

Turisme esportiu a Barcelona: característiques, potencial, i escenaris post COVID-19

Resum del webinar impartit el 30 d'abril de 2020, a les 10:00 h.

Presenta: **Berta Cerezuela, Coordinadora de Projectes - Institut de Recerca de l'Esport de la UAB**

Modera: **Josep A. Rojas, Cap de Turisme Actiu i Creuers – Turisme de Barcelona**

Introducció a càrrec del moderador

L'esport té una tradició centenària a Barcelona i ha estat –i segueix essent- un factor de posicionament internacional de la ciutat.

El creixement de l'activitat turística en els darrers anys ha contribuït a potenciar l'activitat esportiva, especialment els grans esdeveniments esportius. Els 18 esdeveniments més destacats de la ciutat atreuen anualment 3'5 milions d'espectadors, una part dels quals són visitants a la ciutat -demanda externa-.

Barcelona rep molts milers de visitants, la motivació principal dels quals és l'esport. En la seva vessant passiva, la d'assistir com a espectador a un esdeveniment, o en la vessant activa, participant a proves esportives, competitives o populars.

I una part de la resta de visitants a la ciutat, en algun moment de la seva estada també aprofiten per practicar una experiència esportiva: activitat nàutica, tour amb bicicleta, senderisme, golf, ruta a cavall, o activitats més relacionades amb la muntanya i els esports d'aventura.

Turisme de Barcelona va crear l'any 2002 el programa "Barcelona Sports" amb l'objectiu de mantenir el posicionament internacional de Barcelona com a ciutat de l'esport, i ho hem fet a través dels grans esdeveniments esportius.

Actualment 18 grans esdeveniments esportius són membres del programa Barcelona Sports, organitzats per 13 entitats o empreses esportives.

Per a més informació: www.bcnsports.barcelonaturisme.com

Presentació a càrrec de la ponent

La presentació s'estructura en 4 eixos:

1. Turisme esportiu
2. Dimensió del sector
3. L'aposta pel turisme esportiu
4. Escenaris post COVID-19

1. Descubrim el turisme esportiu

L'esport aporta competitivitat i rendiment, però també hàbits saludables i qualitat de vida. Per la seva banda el turisme, un dels sectors líders de la economia mundial, està més lligat a les emocions, i fa possible la creació de productes i experiències a partir de recursos esportius.

El concepte turisme esportiu és prou ampli per incloure dos aspectes diferenciats: el turisme esportiu de competició, i el turisme actiu més lligat a la recreació.

El turisme esportiu de competició inclou una vessant activa, la participació en competicions i els stages d'entrenament, i una altra vessant passiva, la assistència com a espectador o la visita a museus o a instal·lacions esportives.

L'objectiu del turisme actiu per la seva banda es el de mantenir la forma física i la salut. Engloba la descoberta d'espais (caminades,..), la experimentació de noves sensacions (esports d'aventura), interactuant socialment, i la formació (cursos, team building,..).

2. Dimensionem el sector

Les dades de l'activitat del turisme esportiu no son exhaustives i de vegades poc comparables. Tot i així, trobem algunes dades d'activitat facilitades per diverses institucions.

Amb dades de 2019 el turisme esportiu representa un 1'5 % del total de la despesa turística a Espanya. I els turistes esportius internacionals generen 1.433 milions d'€, amb un promig de 155 € per persona i dia.

Segons dades de 2018 Catalunya és visitada per 258.000 turistes esportius internacionals, generant 269 milions d'€ d'impacte directe, i 33'5 milions d'€ d'indirecte.

Quant al nombre d'empreses, el sector esportiu a Catalunya compta amb 1.982 empreses relacionades, de les que 151 son estrictament esportives. El sector d'esdeveniments inclou 43 empreses, i el sector del turisme esportiu el formen 13 empreses. Aquests dos sectors representen un 37 % del teixit esportiu.

En els darrers anys l'Agència Catalana de Turisme ha desenvolupat el segell "Destinació de Turisme Esportiu", que ha certificat 17 municipis que garanteixen la practica esportiva al mes alt nivell.

Barcelona és una destinació de turisme esportiu, i és la porta d'entrada de molts turistes que faran activitats a la resta de Catalunya.

Barcelona és una destinació vinculada als grans esdeveniments esportius, compta amb museus temàtics i espais arquitectònics emblemàtics, i ofereix al visitant productes i serveis per a la practica esportiva. També es seu de congressos i fires de l'esport.

