

# **MEMÒRIA REGIDORIA DE TURISME 2025**

## **CONTINGUT**

- 1. INTRODUCCIÓ**
- 2. PLA DE SOSTENIBILITAT TURÍSTICA EN DESTINACIÓ (PSTD)**
- 3. XARXA DTI**
- 4. TURISME SOSTENIBLE**
- 5. PROMOCIÓ TURÍSTICA**
- 6. SITGES CONVENTION BUREAU**
- 7. ESDEVENIMENTS**
- 8. OFICINES D'INFORMACIÓ TURÍSTICA**

## **RESUM 2025 EN XIFRES**

# 1. INTRODUCCIÓ

---

L'any 2025, Turisme de Sitges ha gestionat un pressupost de 894.784,93 €, que s'ha materialitzat en 157 accions al llarg de l'any, molt diversificades entre els diferents àmbits d'actuació. Els projectes de gestió i procediment han tingut un pes significatiu en l'activitat de la regidoria.

L'execució del Pla de Sostenibilitat Turística en Destinació (PSTD) – Next Generation EU, dotat amb una subvenció de cinc milions d'euros, ha centrat gran part de l'activitat de la regidoria, especialment pel que fa a la gestió administrativa, les licitacions i la posada en marxa dels diferents contractes.

En l'àmbit de la qualitat i la sostenibilitat turística, Sitges ha renovat la seva adhesió a la Xarxa de Destinacions Turístiques Intel·ligents (DTI), amb l'avaluació de 261 indicadors vinculats als eixos de governança, sostenibilitat, innovació, tecnologia i accessibilitat. Paral·lelament, s'ha continuat treballant en el compromís per la sostenibilitat Biosphere, tant en l'àmbit de destinació com a les Oficines de Turisme i al Sitges Convention Bureau.

Pel que fa a la promoció turística, s'ha mantingut l'aposta pels mercats prioritaris a través de la participació en accions comercials, l'atenció a mitjans de comunicació, els viatges de premsa i de familiarització i les col·laboracions amb organismes com l'Agència Catalana de Turisme, la Diputació de Barcelona i Turespaña. La cultura, l'enogastronomia i el turisme prèmium han continuat tenint un paper destacat en les accions de promoció, amb una especial incidència de l'eno-gastronomia, coincidint amb la designació de Catalunya com a Regió Mundial de la Gastronomia 2025.

El 2025 també ha estat un any rellevant en l'àmbit de la comunicació digital, amb la posada en marxa d'un nou contracte de gestió de les xarxes socials i una nova estratègia basada en la creació de continguts propis i experiencials. Aquesta nova etapa ha permès ampliar la presència de Turisme de Sitges als diferents canals digitals i incrementar de manera significativa la comunitat i la interacció amb els usuaris.

El Sitges CB, programa de la regidoria especialitzat en turisme MICE, ha mantingut una intensa activitat comercial i de promoció, amb la participació en workshops i fires professionals, accions de networking, viatges de familiarització i visites d'inspecció. A més, el mes de juliol es van cloure els actes de celebració del 20è aniversari del Sitges Convention Bureau.

Les dues Oficines d'Informació Turística han continuat desenvolupant la seva tasca d'atenció i informació al turista i han mantingut el servei d'informadors turístics mòbils, que durant la temporada 2025 ha permès ampliar i millorar l'atenció al visitant fora dels punts físics habituals.

En conjunt, el 2025 ha estat un any d'intensa activitat, marcat per la consolidació de les línies de treball de la regidoria i l'impuls de projectes estratègics orientats a avançar cap a un model turístic més sostenible, innovador i competitiu.

## 2. PLA DE SOSTENIBILITAT TURÍSTICA EN DESTINACIÓ (PSTD) – NEXT GENERATION EU

L'any 2023, Sitges es va presentar a la convocatòria extraordinària dels Plans de Sostenibilitat Turística en Destinació per a ens locals, impulsada pel Ministeri d'Indústria i Turisme. Com a resultat, la vila va obtenir una subvenció de cinc milions d'euros subvencionats amb els Fons Next Generation EU per desenvolupar un conjunt de nou iniciatives estratègiques.

Aquestes actuacions s'articulen al voltant de quatre grans àmbits: transició ecològica, eficiència energètica, digitalització i competitivitat turística. En conjunt, els projectes inclosos en el PSTD tenen com a objectiu contribuir a millorar tant la qualitat de vida dels residents com l'experiència dels visitants i turistes, alhora que impulsen la transformació de Sitges cap a un model turístic més sostenible, eficient i competitiu.

El desplegament dels projectes es va iniciar el novembre de 2023 i té com a data límit d'execució el juny de 2026.

| EIXOS PROGRAMÀTICS                               | ACTUACIONS                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>EIX 1. TRANSICIÓ VERDA I SOSTENIBLE</b>       | 1. Sistema de reutilització de les aigües que provenen de la depuradora de Sitges-Sant Pere de Ribes<br>2. Conservació i millora de la flora, fauna i zona humida per adaptar-la al canvi climàtic                                 |
| <b>EIX 2. MILLORA DE L'EFICIÈNCIA ENERGÈTICA</b> | 3. Conversió en zona de vianants i desenvolupament de carrils bici bidireccionals<br><b>4. Programa de descarbonització d'empreses del sector turístic de Sitges</b>                                                               |
| <b>EIX 3. TRANSICIÓ DIGITAL</b>                  | 5. Implementació d'un sistema intel·ligent d'aparcament<br><b>6. Sistema d'Intel·ligència Turística de Sitges i sistema de gestió d'esdeveniments</b>                                                                              |
| <b>EIX 4. COMPETITIVITAT</b>                     | 9. Millora de l'accessibilitat i avanç cap a un turisme inclusiu<br><b>10. Elaboració del portafoli de productes i recursos turístics de Sitges</b><br>11. Sistema de gestió d'assistència tècnica per al desenvolupament del PSTD |

A continuació el detall dels projectes executats des de la regidoria de Turisme al llarg d'aquest any:

## 2.1 EIX 2 - Programa de descarbonització d'empreses del sector turístic de Sitges

La transició cap a un model turístic més sostenible i resiliència és una de les línies estratègiques de la regidoria de Turisme. En aquest context, durant el 2025 s'ha posat en marxa el Programa de descarbonització del sector turístic de Sitges, una iniciativa finançada amb fons Next Generation EU a través del Pla de Sostenibilitat Turística en Destinació (PSTD).

El projecte, desenvolupat per la Fundació Institut Cerdà, té com a objectiu acompanyar les empreses i entitats turístiques locals en el procés de mesura i reducció de la seva petjada de carboni, així com facilitar-ne l'adaptació als nous reptes vinculats a la sostenibilitat.

En total, 12 empreses del sector turístic local han participat en la iniciativa, entre les quals:

### EMPRESSES PARTICIPANTS

|                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Museus de Sitges</li> <li>• Hotel Calipolis</li> <li>• Hotel Sunway Playa Golf &amp; SPA</li> <li>• Hotel Subur Marítim</li> <li>• Club de Golf Terramar</li> <li>• Nootka</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Autocars Dotor</li> <li>• Sitges, Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya</li> <li>• Ajuntament de Sitges</li> <li>• Port de Sitges – Aiguadolç</li> <li>• Sciències Can Girona</li> <li>• Club Nàutic</li> </ul> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 2.2 EIX 3. TRANSICIÓ DIGITAL - Sistema d'Intel·ligència Turística de Sitges i sistema de gestió d'esdeveniments

La transformació digital és una de les línies estratègiques per millorar la competitivitat, la gestió i la promoció turística de Sitges. En aquest context, durant el 2025 s'ha iniciat el projecte de renovació integral dels portals web de Turisme de Sitges, finançat amb fons Next Generation EU a través del Pla de Sostenibilitat Turística en Destinació (PSTD).

