual
 - Mobilitat
 - Satisfacció
 - Imatge**
 - Comparació
 - Productes
 - Turista Potencial
 - Coneixement
 - Imatge
 - comparació
 - Productes

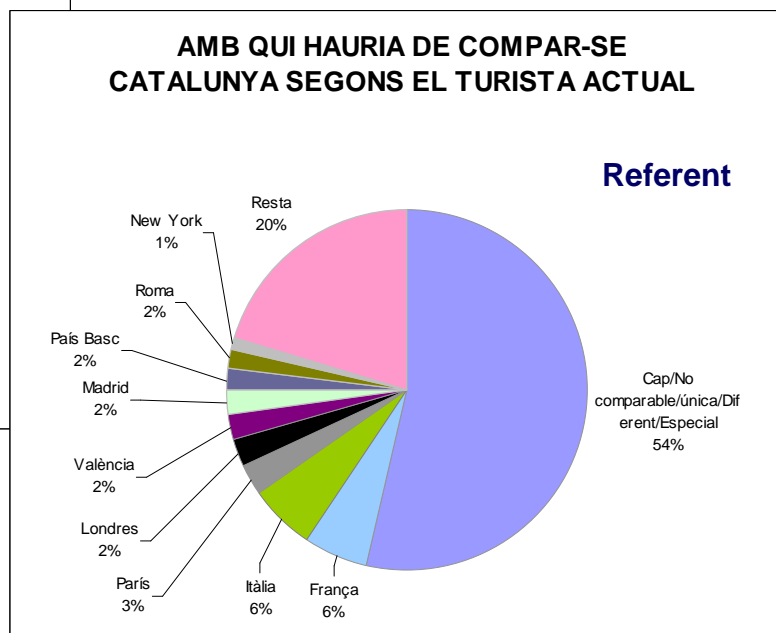
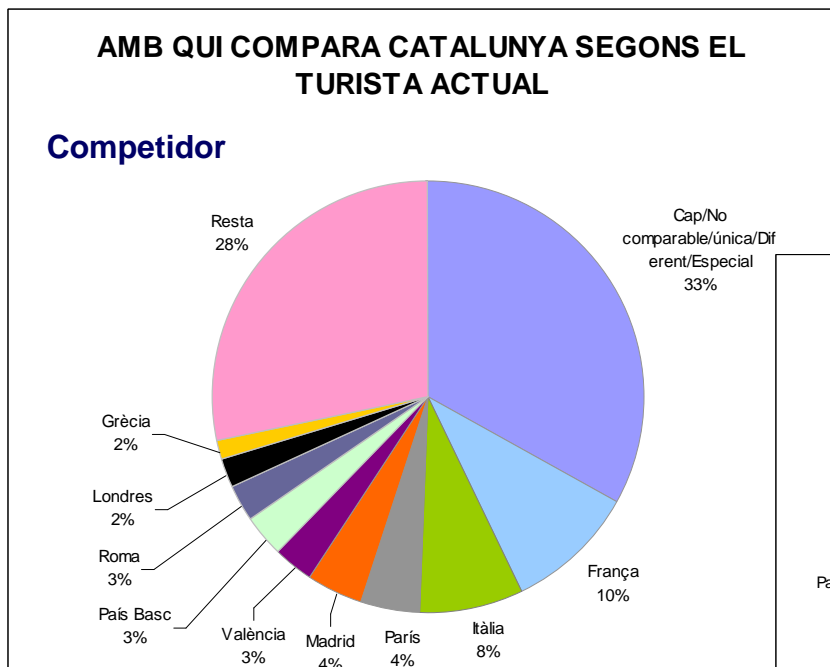




2.2.- Resultats de la investigació (5 de 14).