El programa Barcelona Sports creat per Turisme de Barcelona te com a principal objectiu promocionar Barcelona com a ciutat de l'esport i ho fa a traves dels grans esdeveniments. Els 18 esdeveniments esportius del calendari anual mes destacats atreuen 3'5 milions d'espectadors, una part dels quals son visitants a la ciutat. Barcelona te un sòlid posicionament en els rankings internacionals de l'esport, i és un escenari òptim per a la celebració de competicions.

Barcelona ha acollit destacats esdeveniments com la Barcelona World Race, el Campionat del Mon de Natació (2013), la Final de la Copa de Rugby de França (2016), o la Marató i la Mitja Marató amb un elevat nombre de participants internacionals.

Barcelona i la seva àrea metropolitana acullen estades d'entrenament d'alt nivell i clínics esportius, en instal·lacions destacades: CAR Sant Cugat, Barcelona International Sailing Center, escoles de tennis de terra batuda (CTA Tennis Academy, Sanchez-Casal Academy, Bruguera Academy Barcelona). I operadors esportius especialitzats com Kaptiva Esports, Footvia, Obrint Via o BIWPA organitzen estades de futbol, basket, o natació sincronitzada entre d'altres.

La plataforma BarcelonaTickets de Turisme de Barcelona ofereix una selecció de productes i serveis esportius als visitants a la ciutat. Les propostes inclouen: visites a instal·lacions i museus, activitats nàutiques, tours i rutes en bicicleta i segway, running tours, senderisme, rutes a cavall, activitats a la natura i també sortides a la neu.

3. Per què el turisme esportiu

El turisme esportiu és un actiu que aporta valor al territori. Diversifica i enriqueix la oferta, desestacionalitza, equilibra territorialment, i permet innovar amb nous productes i serveis.

Barcelona i Catalunya reuneixen els requisits per a un bon posicionament com a destinació esportiva: bon clima amb activitat tot l'any, diversitat geogràfica que permet programar practiques diverses, bones comunicacions, tradició esportiva, bones instal·lacions esportives i espais urbans, expertesa en la gestió, i nivell de qualitat dels serveis oferts.

Les tendències pre COVID-19 tenien com a punts forts els segells de qualitat, les activitats (grans esdeveniments, stages, formació), els nous targetes (esport adaptat, esport femení, natura), i els nous formats (digitalització).

4. Escenaris post COVID-19

La pandèmia suposa un moment catalitzador per al sector, i hauria de permetre accelerar transformacions volgudes i esperades.

L'escenari té tres moments: el període del confinament, amb la cancel·lació o suspensió d'esdeveniments, el període pre-vacuna amb un redimensionament i restriccions per a la pràctica i les competicions, i el període post-vacuna en el que s'hauria d'arribar a dissenyar nous models per al sector esportiu.

Fase de confinament. Es calcula que només un 53 % dels esdeveniments previstos per al 2020 s'acabaran celebrant (al març ja s'havien celebrat un 33 %). La suspensió d'activitats provocarà el tancament d'empreses i una reducció d'ingressos generalitzada al sector.

En la fase pre-vacuna veurem com es redimensionen els esdeveniments i s'imposa el distanciament físic, l'adopció de mesures higiènico-sanitàries, protocols i plans de contingència, i la contractació d'assegurances incloent clàusules de pandèmia.

El consumidor esportiu es veurà afectat per la crisi econòmica i tindrà un perfil de comportament diferent: menys poder adquisitiu, menys disponibilitat per a viatjar, ... Caldrà fer un esforç per recuperar la seva confiança en la destinació. Però és un consumidor que vol practicar/veure esport, vol viatjar, i valora la salut i el benestar.

A la fase post-vacuna, s'ha de veure si aconseguim posar en marxa un nou model. Qualitat vs quantitat, activitats més segures i sostenibles, major proximitat, més valor afegit, amb més interacció digital, i explorant noves vies de negoci. Amb suport públic als esdeveniments que garanteixin retorn i estiguin alineats amb la cultura i la tradició esportiva local.

Reflexions finals

El turisme i l'esport són elements d'identitat de la ciutat
Tenim la oportunitat de treballar en un nou model de turisme esportiu post COVID-19
Estratègia de ciutat coherent i coordinada, i treball en xarxa
Potenciar la qualitat i la excel·lència
Planificar amb visió a llarg termini