

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

NOTE DE BILAN

La CMST21 s'est concentré sur la durabilité et l'innovation qu'il voit comme des opportunités de croissance pour le marché du tourisme sportif

- **Narcís Ferrer, directeur de l'agence catalane du Tourisme, a présenté les dix conclusions que le congrès a permis de tirer**
- **L'événement s'achève sur un succès : plus de 600 personnes inscrites, sur place et en ligne, en provenance de 21 pays**

Vendredi 26 novembre 2021 - Le Congrès mondial du tourisme sportif a clôturé ce midi sa première édition, qui s'est tenue au centre de conférences olympique de Lloret de Mar les 25 et 26 novembre. Les conclusions du congrès ont été présentées par **Narcís Ferrer**, directeur de l'agence catalane du Tourisme, lors d'une cérémonie qui s'est déroulée en présence d'**Anna Caula i Paretas**, secrétaire générale des sports de la Generalitat de Catalunya, d'**Ion Vilcu**, directeur des membres affiliés de l'Organisation mondiale du tourisme, et de **Jaume Dulsat i Rodríguez**, maire de Lloret de Mar. En cette occasion, une compilation a été faite des principales idées clés qui ont marqué ces deux jours de sessions sur le tourisme et le sport.

Narcís Ferrer, directeur de l'agence catalane du Tourisme, a présenté les dix conclusions que le congrès a permis de tirer, à savoir :

1. Importance du tourisme sportif dans la reprise du tourisme mondial post-pandémique

Le tourisme sportif a montré une grande capacité d'adaptation à cette nouvelle normalité. En outre, l'importance des espaces extérieurs et la nécessité pour les gens de prendre soin de leur santé physique et émotionnelle ont été mis en évidence pendant le congrès.

2. Importance de générer une plus grande synergie entre le tourisme et le sport

Il a été prouvé que l'engagement interinstitutionnel et la bonne gestion sont indispensables à une gouvernance réussie. Et cela concerne les gouvernements, les organisations (tant publiques que privées) et les institutions de différents niveaux.

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

3. Pertinence des valeurs d'inclusion et diversité dans ces deux secteurs

La diversité et l'inclusion comme axe de développement. Les valeurs que représente le sport sont également celles que préconise le tourisme pour tous. L'objectif de l'accessibilité universelle nous rend non seulement plus équitables mais aussi plus compétitifs.

4. Rôle des communautés locales

L'une des clés du succès du tourisme sportif de l'avenir est la nécessité de rapprocher le touriste de la communauté locale. Les destinations sont façonnées par leurs citoyens, donc tout ce qui est fait pour le tourisme sportif finira par être payant pour l'avenir du pays et de ses habitants.

5. Un tourisme sportif plus conscient

Au cours du congrès, il a été dit que le tourisme sportif peut contribuer à une plus grande prise de conscience des touristes sur la base d'un engagement personnel. Motiver le changement dans la culture du voyage et parvenir à un tourisme conscient et régénérateur est un défi majeur.

6. Tendances de la demande de tourisme sportif

Certaines séances du congrès ont mis l'accent sur l'importance du tourisme sportif amateur. Ces nouvelles demandes appellent des propositions touristiques adaptées à l'expérience des touristes sportifs. De nouvelles cibles ont été identifiées, telles que le voyageur solitaire, le voyage en famille, les voyageurs multigénérationnels et le voyageur à la recherche d'expériences immersives.

7. Innovation

Le Congrès mondial a identifié l'innovation comme le facteur concurrentiel le plus important pour nos destinations et expériences sportives. Il a été possible de présenter des propositions dans le domaine des technologies qui amplifient l'expérience de l'athlète et de ceux qui l'accompagnent, ainsi que des nouveautés en matière d'intelligence artificielle et de nouvelles organisations qui accélèrent le changement, comme les centres d'innovation.

8. Durabilité

La durabilité en tant que défi a été le thème transversal de tout le congrès. Les participants se sont penchés notamment sur les questions suivantes : l'intégration des grands événements dans les stratégies de développement durable des destinations, les habitudes de consommation touristique, la relance de nos territoires dans le cadre du développement d'un tourisme sportif plus conscient et les opportunités engendrées par le sport en matière d'atténuation du changement climatique.

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

9. Tendances du marketing dans le tourisme sportif

Le marketing dans le tourisme sportif est un modèle complexe et varié en raison de la diversité de ses filières de distribution, des types d'entreprises qui s'y consacrent et du modèle d'orientation choisi : vers le client final ou vers des intermédiaires. Le rôle de la technologie et de la numérisation marquera le changement des stratégies de marketing et de distribution dans les années à venir.

10. Recherche

La recherche dans le domaine du tourisme sportif a montré toute sa richesse. Onze documents de recherche ont été présentés au congrès par des universités de pays aussi divers que le Japon, les États-Unis, l'Irlande, le Portugal, l'Espagne, la Croatie, le Brésil et la Polynésie. Les principaux domaines d'intérêt ont été la durabilité des événements sportifs, la technologie et les nouveaux systèmes de gouvernance.

L'événement, organisé par l'agence catalane du Tourisme du ministère catalan de l'Entreprise et de l'Emploi et l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), avec la collaboration du conseil du tourisme de la Costa Brava et de la mairie de Lloret de Mar par l'intermédiaire de Lloret Turisme, s'est distingué par le nombre de ses participants : 600 personnes au total se sont inscrites au congrès ; parmi elles, 400 l'ont suivi en mode présentiel et 200 en ligne. Par ailleurs, on a compté 61 participants étrangers en provenance de 21 pays, dont les États-Unis, le Canada, l'Argentine, la Finlande et la Suisse, entre autres.

TÉLÉCHARGER DES IMAGES

CONTACT PRESSE

Laura Molina
laura.molina@weareboth.com
6 05 71 92 75

Jordi Trilla
jordi.trilla@weareboth.com
6 71 61 28 07