



ANÀLISI DE LES RUTES GESTIONADES PEL CONSORCI DE LES VIES VERDES DE GIRONA



Diputació de Girona



JORDI CASASAYAS



ABAST DELS ESTUDIS

Estudi qualitatiu i quantitatiu

Anàlisi de perfils i dinàmiques sectorials

Estudi d'impacte econòmic i perfil del consumidor

2 estudis - 2 empreses coordinades - 1 objectiu





PRIMERA PART: VISIÓ AGENTS CLAU



LA VIA VERDA I PIRINEXUS (I)

La Via Verda és una infraestructura amb una funció de caire lúdic, de mobilitat i fins i tot de salut per a la població local.

On, a més a més, s'hi produeix un ús turístic a partir de les tasques de creació de producte i promoció que es realitzen des d'entitats i empreses.

La Ruta Pirinexus es considera més un producte turístic , degut a les característiques d'aquesta amb un abast territorial més ampli, enllaçant diversos trams pedalables i una conceptualització circular de la mateixa.

LA VIA VERDA I PIRINEXUS (II)

Diversitat molt gran de perfils com a usuaris
Via Verda.

La Via Verda és més coneguda pel públic
local i la Ruta Pirinexus l'estranger.

Visitant de proximitat: els caps setmana i
vacances d'estiu, client directe, sortides mig
dia-dia. També com complement estada
més llarga.

Visitant estranger: sobretot un complement
de l'estada, només un % petit ve per fer la
Via Verda (i en general touroperat). En
general la coneixen un cop són a la
destinació.

VISIÓ EMPRESARIAL I RELACIONAL (I)

Apareixen conceptes com:
imatge, sostenibilitat, aparador per a l'empresa, recurs per crear i tematitzar producte turístic, facilitat de discurs, posicionament, marca, captació de públics no especialitzats, entorn perfecte de contacte amb la natura,...

Poca relació i/o col·laboració entre agents, i que si aquesta existeix és sobretot causada per afinitat personals, proximitat geogràfica o, motivada per casualitats o moments puntuals.

Baixa intensitat en la relació entre els agents i el Consorci Vies Verdes, aquesta es dona en moments puntuals. .



VISIÓ EMPRESARIAL I RELACIONAL (II)

Percepció s'ha realitzat una gran tasca, però caldrà focalitzar esforços del Consorci en no descuidar el manteniment de la infraestructura, realitzant-hi millores periòdiques insistint en l'arranjament de trams i reparació d'elements malmesos, però també pensant en la incorporació de serveis a la infraestructura.

Consorci Vies Verdes com a vertebrador d'una xarxa de camins pedalables a nivell de província, a mode de "xarxa de carreteres", liderant una estratègia a mig-llarg termini al voltant del cicloturisme a la destinació.



CONCLUSIONS I VISIÓ DE FUTUR

1

Punts forts: la singularitat i els paisatges, la senyalització, el manteniment d'aquests espais i el posicionament de mercat que s'està adquirint.

2

Punts febles: la poca política local lligada a la bicicleta, la manca de conscienciació sobre els espais pedalables i la mobilitat sostenible, així com la sovint desconexió entre la Via verda i els municipis per on aquesta transcorre, fent que no sigui amable i fàcil per l'usuari sortir de la via per a descobrir el territori vinculat.

3

En relació al manteniment i la millora dels espais, en el cas de la Via verda apareix diverses vegades el fet de crear punts de socors indicats al llarg del recorregut, la il·luminació de nit en diversos trams, el control de la velocitat en diversos trams i l'aparició de la bicicleta elèctrica com quelcom positiu però que segurament pot implicar canvis en la gestió de la ruta.

4

A la Ruta Pirinexus, els aspectes vinculats al manteniment i millora es centren en arranjar alguns punts negres existents a la ruta sobretot, i en fomentar la comunicació d'aquest producte amb alt potencial sobretot pel mercat estranger degut al fet de combinar cost-Pirineu-França i on segurament la bicicleta elèctrica farà que pugui ser accessible a un ventall ampli del mercat i no només al més expert.

5

Segment que continuarà creixent en els pròxims anys, i on alguns apunten que creixerà també en la demanda de productes i activitats a mida els quals no tenen perquè correspondre amb les infraestructures existents.