El projecte contempla el desenvolupament de tres portals diferenciats: el web turístic adreçat al públic final, el portal destinat als professionals del sector turístic i el web del Sitges Convention Bureau. L'objectiu és renovar l'ecosistema digital de Turisme de Sitges, millorar l'experiència de l'usuari i l'accessibilitat, facilitar una millor segmentació dels continguts i adaptar els canals digitals a les noves necessitats de promoció i informació turística.

El coneixement i l'anàlisi de les dades són també elements clau per definir amb més precisió les polítiques de promoció i gestió turística de Sitges. En aquest àmbit, durant el 2025 s'ha avançat en la implantació del nou Sistema d'Intel·ligència Turística de Sitges, que té com a objectiu integrar i relacionar diferents fonts d'informació, tant públiques com privades, per aprofundir en el coneixement de l'activitat turística i facilitar la presa de decisions.

Al llarg de l'any s'han desenvolupat els treballs de definició i contractació del nou sistema, que continuarà el seu desplegament durant el 2026. Paral·lelament, la regidoria de Turisme ha continuat treballant amb les fonts de dades disponibles per fer el seguiment i l'anàlisi de l'activitat turística de la destinació.

Finalment, dins de les actuacions de l'eix de transició digital, durant el 2025 també s'ha iniciat la definició d'un nou sistema de gestió d'esdeveniments de ciutat, amb l'objectiu de millorar i agilitzar els processos vinculats a la seva organització. El projecte inclou una primera fase de consultoria per analitzar els procediments actuals, identificar necessitats i definir un model de gestió més eficient, així com el desenvolupament d'una eina digital que permeti centralitzar i facilitar la tramitació i coordinació dels esdeveniments.

## **2.3 EIX 4. COMPETITIVITAT - Elaboració del portafoli de productes i recursos turístics de Sitges**

Durant el 2025 s'han posat en marxa les secretaries tècniques per al desenvolupament de tres productes turístics estratègics de Sitges: el turisme cultural, l'eno-gastronòmic i el nàutic.

El projecte compta amb el suport d'una agència especialitzada en màrqueting turístic i té com a objectiu estructurar, desenvolupar i reforçar aquests tres àmbits a través de la planificació, la creació de producte, la promoció i el treball conjunt amb el sector turístic local. Aquest treball ha de permetre disposar d'una oferta més estructurada i competitiva, capaç d'atraure un visitant de valor procedent dels principals mercats d'interès per a Sitges i alineat amb el model turístic de la destinació.

Ahora, el desenvolupament d'aquests productes ha de facilitar una promoció més segmentada i efectiva, aportant nous continguts, experiències i arguments de venda per a les accions comercials i de promoció turística, i contribuint a reforçar la visibilitat i el posicionament de Sitges als mercats prioritaris.

Juntament amb el turisme MICE, aquests tres productes tenen un paper especialment rellevant en l'estratègia de desestacionalització de la destinació, ja que contribueixen a generar nous motius de viatge i experiències al llarg de tot l'any, més enllà dels períodes de major afluència turística.

### 3. XARXA DTI

Sitges forma part de la Xarxa de Destinacions Turístiques Intel·ligents (DTI) des de l'any 2022. El projecte, impulsat per la Secretaria d'Estat de Turisme a través de SEGITTUR, promou un model de gestió turística basat en cinc eixos estratègics: governança, innovació, tecnologia, sostenibilitat i accessibilitat.

Durant el 2025, Sitges ha renovat la seva adhesió a la Xarxa DTI i s'ha sotmès a un nou procés de diagnosi, que ha comportat l'avaluació de 261 indicadors transversals vinculats als cinc eixos del model. El resultat global ha estat d'un 58,2 % de grau d'acompliment, una valoració que permet mesurar l'evolució de la destinació, identificar els avenços assolits i detectar les àrees de millora sobre les quals continuar treballant.

Aquest procés contribueix a orientar la planificació turística i a establir prioritats i línies de treball per avançar cap a una gestió de la destinació més innovadora, sostenible, accessible i basada en el coneixement.

|                                              |                                              |                                |                                   |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|
| <b>2022</b><br><b>Adhesió a la Xarxa DTI</b> | <b>2025</b><br><b>Renovació de l'adhesió</b> | <b>261 Indicadors avaluats</b> | <b>58,2% d'acompliment global</b> |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|

A partir d'aquesta diagnosi, s'ha elaborat un nou pla d'acció que defineix les línies de treball per continuar avançant en la implantació del model DTI. Entre les principals actuacions desenvolupades durant el 2025 i vinculades als diferents eixos del model, destaquen:

|                       |                                                                                                                                                                               |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Accessibilitat</b> | Desplegament de la plataforma <b>PROA</b> i <b>formacions en accessibilitat</b> turística.                                                                                    |
| <b>Governança</b>     | Trobades del Consell Assessor i desplegament del <b>pla de màrqueting turístic de Sitges 2024-2028</b> i seguiment transversal del projecte a través del pla d'accions anual. |
| <b>Tecnologia</b>     | Formacions en <b>màrqueting digital i xxss</b> .                                                                                                                              |
| <b>Innovació</b>      | Desenvolupament i estructuració de <b>nous productes i experiències</b> turístiques en els àmbits cultural, enogastronòmic i nàutic.                                          |
| <b>Sostenibilitat</b> | Estudi quantificació de la <b>petjada de carboni</b> de l'Ajuntament de Sitges                                                                                                |

## PROJECTES ESPECIALMENT DESTACATS EN ELS DIFERENTS EIXOS

### PROA

Durant el 2025 s'ha desplegat la **plataforma PROA**, un programari que permet conèixer i avaluar el grau d'accessibilitat dels recursos i serveis turístics de Sitges, així com disposar d'informació actualitzada per identificar necessitats i àrees de millora.

A finals d'any, **33 espais turístics** s'havien incorporat al sistema, dels quals 7 corresponen a empreses privades. Del total d'espais incorporats, 33 han estat autoavaluats i 8 han estat validats tècnicament.

PROA es concep com un **projecte viu i en evolució**, que s'anirà ampliant amb la incorporació de nous recursos i l'actualització de la informació existent, amb l'objectiu de disposar d'una visió cada vegada més completa de l'accessibilitat de l'oferta turística de Sitges. La informació generada s'integrarà progressivament en els canals digitals de Turisme de Sitges, facilitant que els visitants puguin conèixer amb antelació les condicions d'accessibilitat dels diferents recursos i serveis, planificar millor la seva estada i gaudir d'una experiència turística més accessible i adaptada a les seves necessitats.

### FORMACIONS EN ACCESSIBILITAT TURÍSTICA

La regidoria de Turisme ha impulsat una **formació en accessibilitat turística adreçada als professionals del sector**, amb l'objectiu de proporcionar eines i coneixements que facilitin la incorporació de l'accessibilitat de manera transversal tant en la prestació dels serveis com en l'atenció al visitant.

De la mà d'Il·lunion, la formació ha combinat continguts teòrics i activitats pràctiques i s'ha adreçat especialment a professionals dels àmbits cultural i enoturístic, de les oficines de turisme i d'empreses del sector serveis en general. L'acció, desenvolupada en el marc del Pla de Sostenibilitat Turística en Destinació (PSTD) – Next Generation EU, ha comptat amb **35 assistents** i ha contribuït a reforçar la sensibilització i la capacitat del sector en matèria d'accessibilitat.