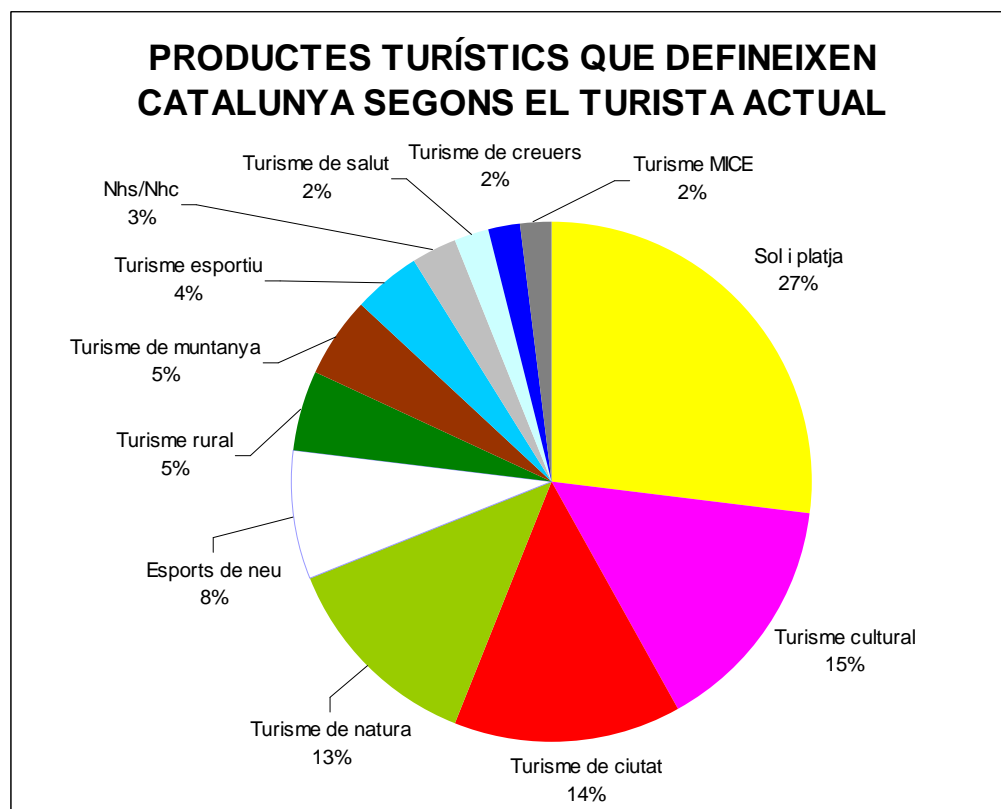
- **Turista actual:**
 - Amb qui ens comparen i amb qui ens hauríem de comparar?
 - *(Els competidors i referents – agrupació de respostes espontànies)*

- Índex
 - Turista actual
 - Mobilitat
 - Satisfacció
 - Imatge
 - Comparació**
 - Productes
 - Turista Potencial
 - Coneixement
 - Imatge
 - comparació
 - Productes



2.2.- Resultats de la investigació (6 de 14).

- **Turista actual:**
 - Els productes i paraules turístics que defineixen Catalunya.
 - **(Productes – Productes no suggerits / Paraules – respostes espontànies)**

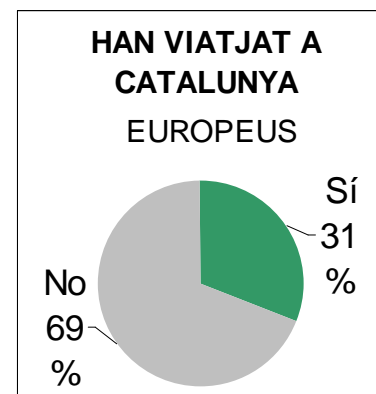
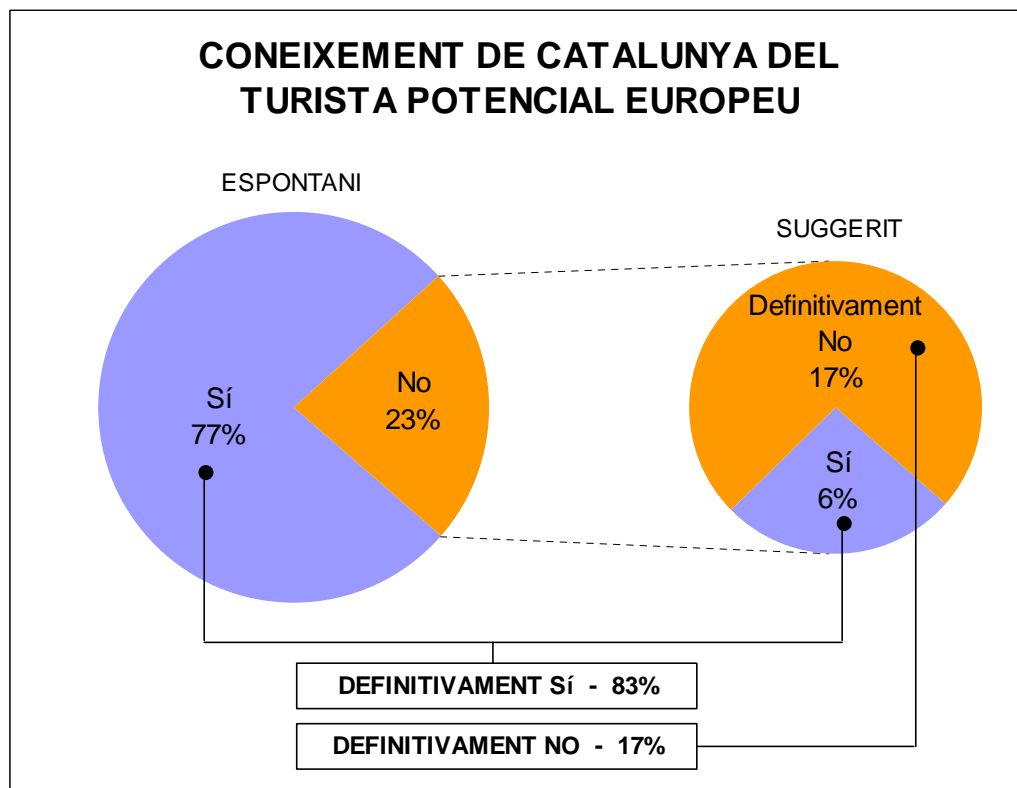


BONICA, CULTURA I SOL.