SEGONA PART: IMPACTE ECONÒMIC I PERFIL CONSUMIDOR

3.420.561 €

L'any 2018 presenten un impacte econòmic total entorn els 3,5 milions d'euros

277.795

Nombre d'usuaris

2.702.243 €


Impacte Econòmic en Valor Afegit

2.368.478 €

Impacte Econòmic directe

62.6

Llocs de treball



Sistema de càlcul sense incorporar elements vinculats a la millora de la salut i oportunitat.

El càlcul en millores de la salut que implica disminució del cost sanitari del territori, ascendeix a 164.454 € d'estalvi anual.



Com són els usuaris

PERFIL DELS USUARIS (I)

Del total dels 277.795 usuaris, el 57 %
són vianants i el 43% ciclistes

Perfil majoritàriament masculí (59%),
però també important presència de la
dona.

Major presència de gent del territori
(58%), gent de Barcelona i àrea
metropolitana (17%) i d'altres punts
(25%)

Els principals mercats el francès (38%),
espanyol (22%), alemany i belga (8% r.),
italià (6%) i també presència Holànda,
Regne Unit, Suïssa, EEUU, ...

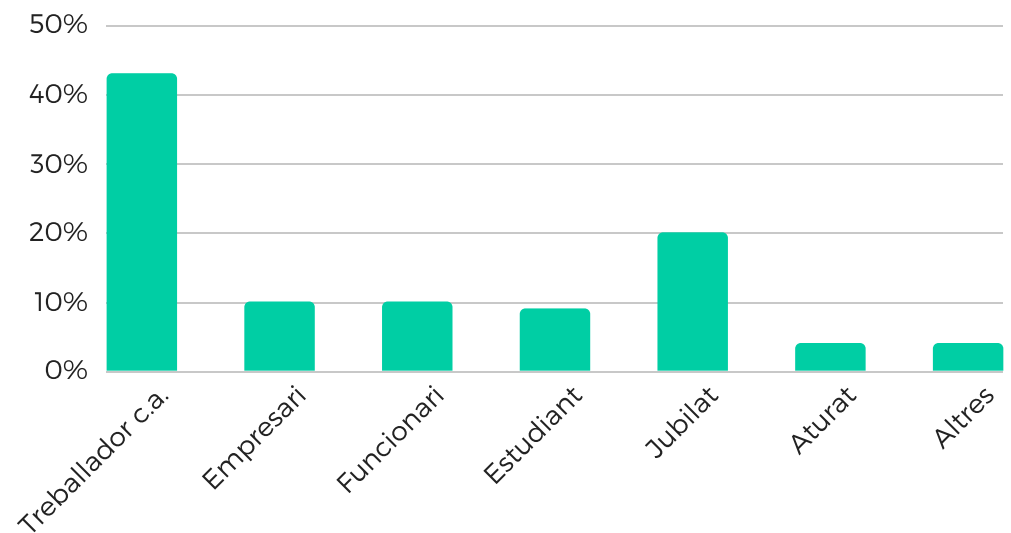


Com són els usuaris

PERFIL DELS USUARIS (II)

Mitjana d'edat de 47,5 anys, amb una franja distribució normal entorn els 46

Nivell estudis elevat, amb 51,3 % estudis universitaris, formació professional 20,8% ; estudis bàsics un 22,3 %; i sense estudis 5,6 %. Biaix formatiu d'edat.



PERFIL D'ACTIVITAT (I)

Comportaments molt diferenciats
entre vianants i ciclistes

Un 81,7 % realitza el tram acompanyat,
i la mitjana del grup és de 2,6
persones.