### FORMACIONS EN MÀRQUETING DIGITAL I XARXES SOCIALS

Durant el 2025 s'ha impulsat una **formació pràctica en màrqueting digital i xarxes socials adreçada a les empreses turístiques de Sitges**, amb l'objectiu de reforçar les seves competències digitals i proporcionar eines útils per millorar la comunicació, la promoció i la visibilitat dels seus negocis.

La sessió s'ha centrat en aspectes com la definició d'objectius, la creació de continguts i la planificació estratègica de la presència a les xarxes socials, i ha comptat amb la participació de **21 empreses del municipi**. Aquesta acció contribueix a reforçar la capacitat i la competitivitat del teixit empresarial turístic local, facilitant la seva adaptació als nous hàbits de comunicació i consum digital.

## 4. TURISME SOSTENIBLE

Sitges ha renovat per tercer any consecutiu la **certificació Biosphere Destination en categoria Gold**, que reconeix el compromís de la destinació amb un model turístic més responsable i sostenible, alineat amb els **17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de l'Agenda 2030**.

L'auditoria corresponent ha avaluat **69 accions i 363 activitats**, amb resultats positius en àmbits com l'accessibilitat, la comunicació i el màrqueting sostenible, el foment de les energies renovables, l'economia circular i la conservació i posada en valor del patrimoni cultural. Aquesta avaluació permet identificar anualment els punts forts de la destinació, detectar àrees de millora i establir noves actuacions per continuar progressant en matèria de sostenibilitat.

La **categoria Gold** reconeix també la implicació del teixit turístic local i la col·laboració entre el sector públic i privat. Durant el 2025, **36 empreses, recursos i serveis turístics de Sitges** han format part del Compromís Biosphere, una participació que posa de manifest l'abast transversal del programa i el compromís dels diferents agents amb la sostenibilitat de la destinació.

|                                      |                         |                                    |
|--------------------------------------|-------------------------|------------------------------------|
| Biosphere Destination<br><b>Gold</b> | <b>69</b><br>indicadors | <b>363</b><br>activitats avaluades |
|--------------------------------------|-------------------------|------------------------------------|

### OBJECTIUS ASSOLITS EN MATÈRIA DE TURISME SOSTENIBLE:

|                                                                                                                        |                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Renovació de la certificació Biosphere Gold Destination</li> </ul>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Renovació de l'adhesió al compromís Biosphere de l'OIT de la plaça Eduard Maristany</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Renovació de l'adhesió al compromís Biosphere de l'OIT de Can Milà</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 36 empreses, recursos i serveis turístics adherits al Compromís Biosphere</li> </ul>           |

## 5. PROMOCIÓ TURÍSTICA

L'estratègia de promoció turística de Sitges s'ha orientat als **mercats, públics i segments prioritaris** definits en el Pla de màrqueting turístic 2024-2028, amb l'objectiu de reforçar el posicionament de la destinació i atraure un visitant de valor. En aquest àmbit, s'ha continuat treballant en col·laboració amb organismes de promoció turística com l'Agència Catalana de Turisme, la Diputació de Barcelona i Turespaña, aprofitant sinergies i oportunitats de promoció conjunta.

Les accions desenvolupades durant el 2025 han combinat la participació en **fires i workshops professionals, viatges de premsa i de familiarització, col·laboracions amb mitjans de comunicació i la creació i actualització de materials promocionals**. La cultura, l'enogastronomia i el turisme prèmium han tingut un pes destacat en l'activitat promocional, tant per la seva capacitat de connectar amb els mercats prioritaris com per la seva contribució a la desestacionalització i al posicionament de Sitges com una destinació diversa i atractiva al llarg de tot l'any.

## 5.1 ACCIONS PROMOCIONALS I COMERCIALS

|                                                                           |                                |
|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| • Fitur, Madrid                                                           | • B Travel, Barcelona          |
| • Tasty Catalunya, Agència Catalana de Turisme, Tarragona                 | • LaOla, Toulouse              |
| • Unique Travel Show, Algarve                                             | • Pure Spain, Turespaña, París |
| • Jornada de Mercats Emissors de l'Agència Catalana de Turisme, Tarragona | • ILTM, Turespaña, Cannes      |

## 5.2 ACCIONS AMB PREMSA

La promoció a través de mitjans de comunicació nacionals i internacionals ha continuat sent una de les principals eines per reforçar la visibilitat i notorietat de Sitges i projectar la destinació als mercats prioritaris.

Al llarg de l'any s'han gestionat **viatges de premsa, rodages de l'àmbit turístic, visites de periodistes i col·laboracions amb mitjans de comunicació** procedents de mercats com l'estatal, el Regne Unit, França, Portugal, Corea del Sud i Nova Zelanda. Entre les accions realitzades destaquen les col·laboracions amb *The Sun*, *The Standard*, *New Zealand Herald*, *Vogue Korea*, *¡HOLA!*, *RTVE – Aquí la Tierra* i *Viajeros Cuatro*, així com diverses accions desenvolupades conjuntament amb l'Agència Catalana de Turisme i la Diputació de Barcelona.

Aquestes accions han permès ampliar la presència de Sitges en mitjans i canals de diferents mercats i perfils de públic, reforçant la projecció de la destinació i la difusió dels seus principals atractius i productes turístics.

## 5.3 VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ I VISITES D'INSPECCIÓ

Els viatges de familiarització han permès donar a conèixer de primera mà l'oferta turística de Sitges a agents de viatges i operadors de diferents mercats internacionals, oferint-los una experiència directa de la destinació i dels seus principals productes i recursos.

Durant el 2025 s'han organitzat o acollit accions amb professionals procedents de Noruega, Corea del Sud, Canadà, Regne Unit, Moldàvia i Ucraïna, així com un *fam trip* especialitzat en enogastronomia prèmium, desenvolupat en col·laboració amb la Diputació de Barcelona.

Aquestes accions permeten establir un **contacte directe amb prescriptors i professionals del sector**, presentar l'oferta turística de manera segmentada segons els interessos i perfils de cada mercat i generar noves oportunitats de comercialització. Alhora, contribueixen a reforçar la presència de Sitges als canals d'intermediació i a posicionar la destinació entre públics d'interès.

#### 5.4 MATERIAL PROMOCIONAL I MARXANDATAGE

Durant el 2025 s'ha continuat treballant en l'actualització i millora dels **materials de promoció turística**, adaptant-los a les necessitats de les Oficines de Turisme i de les diferents accions de promoció de la destinació. En aquest marc, també s'ha renovat el **material de marxandatge de Turisme de Sitges**, destinat principalment a fires i accions comercials, viatges de familiarització i de premsa, així com a atencions professionals. Aquests materials contribueixen a reforçar la imatge i visibilitat de Sitges i a mantenir una identitat coherent en els diferents canals i accions de promoció turística.

#### 5.5 CATALUNYA, REGIÓ MUNDIAL DE LA GASTRONOMIA 2025

La designació de Catalunya com a Regió Mundial de la Gastronomia 2025 ha estat una oportunitat per reforçar l'enogastronomia com un dels productes turístics estratègics de Sitges i incrementar-ne la presència en les accions de promoció i comunicació de la destinació.

Una de les principals actuacions ha estat la participació en **Tasty Catalunya**, *workshop* organitzat per l'Agència Catalana de Turisme amb agents de viatges internacionals especialitzats en enogastronomia i de perfil prèmium. En aquest context, la regidoria de Turisme també ha col·laborat amb la Diputació de Barcelona en l'organització d'un viatge de familiarització a Sitges, que ha permès presentar directament als professionals l'oferta enogastrònica de la destinació.

La promoció s'ha reforçat també amb l'organització d'un **viatge de premsa propi amb motiu de la Festa de la Verema i la Mostra de Vins**, adreçat a periodistes del Regne Unit. L'acció ha tingut com a objectiu donar visibilitat a la tradició vitivinícola de Sitges, amb una atenció especial a la Malvasia de Sitges, així com al conjunt de l'oferta enogastrònica de la vila.