2.2.- Resultats de la investigació (7 de 14).

- **Turista potencial:** (Espanya, França, Alemanya, Regne Unit, Bèlgica, P. Baixos, Itàlia, Suïssa, Suècia, Irlanda, Àustria i Dinamarca)
 - “Catalunya” es coneix? (**Coneixement**)



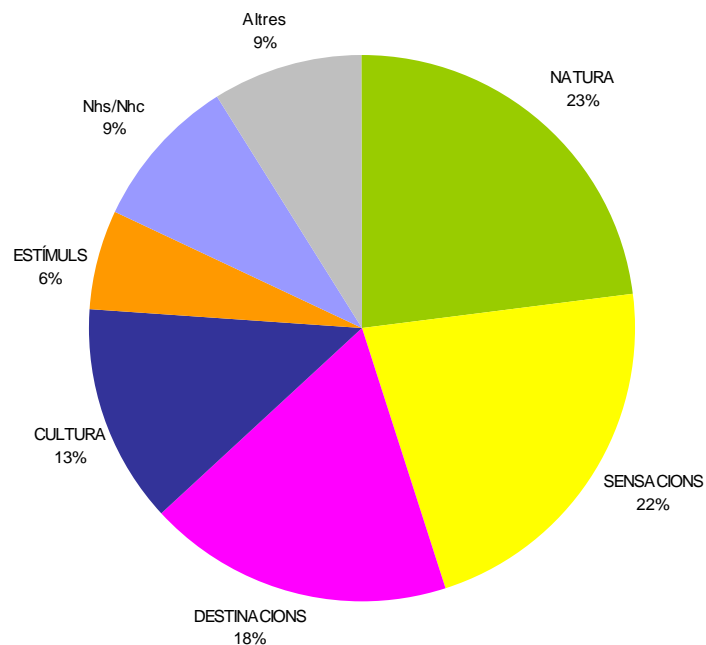
- Índex
 - Turista actual
 - Mobilitat
 - Satisfacció
 - Imatge
 - Comparació
 - Productes
 - Turista Potencial**
 - Coneixement**
 - Imatge
 - comparació
 - Productes

2.2.- Resultats de la investigació (8 de 14).

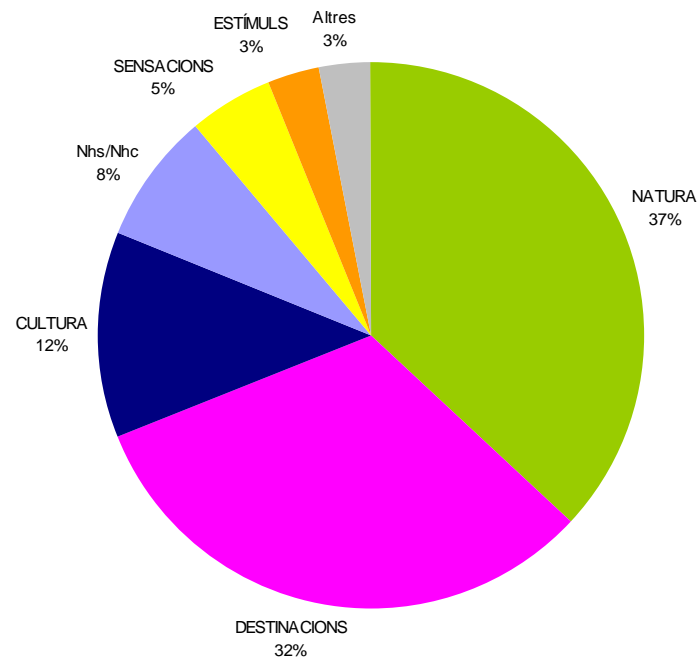
- **Turista potencial:**
 - Quina imatge de Catalunya percep el turista que viatja?
 - *(Imatge espontània – agrupació de respostes espontànies)*