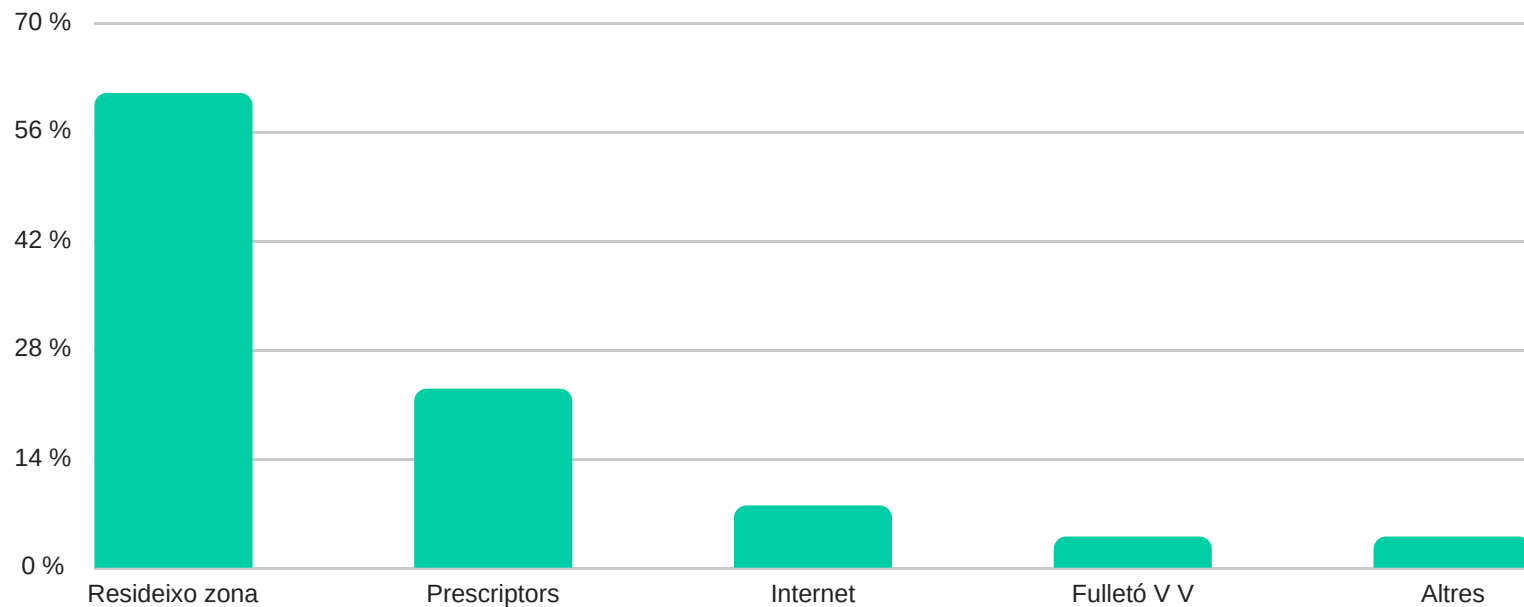
Important nínxol en parelles o grups
amics de 2, que representa el 31 %
dels casos.

La principal durada de l'activitat és
d'un sol dia, i percentatge baix de varis
dies. Superior en el cas dels ciclistes.

Motivacions d'ús de les rutes vinculada
principalment a esport, oci i salut com
a principals elements



COM CONEIXEN LES RUTES?