En l'àmbit de la divulgació i la cultura, destaca també l'exposició **Tovallons d'Art**, una iniciativa que ha iniciat el seu recorregut a Sitges i que posteriorment itinerarà per altres municipis de Catalunya. El projecte contribueix a establir vincles entre gastronomia, cultura i creativitat i a donar projecció a Sitges en el marc de la programació de Catalunya Regió Mundial de la Gastronomia 2025.

## 5.6 PRESÈNCIA EN CONGRESSOS I PRESENTACIONS PROFESSIONALS

Durant el 2025, la regidoria de Turisme ha participat en diferents congressos, jornades i trobades professionals vinculades a la gestió turística. En alguns d'aquests espais, Sitges ha tingut una participació activa com a ponent, presentant el seu model de gestió turística i compartint experiències, projectes i bones pràctiques de la destinació. En altres casos, la participació ha estat en qualitat d'assistent, amb l'objectiu de conèixer experiències d'altres destinacions, compartir coneixement i identificar tendències i bones pràctiques aplicables a Sitges.

### PARTICIPACIÓ COM A PONENTS

- **Visit Norway:** presentació del model de gestió turística de Sitges i visita d'empresaris noruecs
- Delegació de **municipis d'Ucraïna:** presentació del model de gestió turística i promoció de Sitges
- **Smart City Expo**, 6 de novembre
- **École Ferrières**, 18 de desembre

### PARTICIPACIÓ COM A ASSISTENTS

- **VII Encuentro de Gestores DTI**, del 6 al 8 de maig, Santa Susanna.

## 5.7 INFORME DE DADES SITGES 2024

Durant el 2025 s'ha continuat treballant en l'anàlisi de dades turístiques amb l'objectiu d'aprofundir en el coneixement de l'activitat turística de Sitges i disposar d'informació que faciliti la presa de decisions i permeti orientar amb més precisió les accions de gestió i promoció de la destinació.

L'**Informe de dades de Sitges 2024** recull i analitza diferents indicadors que permeten obtenir una visió global de l'activitat turística de la vila. Entre aquests destaquen l'ocupació en hotels i apartaments, el perfil, el comportament i els interessos dels turistes, les dades d'atenció de les Oficines de Turisme i la reputació turística en línia.

Paral·lelament, durant el 2025 s'ha incorporat l'anàlisi de dades de despesa bancària, que permet aprofundir en el coneixement del comportament econòmic dels visitants i del retorn de l'activitat turística a la destinació. S'ha disposat d'informació corresponent al període comprès entre març i setembre, així com d'anàlisis específiques vinculades als principals esdeveniments amb impacte turístic celebrats a Sitges.

## 5.8 WEB

El web oficial de Turisme de Sitges, **Sitges Anytime**, continua sent un dels principals canals digitals de la destinació per donar a conèixer l'oferta turística, inspirar el visitant i facilitar la planificació del viatge.

Durant el 2025, bona part de l'activitat en aquest àmbit ha estat marcada pel desenvolupament dels **nous portals web de Turisme de Sitges**. El projecte preveu un nou ecosistema digital format per tres portals diferenciats —**Sitges Anytime, Professionals i Sitges Convention Bureau**—, adaptats a les necessitats i perfils dels seus diferents públics. L'objectiu és millorar l'experiència de l'usuari, facilitar l'accés a la informació, reforçar la segmentació i la qualitat dels continguts i potenciar l'estratègia d'*inbound marketing* de la destinació.

Una part important del treball desenvolupat durant l'any s'ha centrat en la revisió, actualització i reorganització dels continguts, així com en la preparació de nous recursos i eines per als futurs portals, paral·lelament al manteniment del web actual. A finals del 2025, el projecte es trobava adjudicat i en fase d'execució, amb la finalització prevista durant el 2026.

Pel que fa a la **comunicació directa amb els diferents públics**, s'ha mantingut l'enviament de la *newsletter* turística mensual, així com les comunicacions específiques adreçades al sector turístic local. Paral·lelament, s'ha continuat ampliant la difusió dels continguts de Turisme de Sitges a través de diferents canals i plataformes digitals, reforçant la capacitat d'arribar de manera més directa i segmentada tant als visitants com als professionals del sector.

## ANALÍTICA WEB

USUARIS ACTIUS PER PAÍS · COMPARATIVA 2024 VS. 2025

| 2024                                                                                               |         | 2025                                                                                               |          | VARIACIÓ GLOBAL                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>205.039</b> |         |  <b>240.517</b> |          |  <b>+17,30 %</b> |
| PAÍS                                                                                               | 2024    | 2025                                                                                               | VARIACIÓ |                                                                                                      |
| 1 Espanya                                                                                          | 111.002 | 113.108                                                                                            | +1,90 %  |                                                                                                      |
| 2 Estats Units                                                                                     | 12.591  | 24.638                                                                                             | +95,68 % |                                                                                                      |
| 3 França                                                                                           | 21.666  | 22.404                                                                                             | +3,41 %  |                                                                                                      |
| 4 Regne Unit                                                                                       | 17.985  | 18.036                                                                                             | +0,28 %  |                                                                                                      |
| 5 Alemanya                                                                                         | 11.485  | 15.236                                                                                             | +32,66 % |                                                                                                      |
| 6 Països Baixos                                                                                    | 6.292   | 6.200                                                                                              | -1,46 %  |                                                                                                      |
| 7 Bèlgica                                                                                          | 2.792   | 2.861                                                                                              | +2,47 %  |                                                                                                      |
| 8 Canadà                                                                                           | 2.129   | 2.550                                                                                              | +19,77 % |                                                                                                      |

Font: Google Analytics 4 · Períodes comparats: 1 gen.-31 des. 2024 i 1 gen.-31 des. 2025

## ÚS DEL WEB PER DISPOSITIU



MÈTRICA: Usuaris actius



PERÍODE: 1 gen.–31 des. 2025



Mòbil



62,23 %



Ordinador



36,08 %



Tauleta



1,35 %

Font: Google Analytics 4 (GA4) · Mètrica: usuaris actius · Període: 1 gen.–31 des. 2025

### 5.9 XARXES SOCIALS

Les xarxes socials de Turisme de Sitges són un dels principals canals de comunicació directa amb els diferents públics de la destinació. L'estratègia se centra a **ampliar i consolidar les comunitats digitals, reforçar el vincle amb els usuaris i donar visibilitat a l'oferta turística de Sitges** a través de continguts inspiradors, propers i adaptats al llenguatge i les característiques de cada plataforma.

Durant el 2025, les comunitats digitals de Turisme de Sitges han experimentat un **creixement destacat, especialment a Instagram i TikTok**, dos canals especialment rellevants per arribar als públics d'interès de la destinació a través de continguts visuals i audiovisuals. També ha augmentat la comunitat de Facebook, mentre que X s'ha mantingut estable i s'ha creat el nou canal de **LinkedIn que ha anat creixent com a canal de comunicació de caràcter més professional**, orientat a reforçar la relació amb el sector turístic i donar visibilitat a projectes, iniciatives i actuacions de la regidoria de Turisme.

## EVOLUCIÓ DE SEGUIDORS

Respecte 2024



INSTAGRAM

**+10.535**seguidors  
respecte 2024

FACEBOOK

**+2.867**seguidors  
respecte 2024

TIKTOK

**+3.654**seguidors  
respecte 2024

X

**ESTABLE**seguidors  
respecte 2024

LINKEDIN

**+116**seguidors  
respecte 2024

Font: Turisme de Sitges · 2025

El creixement de les comunitats digitals ha anat acompanyat **d'un increment de l'abast i l'impacte dels continguts**. Al llarg del 2025, Instagram ha superat els 3,5 milions de visualitzacions, Facebook els 2,5 milions i TikTok les 500.000, consolidant les xarxes socials com un canal rellevant per a la visibilitat i projecció de la destinació.