IMATGE ESPONTÀNIA DE CATALUNYA

TURISTES POTENCIALS ESPANYOLS

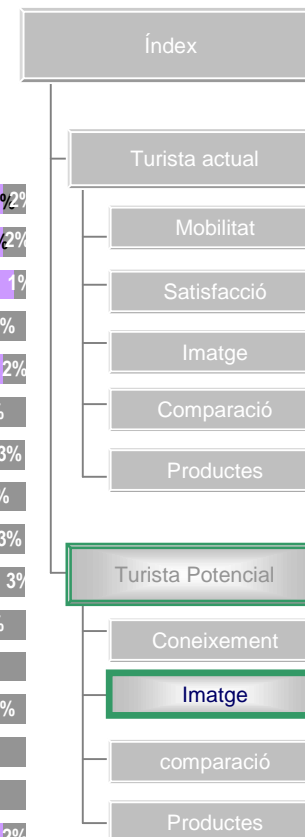
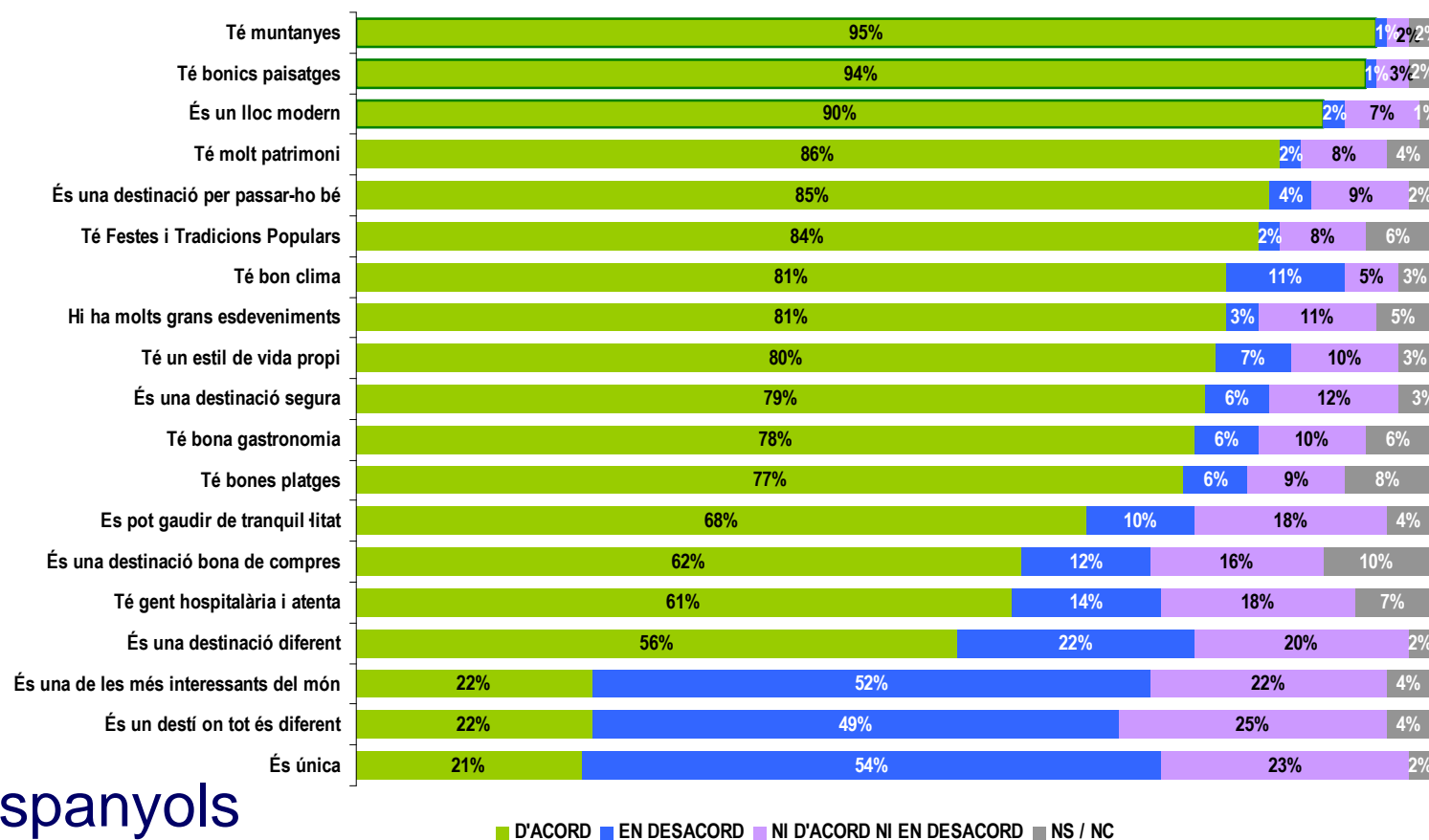


TURISTES POTENCIALS EUROPEUS



2.2.- Resultats de la investigació (9 de 14).

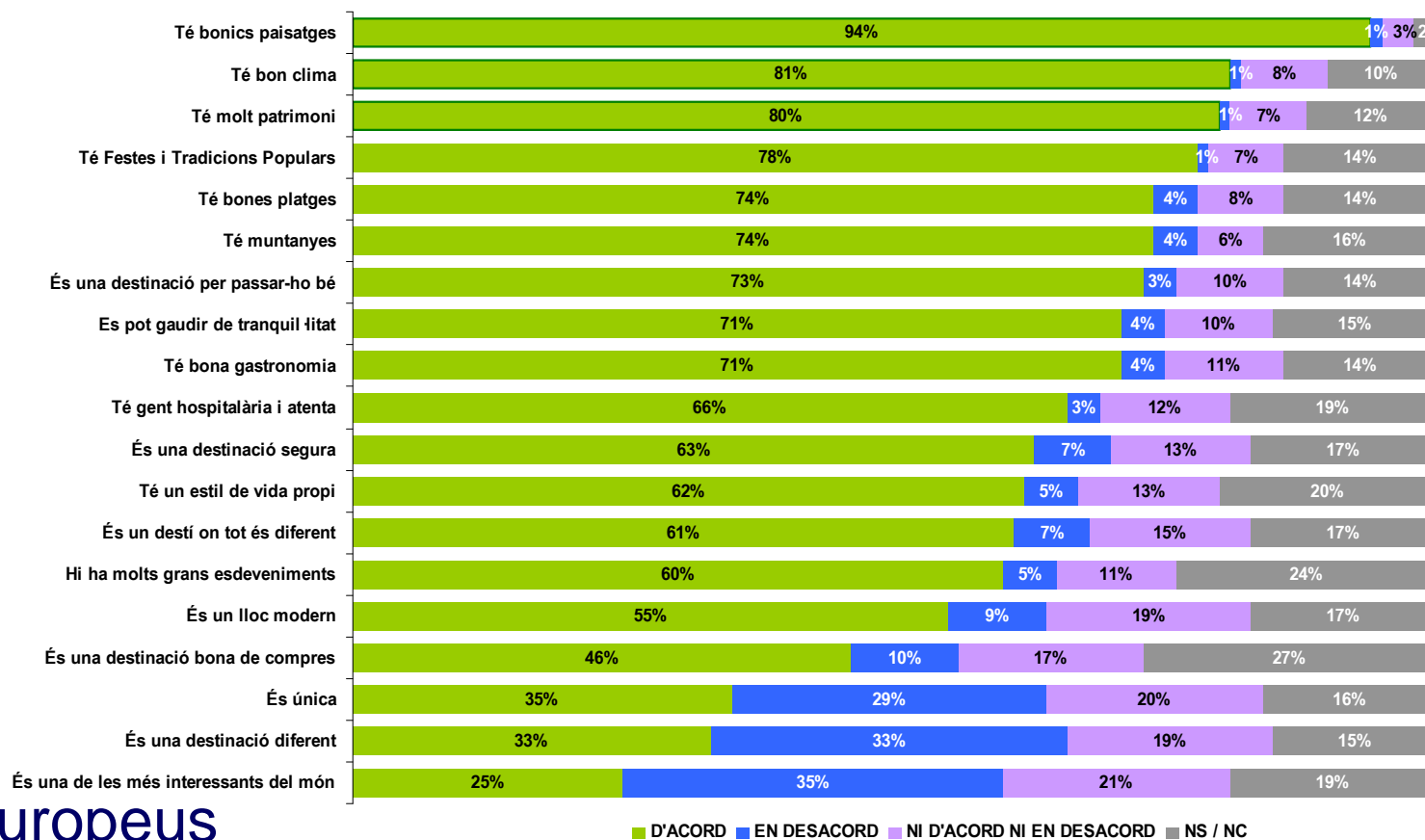
- **Turista potencial:**
 - Quina imatge de Catalunya percep el turista que viatja?
 - (*Imatge suggerida – aspectes suggerits*)



Espanyols

2.2.- Resultats de la investigació (10 de 14).

- **Turista potencial:**
 - Quina imatge de Catalunya percep el turista que viatja?
 - (*Imatge suggerida – aspectes suggerits*)

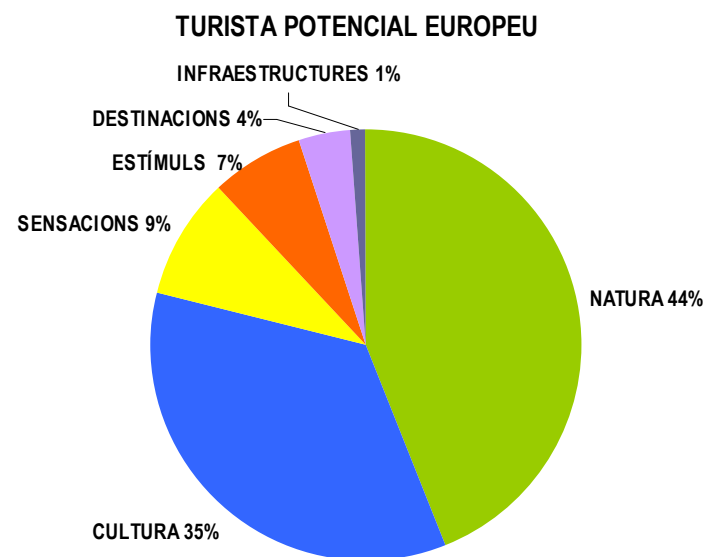
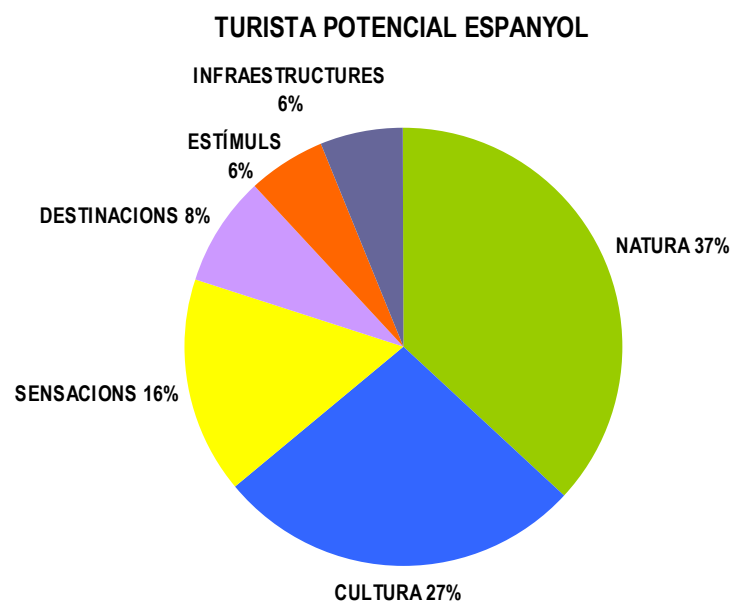


Europeus

2.2.- Resultats de la investigació (11 de 14).

- **Turista potencial:**
 - Quina imatge de Catalunya percep el turista que viatja?
 - **(El més valorat – agrupació de respostes espontànies)**

EL QUE MÉS VALOREN



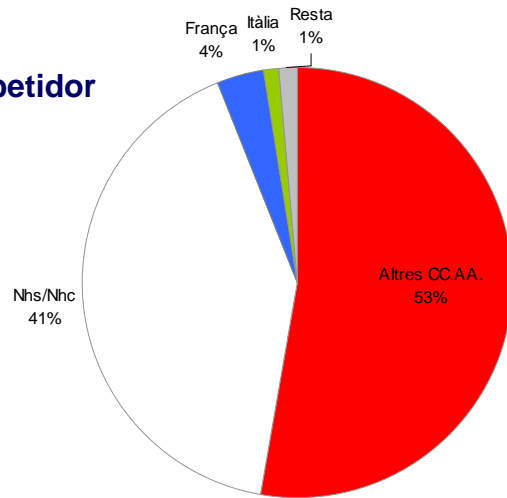


2.2.- Resultats de la investigació (12 de 14).

- **Turista potencial:**
 - Amb qui ens comparen?
 - **(Competidors – agrupació de respostes espontànies)**

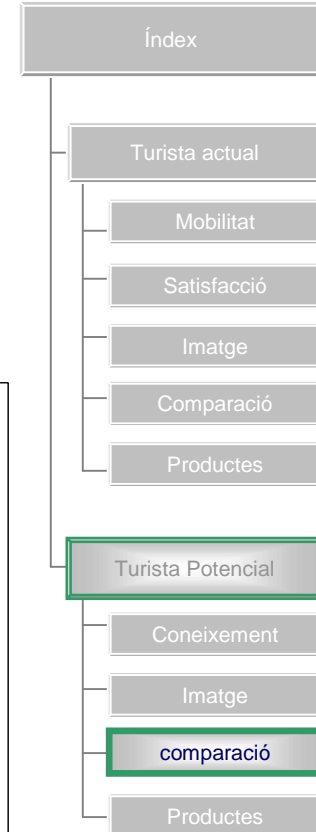
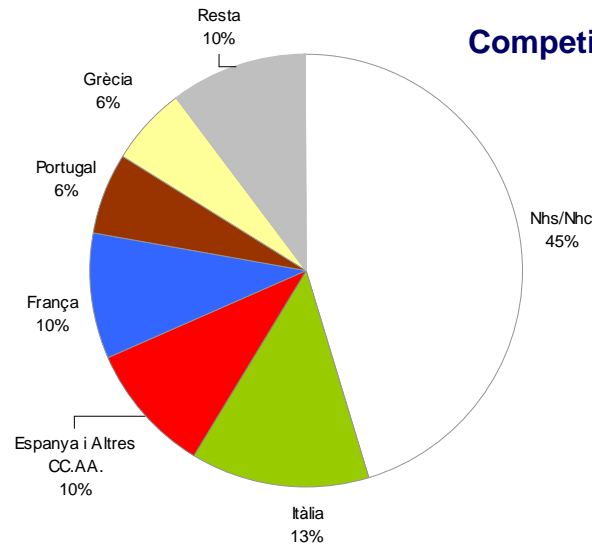
AMB QUI COMPARA CATALUNYA SEGONS EL TURISTA POTENCIAL ESPANYOL

Competidor



AMB QUI COMPARA CATALUNYA SEGONS EL TURISTA POTENCIAL EUROPEU

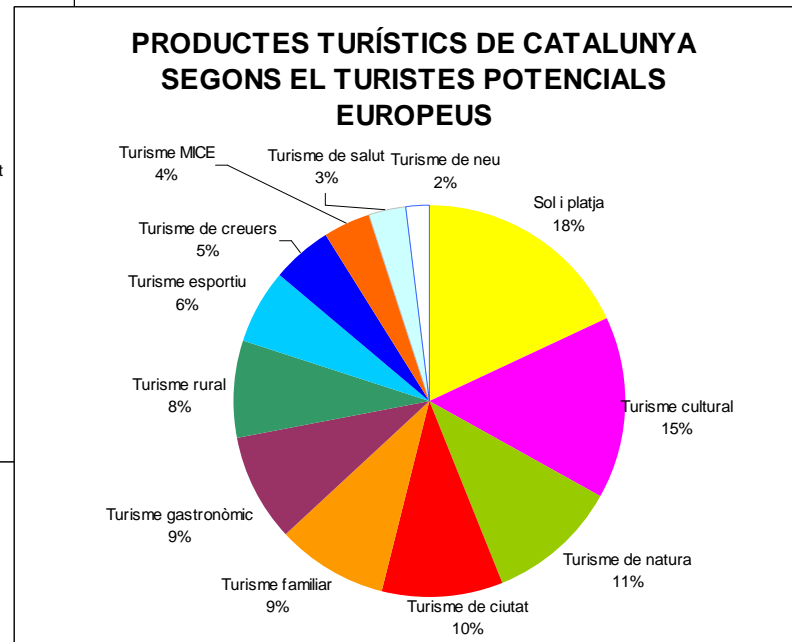
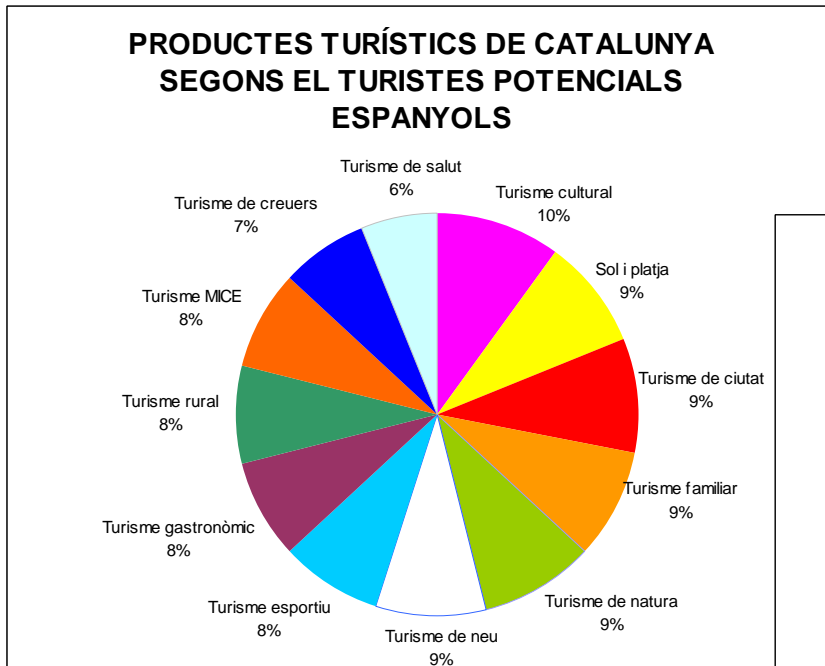
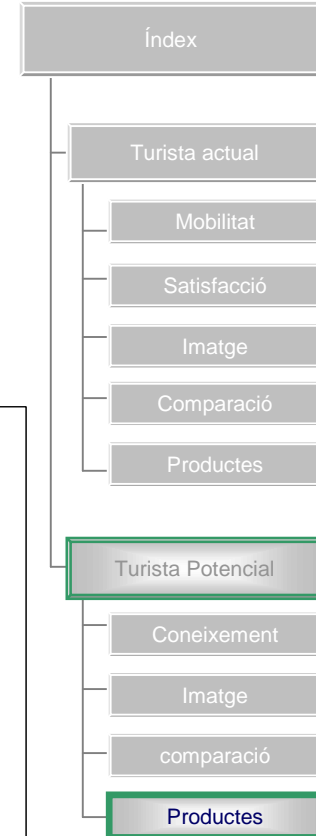
Competidor





2.2.- Resultats de la investigació (13 de 14).

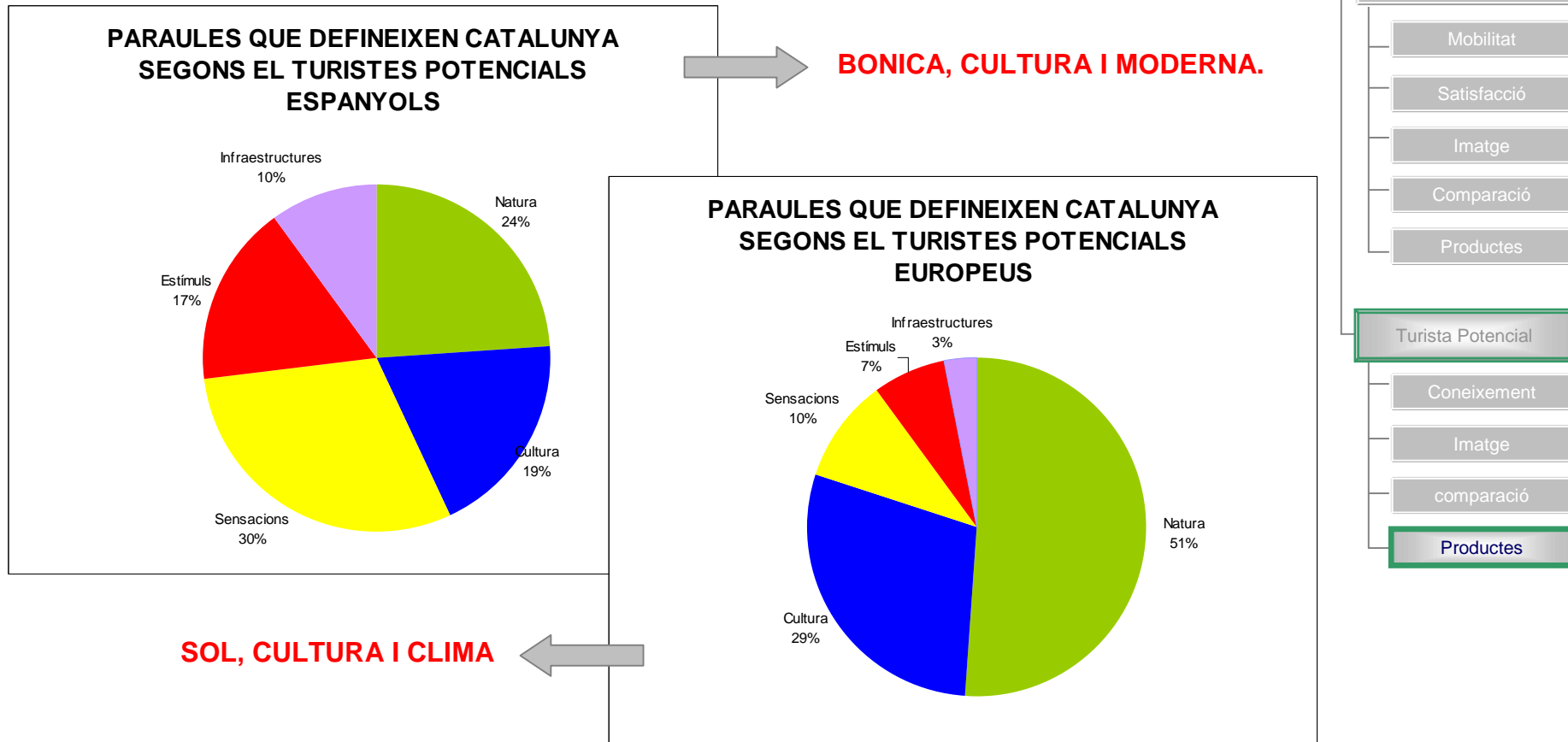
- **Turista potencial:**
 - Els productes i paraules turístics que defineixen Catalunya.
 - **(Productes – productes suggerits)**





2.2.- Resultats de la investigació (14 de 14).

- **Turista potencial:**
 - Els productes i paraules turístics que defineixen Catalunya.
 - **(Paraules – agrupació de respostes espontànies)**





CATALUNYA TURISME



Generalitat
de Catalunya



LA IMATGE TURÍSTICA DE CATALUNYA

Turisme de Catalunya – Barcelona, 28 de gener de 2008

MOLTES GRÀCIES