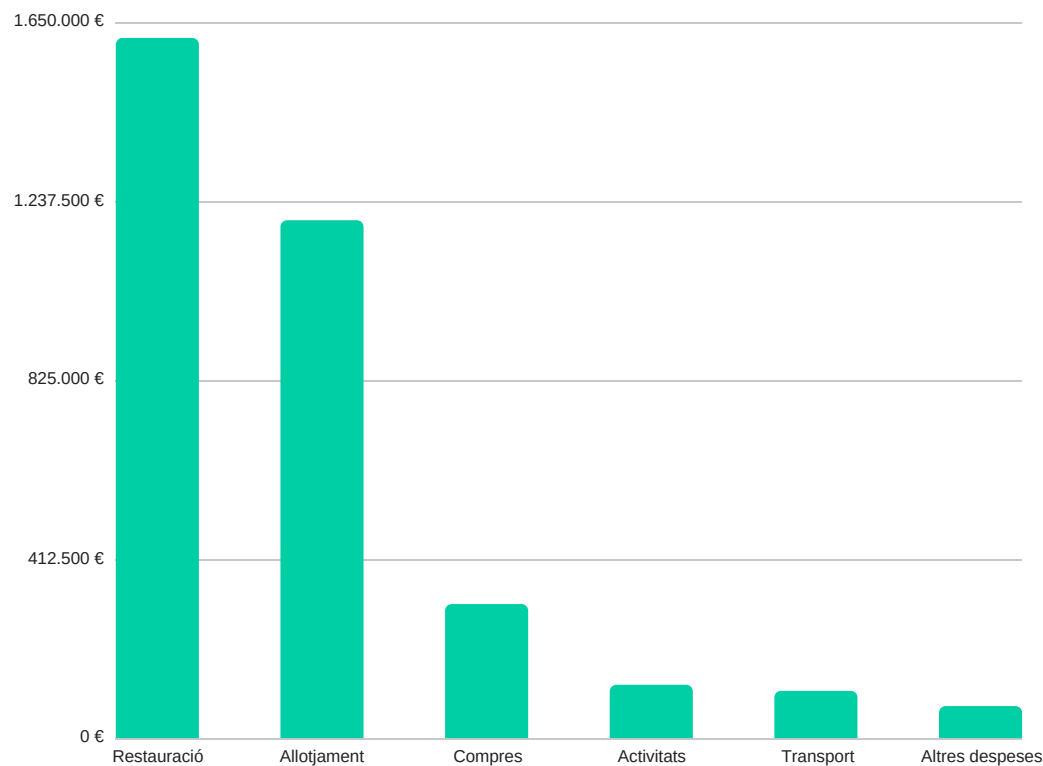
DESPESA EN EL TERRITORI

Mitjana de despesa persona /dia situada en els 13,7 €

Molts valors situats en un import menor a 5 € persona dia (el 61%) dels casos. Elevada vinculació de la despesa relacionada amb l'origen dels usuaris.

La restauració i allotjament sectors més beneficiats de la despesa en territori.

Restauració despesa més extensa, però en menor valor unitari.



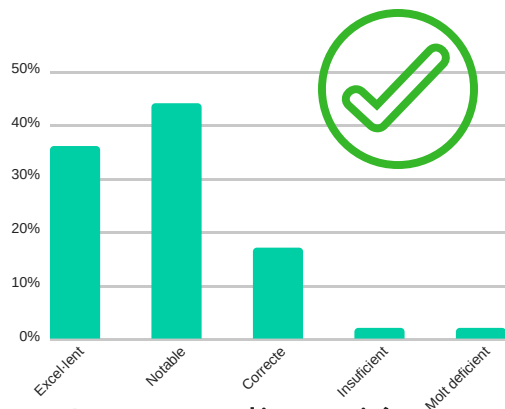
VALORACIÓ DE LES RUTES (I)

Valoracions Net Promotore Score

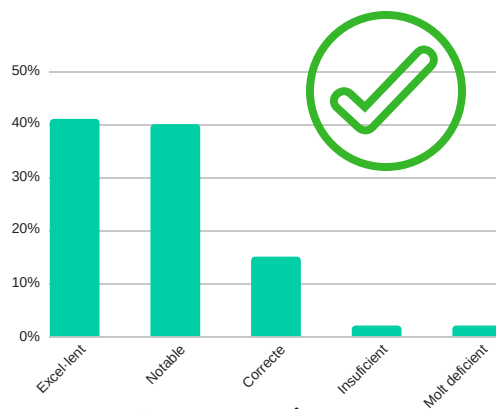
8,82

S'assoleix una molt bona valoració i nivell de prescripció, amb un 90,6% de prescriptors positius, un 8,5% de prescriptors neutres i només un 0,9% de prescriptors negatius.

VALORACIÓ DE LES RUTES (II)

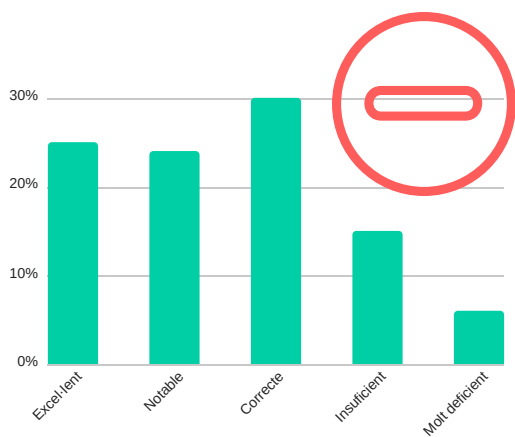


La senyalització

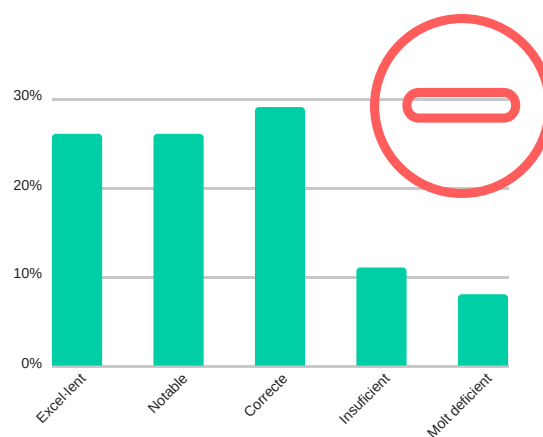


La neteja

La senyalització i neteja obtenen molt bones valoracions, amb una mitjana de 4,09 i 4,15 respectivament



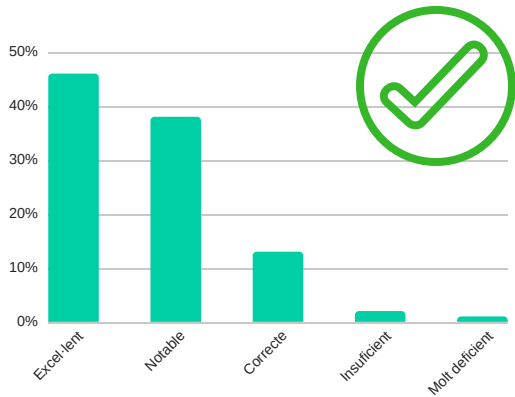
Àrees de descans



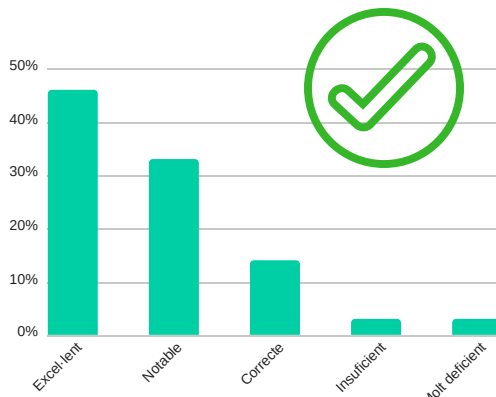
Punts informació

Les àrees de descans i punts d'informació són elements clarament a millorar, amb mitjana baixa de 3,4 i 3,5 respectivament

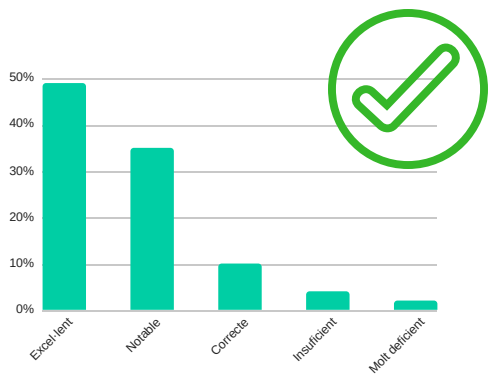
VALORACIÓ DE LES RUTES (III)



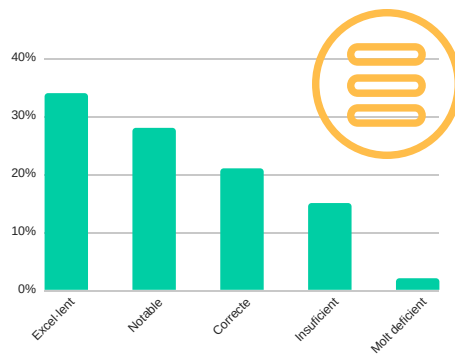
L'estat de la via



Serveis allotjament



Serveis restauració



Serveis de transfer

L'estat de la via i els serveis de restauració, són qui obté millors valoracions, amb 4,21 i 4,25 respectivament.

Els serveis d'allotjament tenen bona valoració, amb un 4,15; però amb forces respostes sense opinió.

Els serveis de transfer tenen una valoració baixa 3,7; malgrat que moltes persones no en tenen opinió.



Principal
conclusió
competitiva

LES RUTES SÓN UN MOTOR ECONÒMIC

L'estudi d'impacte econòmic mostra clarament un balanç econòmic, però també social, positiu d'impacte en el territori. Amb una elevada freqüència per part dels usuaris, tant a nivell turístic com de població del territori



Diputació de Girona

JORDI CASASAYAS



viesverdesGIRONA

**LES RUTES
GESTIONADES SÓN UN
MOTOR DE
TRANSFORMACIÓ**