Els nivells d'interacció també han estat positius, amb un **engagement** mitjà del **6,5 % a Instagram, del 6 % a Facebook i del 3 % a TikTok**. Els resultats d'Instagram i Facebook reflecteixen una comunitat activa i amb una bona capacitat d'interacció amb els continguts, mentre que TikTok, reactivat durant el 2025, presenta una evolució positiva i un potencial de creixement destacat.

Pel que fa als continguts, els formats audiovisuals curts han estat els que han generat un impacte més gran, especialment aquells vinculats a la vida quotidiana, el paisatge, les emocions i els elements més identitaris de Sitges. Els continguts estacionals i relacionats amb esdeveniments també han contribuït a incrementar la visibilitat i la interacció, mentre que els continguts de caràcter més institucional i professional han trobat en LinkedIn el canal més adequat.

Aquests resultats permeten identificar els formats i les temàtiques que generen una millor resposta entre els diferents públics i orientar l'estratègia de continguts cap a una comunicació cada vegada més visual, directa, segmentada i adaptada a les característiques de cada canal.

## PERFIL DELS SEGUIDORS

Principals característiques de l'audiència · 2025



Audiència adulta, amb predomini femení i una base principal de públic nacional.

Font: Informe anual de xarxes socials de Turisme de Sitges 2025

Pel que fa al **perfil de l'audiència**, s'observa una **major presència femenina**, amb una concentració principal en les franges d'edat compreses entre els **35 i els 54 anys** i una presència també significativa del segment de **55 a 64 anys**. Es tracta, per tant, d'una audiència majoritàriament adulta, especialment receptiva als continguts vinculats a la cultura, l'estil de vida i les experiències que ofereix Sitges.

Geogràficament, predomina el **públic del mercat estatal**, amb Barcelona com a principal ciutat d'origen dels seguidors, seguida de Sitges i d'altres municipis de l'entorn metropolità. Paral·lelament, les comunitats mantenen una presència internacional rellevant, especialment de públic procedent de França, d'altres mercats europeus i dels Estats Units.

Aquest perfil permet orientar i segmentar millor els continguts, combinant la comunicació adreçada al **públic de proximitat** amb aquella destinada a reforçar la visibilitat de Sitges en els **mercats internacionals d'interès per a la destinació**.

## 6. SITGES CONVENTION BUREAU

El Sitges Convention Bureau (Sitges CB), programa de la regidoria de Turisme especialitzat en la promoció del turisme MICE, ha centrat l'estratègia del 2025 en el **suport a les empreses associades en la comercialització i en la col·laboració en accions de promoció focalitzades en els principals mercats prioritaris**, especialment Europa central i els Estats Units. Paral·lelament, s'han explorat oportunitats en altres mercats emergents com LATAM i Polònia.

Al llarg de l'any, el Sitges CB ha executat més de **55 accions promocionals**, entre les quals hi ha l'assistència a workshops i fires professionals, presentacions, reunions professionals, taules rodones, entrevistes, formacions i l'acollida de viatges de familiarització per donar a conèixer Sitges entre organitzadors d'esdeveniments.

Entre les accions més destacades hi ha la **coorganització i coordinació del Break the Ice Forum a Sitges**, conjuntament amb l'Hotel Calípolis, que va reunir 117 professionals europeus, i la celebració de la cloenda del 20è aniversari del Sitges CB, amb més de 85 participants.

En l'àmbit de la comunicació, s'han desenvolupat accions de màrqueting digital, s'han enviat 6 newsletters i la premsa ha publicat 11 articles relacionats amb el programa. També s'ha reforçat la presència a les xarxes socials, s'han generat nous continguts, s'ha actualitzat el web [www.sitgescb.cat](http://www.sitgescb.cat) i s'ha treballat en nou material promocional.

El Sitges CB ha rebut, a més, **224 peticions de serveis** per organitzar reunions a Sitges, procedents principalment dels mercats nacional, europeu, Estats Units i Canadà. En matèria de sostenibilitat, el programa ha rebut el certificat d'adhesió al Compromís Biosphere.

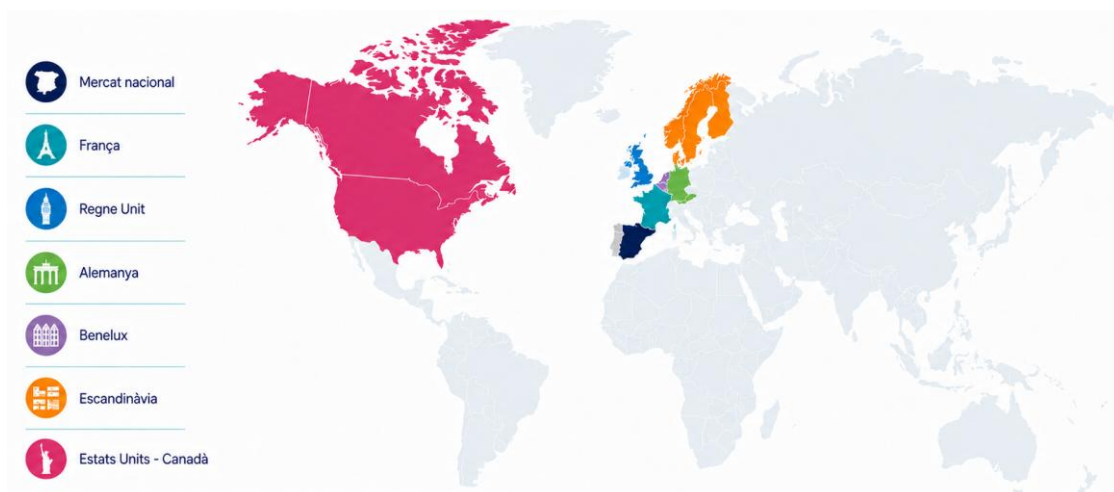
**55+**  
accions promocionals

**24**  
fòrums i fires

**224**  
peticions rebudes

### 6.1 MERCATS PRIORITARIS

Els mercats prioritaris del Sitges CB són el mercat nacional, França, Regne Unit, Alemanya, Benelux, Escandinàvia i Estats Units-Canadà.



## 6.2 ACCIONS DESTACADES

Les principals xifres de l'activitat desenvolupada pel Sitges CB durant el 2025 han estat:

|                                                                                                                                                                 |                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>24 fòrums i fires</b> , amb 603 cites i 939 contactes.                                                                                                       | <b>1 workshop a Sitges</b> , amb 117 professionals.                                                  |
| <b>13 fam trips i press trips</b> , amb 297 assistents.                                                                                                         | <b>2 visites d'inspecció</b> , amb 4 organitzadors.                                                  |
| <b>13 accions de networking</b> i relacions públiques, amb 1.780 professionals.                                                                                 | <b>4 presentacions</b> , davant de 233 eventprofs.                                                   |
| 15 assistències a reunions professionals.                                                                                                                       | <b>224 peticions</b> rebudes                                                                         |
| Assemblea i <b>cloenda del 20è aniversari</b> del Sitges CB.                                                                                                    | <b>Aliança d'Or amb EMA</b> , amb 5 accions de networking i 490 assistents.                          |
| Col·laboració amb altres institucions i conventions bureaux                                                                                                     | <b>6 newsletters</b> pròpies, enviades a 4.736 subscriptors: 2.484 internacionals i 2.252 nacionals. |
| <b>16 publicacions en premsa, en paper i format virtual.</b>                                                                                                    | <b>11 articles d'actualitat</b> publicats al web del Sitges CB.                                      |
| El web <a href="http://www.sitgescb.cat">www.sitgescb.cat</a> ha registrat 14.159 visites, 13.669 usuaris, 30.526 pàgines visitades i 79.568 events realitzats. | Renovació del compromís per la sostenibilitat <b>Biosphere</b> del Sitges CB.                        |

## 6.3 ESDEVENIMENTS ACOLLITS A SITGES

|                                                   |                                                                       |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| <b>Break the Ice Forum</b> , amb 117 participants | <b>Cloenda del 20è aniversari del Sitges CB</b> , amb 85 participants |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|



Sitges Convention Bureau · 2025

## 6.4 WORKSHOPS I FIRES

La participació en workshops i fires professionals ha permès mantenir el contacte directe amb organitzadors d'esdeveniments i professionals del sector MICE dels diferents mercats prioritaris. Les accions realitzades han estat:

| ACCIÓ · DATA I LLOC                                                       | CITES / CONTACTES        |
|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| MIS, Madrid, 11 de febrer                                                 | 38 cites i contactes.    |
| GMF Edición Corporativa, Gijón, del 20 al 22 de febrer                    | 18 cites i 59 contactes. |
| AAP – French Market, Porto, del 14 al 16 de març                          | 21 cites i 36 contactes. |
| Break the Ice, Sitges, del 27 al 29 de març                               | 25 cites i 59 contactes. |
| Europcongress, London, del 6 al 8 d'abril                                 | 31 cites i 95 contactes. |
| GMF Special Venues, Madrid, 23 d'abril                                    | 21 cites i 84 contactes. |
| AAP Special Catalunya – Costa Brava, del 25 al 27 d'abril                 | 20 cites i 41 contactes. |
| Spain CB Workshop, Munich, 29 d'abril                                     | 25 cites i contactes.    |
| M&I Luxe, Mikonos, del 16 al 19 de maig                                   | 30 cites i 30 contactes. |
| GMF Asociativo, Gran Canaria, del 25 al 27 de juny                        | 20 cites i 42 contactes. |
| The Meeting Space, Madrid, del 3 al 5 de juliol                           | 25 cites i contactes.    |
| BED Barcelona, 8 de juliol                                                | 14 cites i contactes.    |
| MIF Zagreb, del 27 al 29 d'agost                                          | 25 cites i 35 contactes. |
| Jornadas Spain CB Polonia, Jerez de la Frontera, del 24 al 26 de setembre | 10 cites i contactes.    |
| GMF Iberian Agències, Lloret de Mar, de l'1 al 3 d'octubre                | 21 cites i 61 contactes. |
| Conecta, Múrcia, del 9 a l'11 d'octubre                                   | 15 cites i 39 contactes. |

| ACCIÓ · DATA I LLOC                                             | CITES / CONTACTES        |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------|
| CCB – Workshop Associatiu, Lleida, 15 d'octubre                 | 9 cites i contactes.     |
| MCE South Europe, Algarve, del 19 al 21 d'octubre               | 31 cites i contactes.    |
| GMF On Board, Barcelona, 21 d'octubre                           | 16 cites i 48 contactes. |
| Events Club Life Sciences Forum, Madrid, del 2 al 4 de novembre | 29 cites i contactes.    |
| The Meeting Space Autumn, Marbella, del 7 al 8 de novembre      | 24 cites i contactes.    |
| IBTM, Barcelona, del 18 al 20 de novembre                       | 110 cites i contactes.   |
| Break the Ice, Lisboa, de l'11 al 13 de desembre                | 25 cites i 48 contactes. |

## 6.5 ACCIONS DE CONEIXEMENT I LLEGAT / F5 SITGES REFRESHING MICE

El Sitges CB també ha participat en accions de formació, coneixement, innovació i treball en xarxa orientades a la millora de la gestió del turisme MICE:

|                                                                                   |                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Equip de treball de l'eina Herramienta de impacto de eventos – Spain CB.          | Encuentro Spain CB, 10 de febrer, Madrid.                                                                                        |
| GMF Mesa Redonda – GMF Edición Corporativa, 21 de febrer, Gijón.                  | Reunió CB x CCB, 20 de març, Sant Sadurní d'Anoia.                                                                               |
| Certificació Biosphere, 3 d'abril, Vilanova i la Geltrú.                          | SCB Meet – Edición mercado alemán, 24 d'abril, online.                                                                           |
| Spain CB – Formación de la herramienta de impacto en eventos, 25 d'abril, online. | ACT-Webinar El mercat emissor dels EUA: situació actual i perspectives, 7 de maig, online.                                       |
| Presentació de resultats FEMP, 21 de maig, online.                                | Trobada i assemblea Spain CB, del 4 al 6 de juny, Granada.                                                                       |
| Biosphere sessió col·lectiva, 10 de juny, Vilanova i la Geltrú.                   | Biosphere – Claus del turisme actual i de futur: tecnologia, inclusió i sostenibilitat, 10 de juny, online.                      |
| CCB Jornada CBx Catalunya, 11 de juny, Sant Cugat.                                | Spain CB – Sistema de Inteligencia Turística (SIT), 17 de juny, online.                                                          |
| CCB – MICE Tic Day, 17 de juny, Barcelona.                                        | Participació en el projecte EMA ThinkMICE: El poder de las emociones en los Eventos: el caso del 20.º aniversario del Sitges CB. |
| Jornada de Formación de Técnicos SCB, del 10 a l'11 de desembre, Sevilla.         |                                                                                                                                  |

## 6.6 RESULTATS DE LES ENQUESTES REALITZADES ALS ASSOCIATS DEL SITGES CB

El segment MICE manté un pes molt rellevant a Sitges, representant més del 50% als Centres de Convencions, prop del 30% del negoci hoteler i gairebé el 40% als venues.

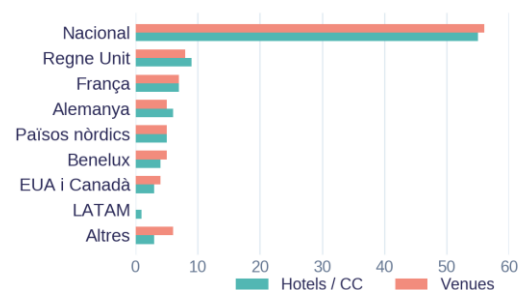
Després d'un 2024 marcat per un creixement mitjà extraordinari de la facturació d'hotels i venues (+32,94%) respecte a 2023, el 2025 consolida aquesta evolució amb un increment mitjà conjunt del 5,94%, en un context en què els mercats internacionals continuen sent clau tant per l'origen de l'organitzador com per l'àmbit de la reunió, reforçant una estructura més diversificada. Alhora, les agències es mantenen com el principal canal de captació, però amb un mix comercial més ampli, gràcies al major pes del corporatiu, de les associacions i d'altres canals complementaris.

### NACIONALITATS MICE · 2025



Nacionalitats MICE · 2025

### NACIONALITATS MICE · 2024



Nacionalitats MICE · 2024

### CREIXEMENT 2025 VS. 2024



Evolució de la facturació mitjana segons les enquestes als associats del Sitges CB.

## 6.7 ALIANÇA D'OR AMB L'EMA

En el marc de l'Aliança d'Or amb EMA, el Sitges CB ha desenvolupat les accions següents:

- Participació en una taula rodona a GMF Edición Corporativa, Gijón, al febrer.
- 5 accions de networking, amb 370 assistents.
- Gala Eventoplus – taula EMA, Madrid.
- Gravació d'una entrevista per a EMA TV.
- Assistència a 2 EMA Learn a Barcelona.
- 10º aniversario EMA, Madrid.

- |                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Christmas Party EMA, Madrid.</li> <li>• Difusió a les xarxes socials d'EMA.</li> <li>• 1 newsletter adreçada als seus associats.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 publicacions al web d'EMA.</li> <li>• Banner web, del 20 d'abril a l'1 de juny.</li> </ul> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 6.8 MÀRQUETING DIGITAL

La comunicació digital del Sitges CB s'ha desenvolupat a través de newsletters, continguts web, presència en premsa i xarxes socials.

S'han enviat 6 newsletters pròpies a 4.736 subscriptors, dels quals 2.484 són internacionals i 2.252 nacionals, i s'han comptabilitzat 16 publicacions en premsa, tant en paper com en format virtual.

El web [www.sitgescb.cat](http://www.sitgescb.cat) ha registrat 14.159 visites, 13.669 usuaris, 30.526 pàgines visitades i 79.568 events realitzats. També s'han fet millores i revisions del web i s'han publicat 11 articles a l'apartat d'Actualitat.

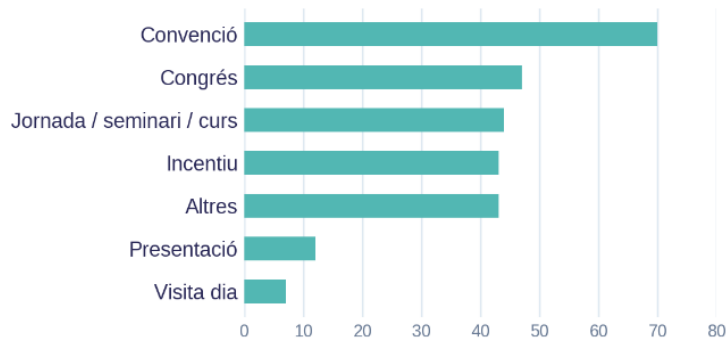
### PRINCIPALS RESULTATS A XARXES SOCIALS:

|                                    |                                                                                     |                                                                      |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| <b>X</b><br>300 usuaris i 53 posts | <b>LinkedIn</b><br>2.207 usuaris, 52 posts,<br>29.634 impressions i 1.222 reaccions | <b>Newsletter de LinkedIn</b><br>1.132 subscriptors i 5 newsletters. |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|

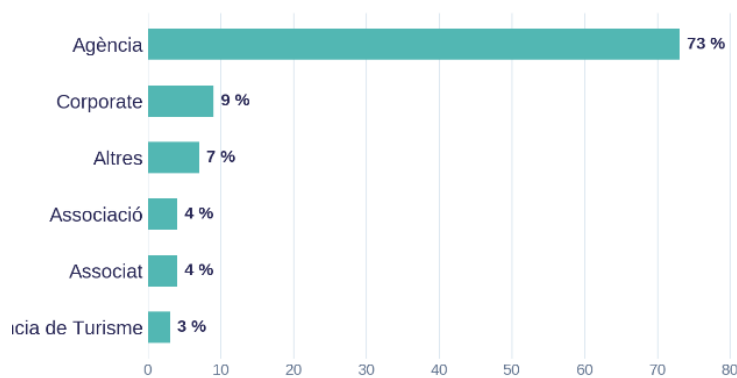
## 6.9 PETICIONS REBUDES PER ORGANITZAR REUNIONS A SITGES

El Sitges CB ha rebut un total de 224 peticions per organitzar reunions a Sitges.

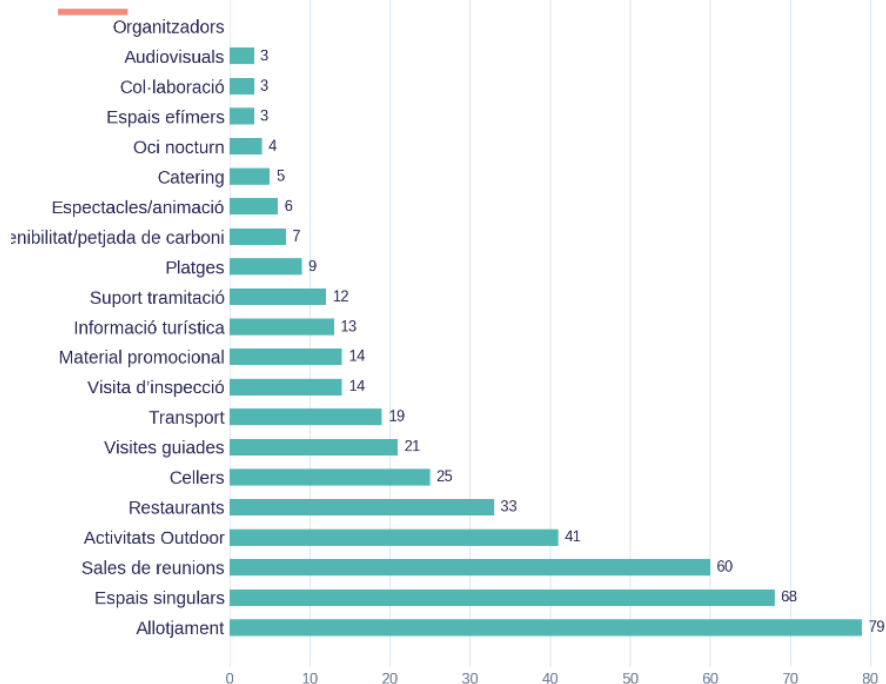
### TIPUS D'ESDEVENIMENT



### TIPUS D'EMPRESA



### TIPUS DE PETICIÓ



## 7. ESDEVENIMENTS

Els esdeveniments constitueixen una línia de treball específica de la regidoria de Turisme i tenen un paper rellevant en el dinamisme i la vitalitat que caracteritzen Sitges. A més de la seva capacitat d'atracció de visitants, contribueixen a generar activitat al llarg de l'any, reforçar la projecció de la vila i posar en valor diferents àmbits de la seva identitat.

Durant el 2025 s'ha continuat treballant en la **coordinació, gestió i racionalització del calendari d'esdeveniments**, amb l'objectiu de buscar un equilibri entre la seva capacitat d'atracció i dinamització i la necessitat de garantir una convivència adequada amb la vida quotidiana de la vila. Aquesta gestió s'emmarca en l'objectiu de posicionar Sitges com una destinació inclusiva, sostenible, intel·ligent, segura, singular, cultural i viva al llarg de tot l'any.

Al llarg del 2025, la regidoria de Turisme ha tingut una **implicació directa o ha col·laborat en un total de 9 esdeveniments**, amb diferents graus de participació i suport en funció de les característiques i necessitats de cadascun.

### Festival Internacional de Patchwork

- Del 20 al 23 de març. Organitza l'Associació Espanyola de Patchwork (AEP).
- 21a edició d'un festival molt consolidat i esperat, tant pel sector privat com pels visitants i assistents.
- Creixent participació d'expositors internacionals i esforç important per mantenir la qualitat i varietat de les exposicions.

### Ral·li Internacional de Cotxes d'Època Barcelona-Sitges

- 5 i 6 d'abril.
- 67a edició.
- Organitza l'entitat local Foment de Sitges.
- 90 vehicles participants, mostra el bon estat de salut de l'esdeveniment.
- Esdeveniment amb moltíssima trajectòria i arrelament a la vila. Continua generant molt interès, admiració i repercussió.

### Mediterranean Guitar Festival

- 38 concerts celebrats entre el 26 d'abril i l'1 de novembre
- L'organitza una empresa privada.
- Concerts de petit format a l'ermita de Sant Sebastià i al Casino Prado Suburense.
- Assistents majoritàriament turistes i visitants d'entre 45 i 70 anys. Augment progressiu d'assistents residents a la vila.

### Bears Sitges Meeting

- De l'1 al 4 de maig.
- L'organitza una empresa privada.
- Primera trobada bear de l'any i preludi de la trobada internacional del setembre.
- Totes les activitats tenen lloc en espais privats.

### Sitges Pride

- Del 4 al 8 de juny.
- Organitza l'entitat local sense ànim de lucre AFGAL.
- Considerat com el millor pride de destinacions turístiques petites.

### International Bears Sitges Week

- Del 5 al 14 de setembre.
- L'organitza una empresa privada.
- Esdeveniment que genera un elevat impacte econòmic a la vila.

- Assistents d'àmbit internacional, fidels i que ja han visitat la vila en edicions anteriors.

- Reconeguda internacionalment com una de les millors trobades bears.
- Es constata un augment de visitants nous i un repunt important d'assistents d'Alemanya i l'Europa de l'est.

#### Festa de la Verema i Mostra de Vins

- Del 3 al 5 d'octubre, lleugerament posteriors a les habituals per a un millor encaix en el calendari local.
- Organitza l'entitat local Foment de Sitges.
- Esdeveniment patrocinat per Bodegas Torres.
- Èxit de vendes i assistents a la Mostra de Vins.

#### Setmana de la Malvasia

- Del 6 al 16 de novembre.
- Esdeveniment organitzat pel Centre d'Interpretació de la Malvasia de Sitges.
- Esdeveniment amb una àmplia programació d'activitats.

## 8. OFICINES D'INFORMACIÓ TURÍSTICA

Les **Oficines de Turisme de Sitges** continuen tenint un paper clau en l'acollida, l'atenció i la informació a les persones que visiten la vila, facilitant la seva estada i donant a conèixer els recursos, serveis i experiències que ofereix la destinació.

L'oficina situada a la **plaça d'Eduard Maristany** es manté com el principal punt d'atenció, gràcies a la seva ubicació estratègica al costat de l'estació de tren, una de les principals portes d'entrada a la vila. L'oficina de **Can Milà** complementa aquest servei des d'un altre dels punts d'accés a Sitges.

Durant el 2025, les dues oficines han atès un total de **45.692 persones, corresponents a 22.867 visites**. A aquesta atenció presencial s'hi suma el servei dels **informadors turístics mòbils**, que durant els períodes de major afluència permet apropar la informació i l'atenció al visitant als punts més concorreguts de la vila, reforçant així la capacitat d'acollida de la destinació.

|                                  |                          |                               |
|----------------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| <b>45.692</b><br>persones ateses | <b>22.867</b><br>visites | <b>6.196</b><br>atenció mòbil |
|----------------------------------|--------------------------|-------------------------------|

## 8.1 LES OFICINES EN XIFRES

### MERCATS

- Espanya 36 %
- França 13 %
- Regne Unit 12 %
- Estats Units 9 %
- Argentina 5 %

### PRODUCTES MÉS DEMANATS

- Monuments i patrimoni
- Museus i exposicions
- Transport
- Esdeveniments
- Restauració

El 64 % de les atencions correspon a públic internacional i el 36 % a públic nacional. França continua sent el principal mercat internacional, seguit del Regne Unit.

## 8.2 SOSTENIBILITAT

Les dues oficines d'informació turística han mantingut el seu compromís amb la sostenibilitat a través del programa Biosphere. El 19 de novembre s'ha renovat l'adhesió al Compromís Biosphere de les oficines de turisme, en línia amb el treball de millora contínua que desenvolupa la regidoria de Turisme en aquest àmbit.

## 8.3. INFORMADORS TURÍSTICS MÒBILS

El servei d'informadors turístics mòbils, posat en marxa el 2024, s'ha consolidat com una eina complementària a les oficines per apropar la informació turística als espais de major afluència.

El 2025, el servei ha funcionat de l'1 de juliol al 15 d'octubre, de dilluns a diumenge de 10 a 14 h, amb un equip de dues informadores que s'han desplaçat de manera itinerant pel centre històric.

En aquest període s'han atès 6.196 persones en 2.387 atencions, amb una mitjana de 58 persones ateses al dia. Les persones ateses fora de les oficines representen aproximadament el 13 % del total d'usuaris del servei d'informació turística, fet que posa de manifest el potencial d'aquest model d'atenció com a complement dels punts físics.

## 8.4 GESTIÓ DE DADES TURÍSTIQUES

Les oficines de turisme continuen utilitzant Infotools com a eina de gestió estadística per registrar i analitzar les atencions realitzades. Aquesta eina és proporcionada a través de la Xarxa d'Oficines de Turisme de la Direcció General de Turisme

La informació recollida permet fer un seguiment diari del perfil de les persones usuàries, la seva procedència i les principals demandes, i adaptar progressivament el servei a les necessitats detectades.

Aquesta gestió de dades permet també identificar tendències específiques de Sitges i fer el seguiment de l'interès per recursos, rutes i esdeveniments de la

vila. El 2025, la Ruta dels Americanos continua sent la consulta pròpia més sol·licitada, seguida de la Festa Major de Sant Bartomeu, el Carnaval de Sitges, el Festival de Cinema i el Corpus de Sitges

## 2025 EN XIFRES

| 157<br>ACCIONS REALITZADES                                                                                                                                                                                                              | 894.784,93 €<br>PRESSUPOST | 5M €<br>PSTD – NEXT GENERATION                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>PSTD – Fons Next Generation UE</b><br><br>5 M€ a través del Pla de Sostenibilitat Turística en Destinació<br>Desenvolupament de projectes i gestió de les licitacions dels contractes públics                                        |                            | <b>ESDEVENIMENTS</b><br><br>Impuls, organització o coordinació de 9 esdeveniments                                                                                                                                |
| <b>TURISME SOSTENIBLE</b><br><br>Renovació de la certificació Biosphere Gold<br>Renovació del Compromís Biosphere de les oficines de turisme<br>Compromís Biosphere del Sitges Convention Bureau                                        |                            | <b>PROMOCIÓ TURÍSTICA</b><br><br>15 accions amb premsa<br>4 viatges de familiarització<br>Assistència a 8 accions comercials<br>4 accions vinculades a Catalunya, Regió Mundial de la Gastronomia 2025           |
| <b>MÀRQUETING DIGITAL</b><br><br>240.517 usuaris actius al web<br>Nou contracte i nova estratègia de xarxes socials<br>Instagram: +10.535 seguidors                                                                                     |                            | <b>MATERIAL PROMOCIONAL</b><br><br>Actualització i reedició dels materials promocionals<br>Actualització del marxandatge<br>Nous materials vinculats a les necessitats de promoció i informació turística        |
| <b>SITGES CONVENTION BUREAU</b><br><br>24 tallers i fires<br>13 viatges de familiarització i premsa<br>2 visites d'inspecció<br>13 accions de networking i RP<br>4 presentacions<br>224 peticions rebudes<br>Cloenda del 20è aniversari |                            | <b>XARXA DTI</b><br><br>Pla de màrqueting turístic<br>Productes cultural, enogastronòmic i nàutic<br>Nous portals web i nou SIT<br>Estudi de petjada de carboni<br>PROA i formacions en accessibilitat turística |
| <b>OFICINES DE TURISME</b><br><br>45.692 persones ateses<br>Venda d'entrades<br>Gestió estadística mitjançant Infotools<br>6.196 persones ateses pels informadors turístics mòbils                                                      |                            |                                                                                                                                                                                                                  |

## REGIDORIA DE TURISME DE L'AJUNTAMENT DE SITGES

 professionalsturisme@sitges.cat  +34 93 810 93 06  sitgesanytime.com  
 sitgesturisme  @TurismedeSitges  turismedesitges  Turisme Sitges Oficial

Amb el suport de:



Distincions:

