



ESTUDI DE VALORACIÓ DEL SEGMENT DE CASAMENTS A LA VILA DE SITGES

Wedding You
BARCELONA

expertus  EXPERTUS
TURISMO
Y OCIO



1 INTRODUCCIÓ

ANTECEDENTS DE L'ESTUDI

Durant els darrers anys s'ha produït un creixent interès per part de les parelles nacionals i internacionals per celebrar casaments a destinacions diferents de la que resideixen. Aquesta tendència ha causat que nombroses destinacions, que compten amb unes condicions que les fan atractives per celebrar casaments, hagin desenvolupat una estratègia per tal de posicionar-se com destinacions de casament.

Donat l'increment del nombre de parelles internacionals que trien Sitges per celebrar el seu casament, **des de Turisme de Sitges ha sorgit la iniciativa d'avaluar el potencial de la vila com a destinació de casaments.**

El present estudi persegueix **analitzar la situació actual** en la qual es troba el municipi, **realitzar un diagnòstic** que tingui en compte tant els factors interns com els externs que poden influir en el desenvolupament del producte de destinació casament i, en cas que es consideri que Sitges té un elevat potencial per posicionar-se en aquest producte, **definir les estratègies a seguir i les principals accions a implementar.**

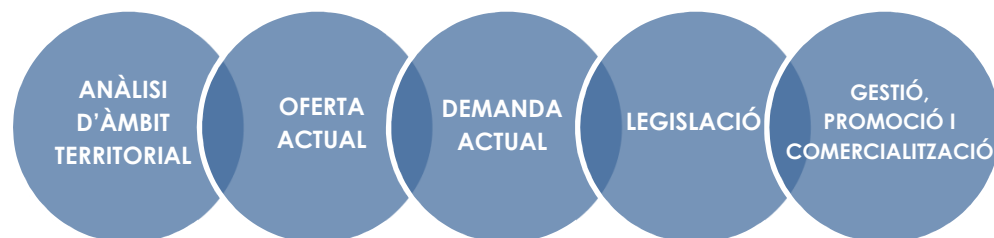
2 DEFINICIÓ DE PRODUCTE CASAMENTS

El mercat dels casaments és cada vegada més divers, es pot identificar una extensa varietat de tipologies de casaments atenent els següents criteris:

- **Segons el lloc de residència:** locals, de proximitat, de destinació
- **Segons la nacionalitat:** nacional-nacional, nacional-estranger, estranger-estranger
- **Segons la oficialitat de la cerimònia:** religiosa, civil, simbòlica
- **Segons la manera d'organitzar l'esdeveniment:** pre-casament, casament, post-casament
- **Segons l'espai on se celebra l'esdeveniment:** aquest cada vegada és més divers

3 ANÀLISI INTERNA. METODOLOGIA

L'anàlisi interna es divideix en els següents blocs:



- A. **Anàlisi d'àmbit territorial:** anàlisi dels factors territorials que incideixen en el desenvolupament del producte de casaments.
- B. **Oferta:** anàlisi de la composició de l'oferta de Sitges dins dels diferents sectors vinculats al producte de casaments.
- C. **Demanda:** anàlisi quantitativa i qualitativa de la demanda actual del producte de casaments de destinació a nivell internacional, nacional i local.
- D. **Legislació:** anàlisi de la legislació que s'aplica al territori vinculada amb els casaments.
- E. **Gestió, promoció i comercialització:** anàlisi de la situació actual i dels interessos i necessitats de les empreses de Sitges vinculades amb la gestió, promoció i comercialització de la vila com a destinació de casaments.

3 ANÀLISI INTERNA. METODOLOGIA

Els diferents blocs que configuren l'anàlisi s'han realitzat emprant les següents fonts d'informació:

- **Fonts d'informació secundàries:** estadístiques i estudis disponibles
- **Fonts d'informació primàries:**
 - **Enquesta online** dirigida a 200 empreses de Sitges que treballen en els diferents sectors que configuren el producte de casaments. El període de recollida de dades va ser del 2 al 29 de novembre, obtenint un total de **57 respostes, 42 de les quals treballen actualment el producte de casaments**. Els resultats contenen només un 2,34% de marge d'error amb un interval de confiança del 95%.
 - **18 Entrevistes personals:** les entrevistes es van realitzar a 15 empreses de Sitges que pertanyen als principals sectors vinculats amb el producte de casaments, a 1 representant eclesiàstic, 1 associació i 1 institució pública.

3 ANÀLISI INTERNA

A. ANÀLISI BREU D'ÀMBIT TERRITORIAL

UBICACIÓ, ACCESSIBILITAT I CONNECTIVITAT:

- El municipi de Sitges es troba a **Catalunya, província de Barcelona**, comarca del **Garraf**, gaudint d'una localització geogràfica privilegiada a la costa mediterrània a **38 km al sud de la capital provincial, Barcelona**.
- El terme municipal de Sitges limita al nord amb els municipis Olivella i Begues, a l'oest amb el Sant Pere de Ribes, a l'est amb Gavà i Castelldefels i al sud amb el mar Mediterrani.

- **L'accessibilitat del municipi es pot qualificar d'excel·lent**, comptant amb l'accés directe per l'autopista Pau Casals (C-32) i amb una línia ferroviària, ambdues infraestructures permeten una comunicació directa amb Barcelona i amb l'aeroport internacional de la mateixa ciutat.



3 ANÀLISI INTERNA

A. ANÀLISI BREU D'ÀMBIT TERRITORIAL

SITUACIÓ GEOGRÀFICA I PATRIMONIAL:

- Un dels atributs geogràfics més importants de la vila és la seva **localització al litoral mediterrani**, fet que influeix en la **climatologia que és molt benigna** gran part de l'any.
- El terme municipal alberga **17 platges i/o cales**, la majoria d'elles d'una gran bellesa paisatgística.
- La proximitat al **Parc Natural del Garraf**, espai natural protegit, confereix a la localitat de Sitges un caràcter de lloc rural, natural i llunyà de l'enrenou d'una gran ciutat o de lloc industrialitzat.
- La Vila de Sitges compta amb una **riquesa patrimonial i cultural** molt àmplia, **formant un conjunt històric** interessant i bonic amb vestigis des de l'època medieval fins a l'època modernista, destacant els edificis religiosos de l'Església de Sant Bartomeu i Santa Tecla o el Santuari de Vinyet o els modernistes com el Palau Maricel. La vila compta amb quatre museus: Cau Ferrat, Maricel, Romàntic i Fundació Pere Stämpfli.
- Un altre aspecte important és el dinamisme de l'**agenda cultural** i d'esdeveniments que se celebren a Sitges al llarg de tot l'any i abasten múltiples àmbits d'interès.

3 ANÀLISI INTERNA

B. OFERTA ACTUAL

L'oferta vinculada al producte de casaments inclou un conjunt d'agents principals i d'altres que contribueixen de forma complementària.

Al següent gràfic es mostren els agents que configuren la oferta del sector:



3 ANÀLISI INTERNA

316
empreses

B. OFERTA ACTUAL A SITGES

A la localitat de Sitges es concentren les següents empreses segons cadascuna de les especialitats:⁽¹⁾



(1) Inclou empreses de Sitges que actualment no treballen el producte de casaments i empreses que no pertanyen al terme municipal de Sitges però que tenen un pes important dins del producte de casaments de la vila. **Annex1. Base de Dades completa.**

(2) Inclosos hotels de 3, 4 i 5 estrelles, a banda d'aquests Sitges compta amb 26 allotjaments d'altres categories

Font: Elaboració pròpia

3 ANÀLISI INTERNA

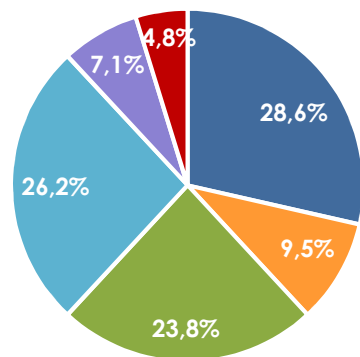
B. OFERTA ACTUAL A SITGES

DIMENSIÓ DE LES EMPRESSES

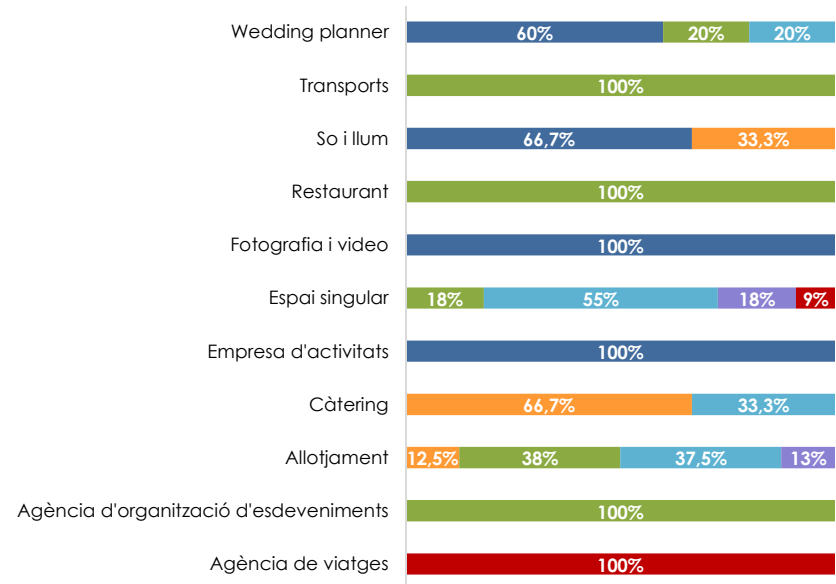
La majoria de l'oferta vinculada al producte de casaments a Sitges està composta per autònoms, petites i mitjanes empreses.

Dimensió de les empreses

- Autònom
- Petita empresa
- Gran empresa
- Microempresa
- Mitjana empresa
- Pertany a un grup



Dimensió de les empreses per sector



Font: Elaboració pròpia, enquesta a empreses de Sitges

3 ANÀLISI INTERNA

B. OFERTA ACTUAL A SITGES

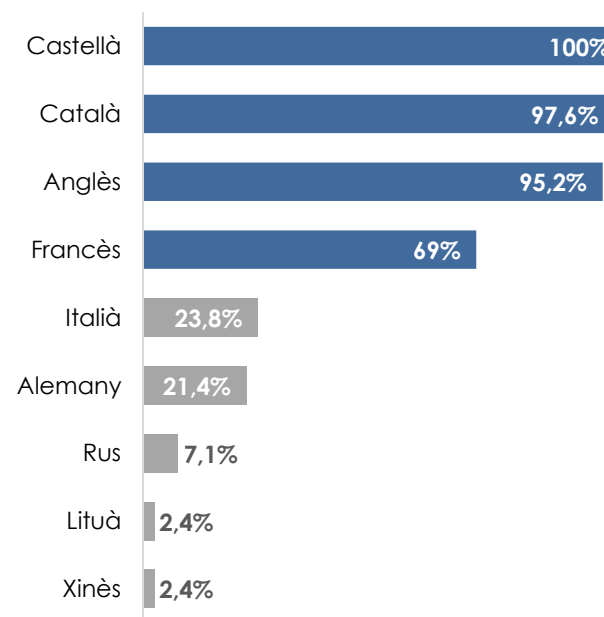
IDIOMES

Les empreses de Sitges que treballen el producte de casaments ofereixen els seus serveis amb orientació tant nacional com internacional, la majoria de les empreses, a banda de en Català i Castellà, també ofereixen els seus serveis en anglès (95,2%).

El francès és el segon idioma estranger més comú entre les empreses de la vila de Sitges (69% de les empreses).

Algunes empreses també ofereixen els seus serveis en altres idiomes, com italià o alemany, tot i que són minoritàries.

Idiomes en els que s'ofereixen els serveis



Font: Elaboració pròpia, enquesta a empreses de Sitges

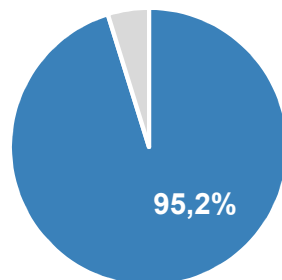
3 ANÀLISI INTERNA

B. OFERTA ACTUAL A SITGES

PRESÈNCIA WEB

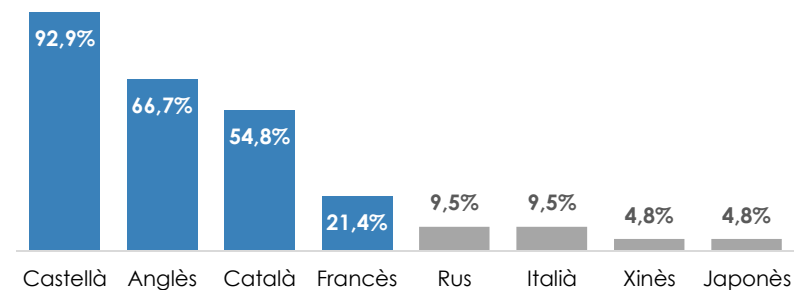
Disposició de pàgina web pròpia

Pràcticament totes les empreses de Sitges que treballen el producte de casaments disposen de pàgina web pròpia (95,2%).



Idiomes disponibles a la web pròpia

A banda de la web en castellà i/o català, una part important de les empreses disposen de pàgina web en altres idiomes. L'anglès és l'idioma estranger més utilitzat a les pàgines web, seguit del francès.



Font: Elaboració pròpia, enquesta a empreses de Sitges

3 ANÀLISI INTERNA

B. OFERTA ACTUAL A SITGES

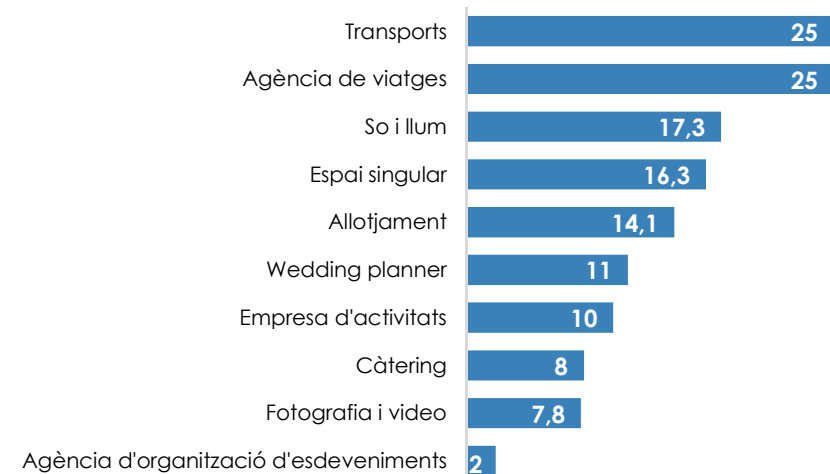
ANYS TREBALLANT EL PRODUCTE DE CASAMENTS

Hi ha una professionalització per part de les empreses de Sitges vinculades al producte de casaments, donat que de mitjana les empreses hi treballen des de fa 13,7 anys.

Mitjana de totes les empreses: 13,7 anys

Les empreses de transport i les agències de viatge són les empreses que més temps porten treballant amb el producte, seguits per les empreses de so i llum, espais singulars, allotjaments i wedding planners.

Anys treballant amb el producte casaments



Font: Elaboració pròpia, enquesta a empreses de Sitges

3 ANÀLISI INTERNA

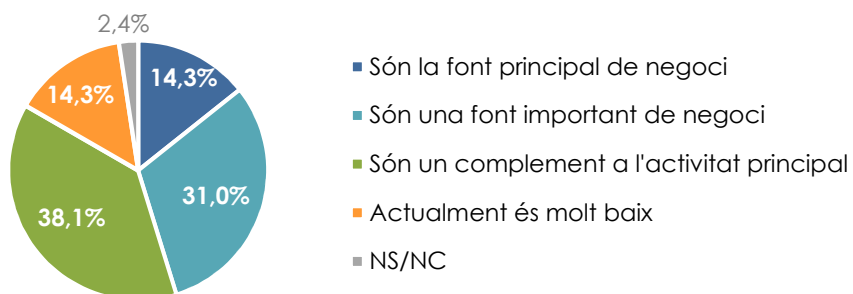
B. OFERTA ACTUAL A SITGES

PES DEL PRODUCTE DE CASAMENTS DINS EL NEGOCI

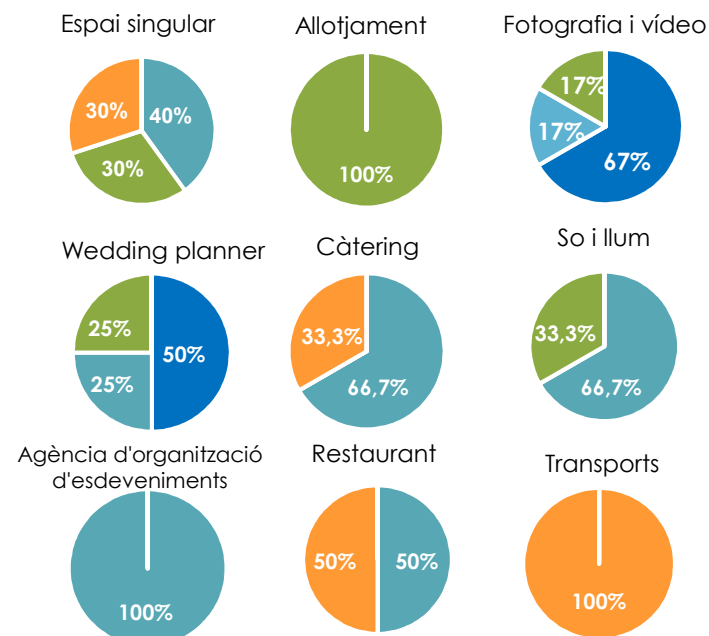
El producte de casaments és la font principal de negoci o té un pes important en més del 45% de les empreses enquestades.

També és rellevant el nombre d'empreses que indiquen que el producte de casaments és un complement a la seva activitat principal (38,1%).

Per la majoria de wedding planners i empreses de fotografia i vídeo el producte de casaments és la font principal de negoci, mentre que pels allotjaments és clarament un complement a l'activitat principal.



Per sectors



Font: Elaboració pròpia, enquesta a empreses de Sitges

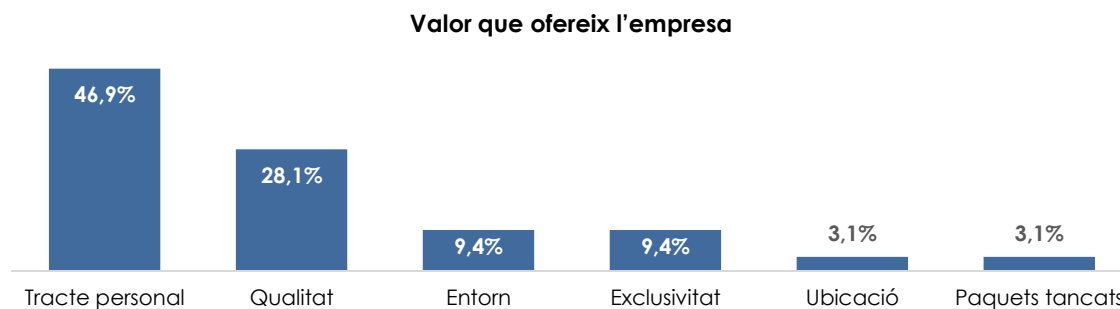
3 ANÀLISI INTERNA

B. OFERTA ACTUAL A SITGES

POSICIONAMENT DE LES EMPRESES

Pràcticament la meitat de les empreses de Sitges consideren que el principal valor que ofereix la seva empresa és el **tracte personal** (46.9%).

Un altre dels trets que caracteritza l'oferta de Sitges, segons les empreses enquestades, és la **qualitat** (28.1%).



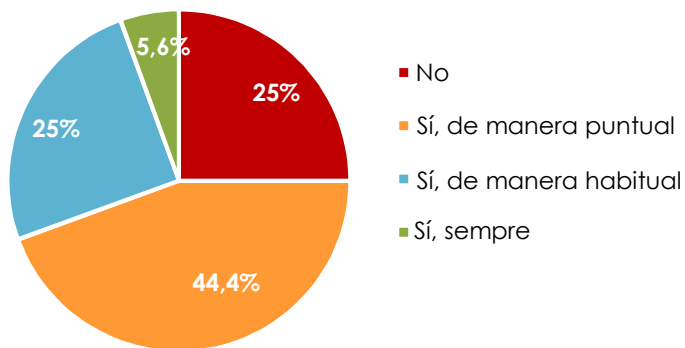
Font: Elaboració pròpia, enquesta a empreses de Sitges

3 ANÀLISI INTERNA

B. OFERTA ACTUAL A SITGES

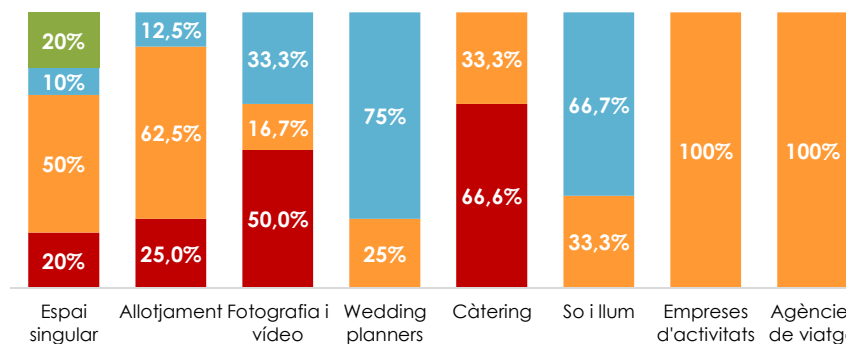
COL·LABORACIÓ ENTRE LES EMPRESES DE SITGES

Actualment, el **grau de col·laboració** entre les empreses de Sitges a l'hora de treballar amb el producte de casaments és **relativament baix**. La majoria d'empreses només hi col·labora de manera puntual, i 1 de cada 4 empreses no col·labora amb altres empreses de la vila.



Per sectors

Les empreses que col·laboren de manera més habitual amb altres empreses de Sitges són les wedding planners i les empreses de so i llum. També destaca un elevat grau de col·laboració per part d'alguns espais singulars.



Font: Elaboració pròpia, enquesta a empreses de Sitges

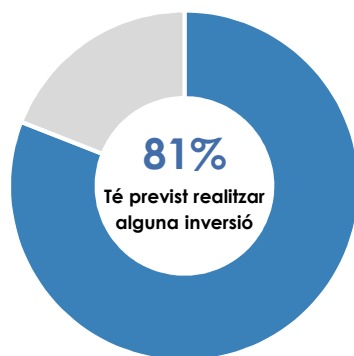
3 ANÀLISI INTERNA

B. OFERTA ACTUAL A SITGES

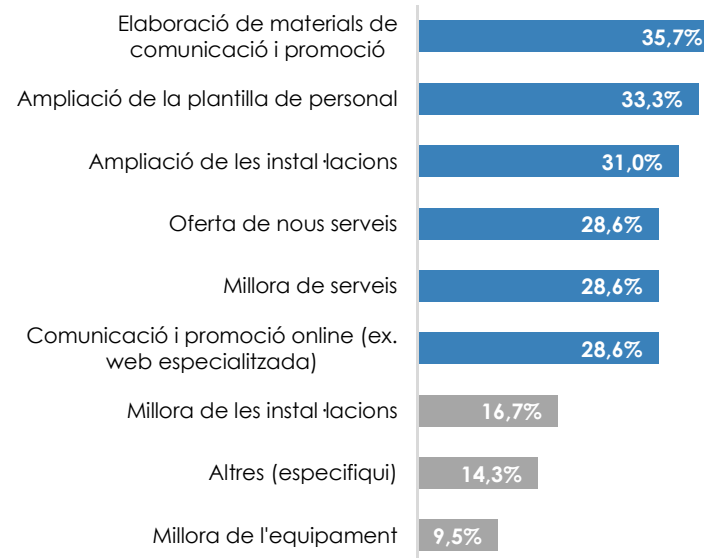
INVERSIONS PREVISTES VINCULADES AL PRODUCTE DE CASAMENTS

La majoria de les empreses enquestades té previst realitzar alguna inversió vinculada amb el producte de casaments.

Les inversions previstes estan relacionades tant amb la millora de la infraestructura com també amb la millora del producte i la realització de comunicació i promoció.



Inversions previstes



Font: Elaboració pròpia, enquesta a empreses de Sitges

3 ANÀLISI INTERNA

C. DEMANDA ACTUAL

Per tal d'obtenir una visió completa de la demanda del segment de casaments de destinació s'ha realitzat una anàlisi a tres nivells, del més global al més local:

- **Nivell internacional:** s'ha analitzat la demanda a nivell internacional mitjançant fonts d'informació secundàries.
- **Nivell nacional:** s'ha analitzat l'evolució de casaments a l'estat espanyol i a Catalunya durant els darrers anys mitjançant fonts d'informació secundàries. Els resultats permetran conèixer la magnitud del mercat de casaments al territori.
- **Nivell local:** s'ha analitzat la demanda actual de casaments a la vila de Sitges. La informació s'ha obtingut mitjançant fonts secundàries i s'ha complementat amb la realització d'entrevistes personals i d'una enquesta online dirigida a les empreses de Sitges que treballen actualment el producte de casaments.

3 ANÀLISI INTERNA

C. DEMANDA ACTUAL - INTERNACIONAL

VOLUM GLOBAL DEL MERCAT DE CASAMENTS

Tal i com es comenta a la introducció d'aquest document, cada vegada més persones decideixen celebrar el seu casament a un lloc que no necessàriament és el de la seva residència habitual. Fins i tot, cada vegada més, creix la tendència de casar-se en un país estranger, fet que rep la denominació de casament-destinació.

Segons el congrés mundial d'organitzadors de noces celebrat l'any 2015, **el turisme de noces va moure l'any 2014 a tot el món al voltant de 14.850 milions d'euros.**

Segons les últimes dades disponibles de l'Eurostat, **a la UE-28 es van produir uns 2.1 milions de matrimonis l'any 2013.** Aquestes xifres es poden expressar com 4,1 matrimonis per cada 1.000 persones, encara que des de 1965 aquesta taxa de matrimoni (brut) ha disminuït gairebé al 50% en termes relatius (de 7,8 per cada 1.000 persones el 1965 a 4,1 el 2013).

A la següent diapositiva es mostren les dades disponibles per alguns dels països, publicades pels corresponents Instituts d'Estadística d'aquests mercats de casaments potencials.

3 ANÀLISI INTERNA

C. DEMANDA ACTUAL - INTERNACIONAL

VOLUM GLOBAL DEL MERCAT DE CASAMENTS

País	Any de publicació de les dades	Nombre de casaments	Taxa de matrimoni (brut)
Espanya	2016	172.243	3,6
Alemanya	2015	400.115	4,9
Regne Unit	2013	276.527	4,3
Irlanda	2015	22.116	4,8
França	2012	241.000	3,7
Itàlia	2015	194.377	3,2
Dinamarca, Finlàndia, Noruega i Suècia	2015	129.102	5,1/4,5/4,5/5,3
Bèlgica, Holanda	2015	104.357	3,6/3,8
Àustria, Suïssa	2015	77.577	4,3/5,0
Rússia	2016	985.836	6,7
EE.UU	2014	2.140.272	6,9

Font: Elaboració pròpia en base a dades d'instituts d'estadístiques

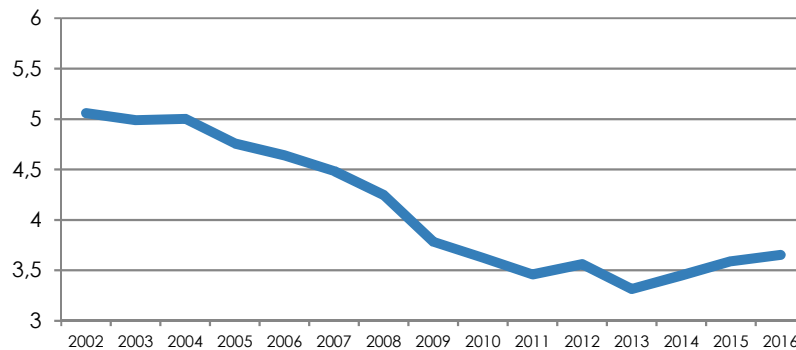
3 ANÀLISI INTERNA

C. DEMANDA ACTUAL – NACIONAL (ESPANYA)

VOLUM DE MATRIMONIS REGISTRATS

Els casaments a Espanya mostren una **tendència descendent** vist amb la perspectiva de 15 anys enrere. L'índex de nupcialitat s'ha reduït en més d'un punt, actualment no s'arriben a contraure ni 4 matrimonis per cada 1.000 habitants.

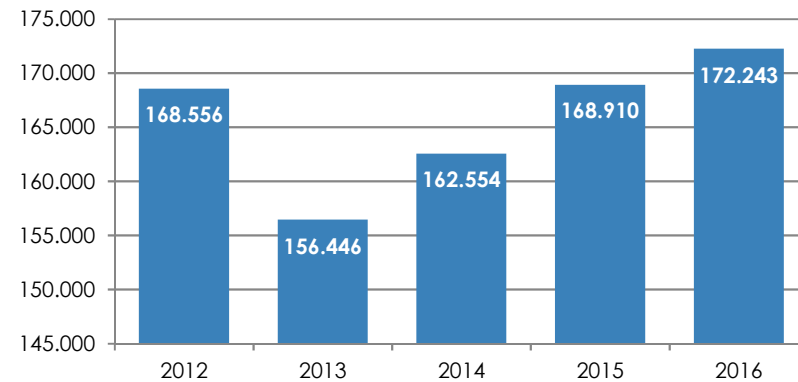
Índex de nupcialitat (matrimonis per 1000 habitants)
Espanya 2002-2016



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'INE

En els darrers 5 anys s'ha estabilitzat el nombre de matrimonis a nivell estatal, fins i tot s'ha registrat un petit increment, situant-se en 172.243 el nombre total de matrimonis l'any 2016.

Evolució nombre de matrimonis a Espanya, 2012-2016



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'INE

3 ANÀLISI INTERNA

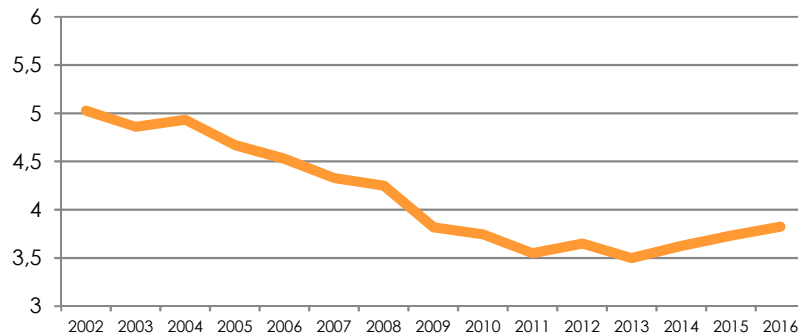
C. DEMANDA ACTUAL – NACIONAL (CATALUNYA)

VOLUM DE MATRIMONIS REGISTRATS

A Catalunya, la tendència general del volum de casaments presenta el **mateix comportament que a l'àmbit estatal**, amb un descens important de l'índex de nupcialitat, encara que una mica menys accentuat que al conjunt d'Espanya.

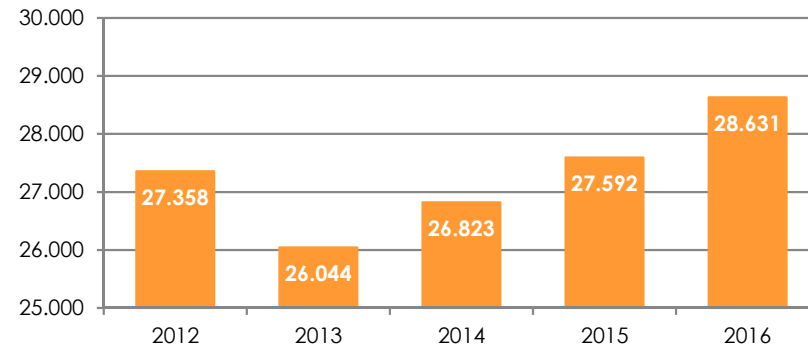
El volum total dels matrimonis registrats a Catalunya presenta una millora des de l'any 2013. L'any 2016 s'han comptabilitzat 28.631 matrimonis.

Índex de nupcialitat (matrimonis per 1000 habitants)
Catalunya 2002-2016



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'INE

Matrimonis segons el lloc de residència: Catalunya
2012-2016



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'INE

3 ANÀLISI INTERNA

C. DEMANDA ACTUAL – NACIONAL (CATALUNYA)

CARACTERÍSTIQUES DELS MATRIMONIS

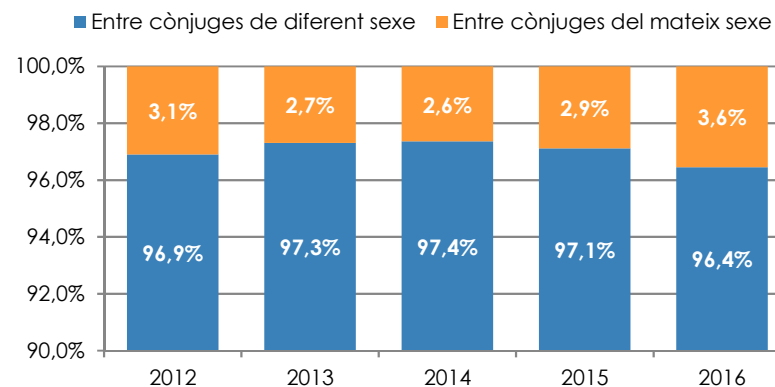
Per procedència, a Catalunya el pes dels matrimonis estrangers és més elevat que al conjunt de l'estat espanyol, donat que en el **18,7%** dels matrimonis un dels cònjuges és estranger i en el **3,7%** tots dos cònjuges són estrangers.

	2012	2013	2014	2015	2016
Total de matrimonis	27.358	26.044	26.823	27.592	28.631
Tots dos cònjuges són espanyols	20.873	19.472	20.772	21.707	22.204
Un dels cònjuges és estranger	5.108	5.241	5.023	4.920	5.362
Tots dos cònjuges són estrangers	1.377	1.331	1.028	965	1.065

Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'INE

Els 1.019 matrimonis entre **cònjuges del mateix sexe** registrats a Catalunya l'any 2016 van representar un **3,6%** del total, situant-se aquest percentatge lleugerament per sobre dels percentatges nacionals.

Matrimonis segons el sexe dels cònjuges



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'INE

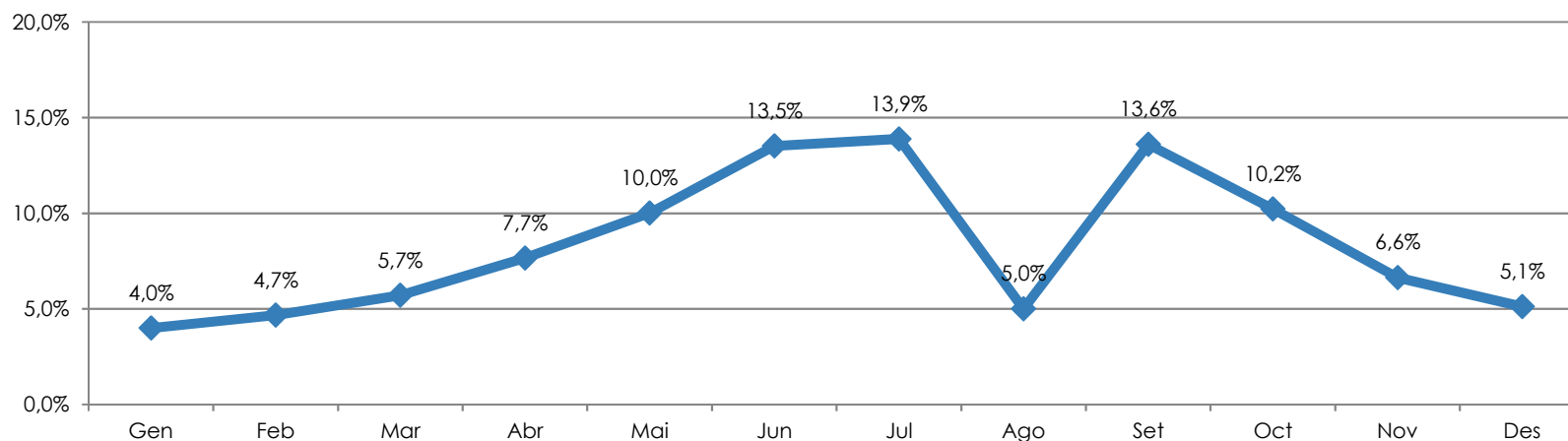
3 ANÀLISI INTERNA

C. DEMANDA ACTUAL – NACIONAL (CATALUNYA)

ESTACIONALITAT A CATALUNYA

Segons les estadístiques disponibles dels últims 5 anys, els mesos en els que se celebren la major part dels matrimonis a Catalunya són els mesos de **juny, juliol i setembre**, seguits pels mesos de maig i octubre.

Matrimonis segons el mes de celebració: Catalunya mitjana 2012-2016



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'IDESCAT

3 ANÀLISI INTERNA

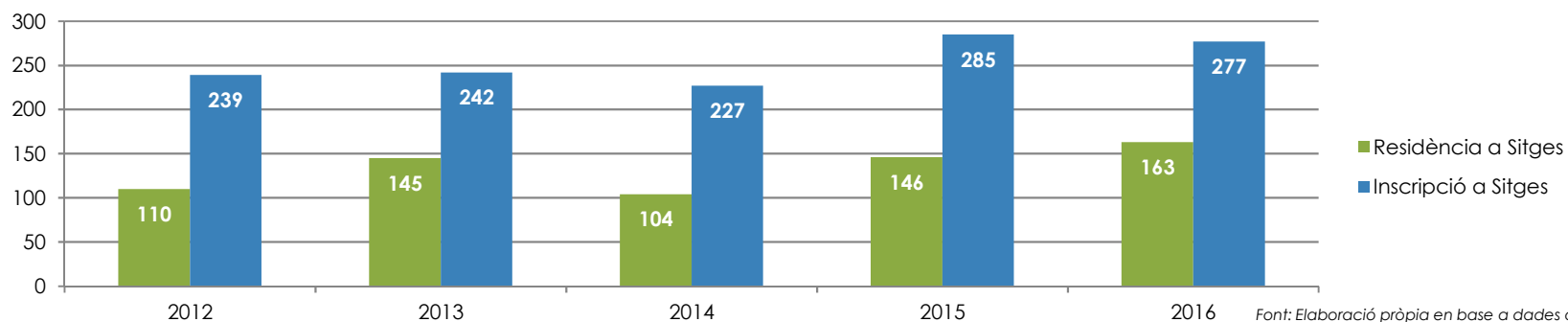
C. DEMANDA ACTUAL – LOCAL

VOLUM DE MATRIMONIS REGISTRATS

Sitges, a diferència d'altres municipis, es caracteritza pel contrast que hi ha entre el nombre de **matrimonis registrats dels residents** (municipi que es declara com la residència habitual del matrimoni), i el volum total de **matrimonis registrats a la vila** (municipi on s'inscriu el matrimoni). Aquesta diferència s'explica per l'atracció de Sitges com a lloc de casament per a residents d'altres municipis i països, que celebren el seu enllaç a la vila i allà mateix realitzen també el tràmit de la inscripció.

El volum de casaments és creixent en els dos casos, representant aproximadament un **1% del total dels casaments registrats a Catalunya**, per sobre del 0,4% que representa la població empadronada a Sitges respecte dels habitants de Catalunya.

Matrimonis segons el lloc de residència/inscripció: Sitges 2012-2016



3 ANÀLISI INTERNA

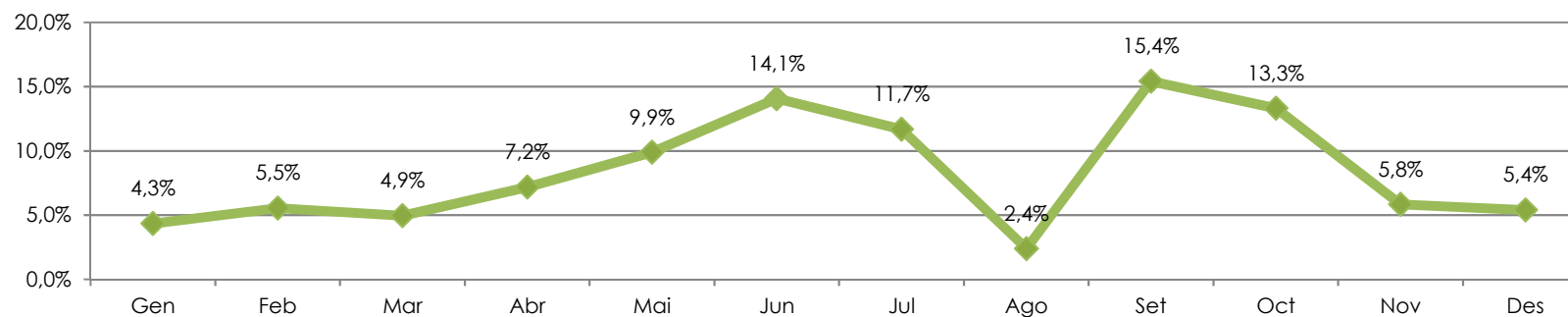
C. DEMANDA ACTUAL – LOCAL

ESTACIONALITAT A SITGES

No es disposa de dades municipals respecte a la procedència i/o sexe dels matrimonis, sí que disposem del registre mensual dels matrimonis.

En comparació amb la mitjana de casaments celebrats a Catalunya, els **mesos de juny, setembre i octubre** estan per sobre, en canvi agost i juliol presenten percentatges més baixos.

Matrimonis segons el mes de celebració: Sitges mitjana 2012-2016



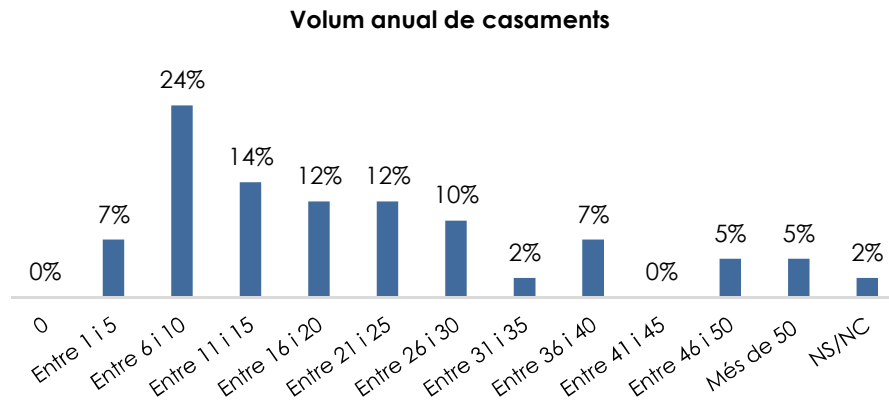
Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'IDESCAT

3 ANÀLISI INTERNA

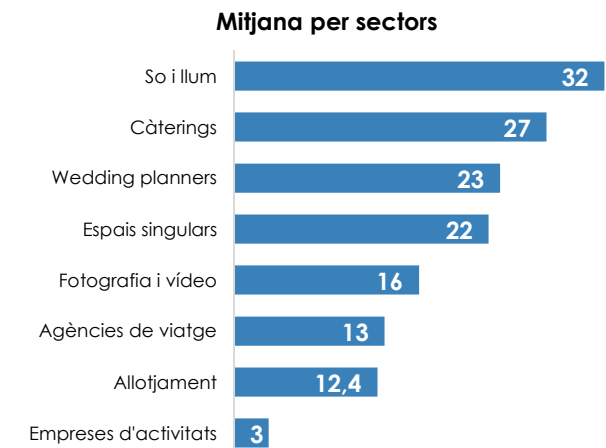
C. DEMANDA ACTUAL - LOCAL

VOLUM ANUAL DE CASAMENTS

A Sitges es troben diferents tipologies d'empreses pel que es refereix al volum anual de casaments que realitzen. El 17% de les empreses realitzen més de 36 casaments l'any, mentre que també trobem un 31% de les empreses que treballa amb menys de 10 casaments l'any.



Les empreses de so i llum, els càterings i wedding planners són les que, de mitjana, treballen amb un volum anual de casaments més elevat.



Font: Elaboració pròpia, enquesta a empreses de Sitges

3 ANÀLISI INTERNA

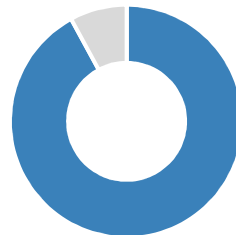
D. GESTIÓ, PROMOCIÓ I COMERCIALIZACIÓ

GESTIÓ

Actualment, la vila de Sitges no es gestiona com una destinació de casaments des del vessant de gestió conjunta pública o publico-privada, encara que existeix un volum important d'empreses turístiques que es dediquen a aquest segment. Així i tot, tenint en compte el creixent interès de les parelles nacionals i internacionals per casar-se a la vila, des de Turisme de Sitges ha sorgit la iniciativa d'analitzar el potencial del municipi de Sitges com una destinació de casaments.

L'elaboració del present estudi permetrà valorar la idoneïtat d'implementar un sistema que permeti gestionar i desenvolupar Sitges com una destinació de casaments, referent a nivell nacional i internacional.

A l'enquesta realitzada a les empreses de Sitges que pertanyen als sectors vinculats al producte de casaments, **pràcticament la totalitat de les empreses consideren interessant que el servei de Turisme de l'Ajuntament de Sitges desenvolupi el producte de casaments al municipi.**



92,1%

Consideren interessant que el servei de Turisme de l'Ajuntament de Sitges desenvolupi el producte de casaments al municipi

Font: Elaboració pròpia, enquesta a empreses de Sitges

3 ANÀLISI INTERNA

D. GESTIÓ, PROMOCIÓ I COMERCIALIZACIÓ

PROMOCIÓ I COMERCIALIZACIÓ

Des del Servei de Turisme de Sitges actualment no es realitzen accions de promoció específiques del producte de casaments a nivell de destinació. A continuació, es detallen les accions de promoció i comercialització del producte de casaments realitzades per les empreses a nivell individual.

La promoció i la comercialització del producte de casaments es realitza majoritàriament a través de canals online, gran part de les empreses no utilitza cap mitjà de comunicació offline.

Les webs pròpies i les xarxes socials són les plataformes més utilitzades per les empreses de Sitges per tal de promocionar i realitzar publicitat sobre el producte de casaments. Les **webs especialitzades** en casaments també són utilitzades per la majoria de les empreses per a donar a conèixer els seus serveis i productes.

Els mitjans offline utilitzats són el catàleg propi, els fulletons propis i la publicitat a revistes especialitzades, tot i que la majoria d'empreses no utilitzen aquest material de promoció.

Accions promocionals i de publicitat que realitzen les empreses



Font: Elaboració pròpia, enquesta a empreses de Sitges

4 BENCHMARK

BONES PRÀCTIQUES D'ALTRES DESTINACIONS

- ✓ Identificar aquells **tres diferencials de la destinació**, des de recursos turístics, oferta principal i complementària, **que fan que sigui exclusiva** perquè els clients potencials l'escollin per celebrar el seu esdeveniment.
- ✓ Avaluació de l'oferta principal i complementària que ofereix la destinació amb l'objectiu **d'identificar les mancances i millores** per incentivar el seu desenvolupament per tal de millorar el seu posicionament com a tal.
- ✓ Identificar l'oferta principal i complementària per tal de **crear sinergies entre sector i subsectors** per tal de treballar conjuntament com a destinació de casaments i aglutinar els esforços.
- ✓ **Identificar principals prescriptors del sector**, a nivell públic i privat, que siguin considerats com a "avaladors" del producte en aquest sector específic, per tal que validin les principals qualitats de la destinació i la seva oferta.
- ✓ Identificació dels **ens públics amb els quals cal iniciar una col·laboració** per tal de desenvolupar conjuntament les estratègies alineades a posicionar la destinació dins del sector específic.
- ✓ **Priorització d'esdeveniments i cites anuals** relacionades amb el sector a les que cal ser i participar, amb l'objectiu de vendre Sitges com a destinació de casaments.
- ✓ Identificació de **mitjans de comunicació específics** en els quals **realitzar reportatges i articles** relacionats per tal de donar a conèixer els trets diferencials de la destinació per la celebració de casaments.

5 DIAGNÒSTIC DAFO

DEBILITATS

- Manca de posicionament com a destinació de casaments en el seu conjunt
- Poca disponibilitat d'espais per celebrar casaments a l'aire lliure
- Dificultats per celebrar casaments a la platja
- Restriccions acústiques
- Oferta limitada de proveïdors de determinats serveis al municipi
- Manca de col·laboració privada-privada i públic-privada

AMENACES

- Existència d'altres destinacions similars que ja estan posicionades com destinacions de casaments
- Altres països proporcionen una major flexibilitat administrativa per celebrar casaments de parelles estrangeres
- Destinacions similars amb més flexibilitat per a celebrar casaments a la platja o en llocs públics singulars
- Tendència decreixent del nombre de casaments nacionals i de l'àmbit europeu a llarg termini
- L'estacionalitat dels casaments coincideix amb la del turisme, provocant una manca de disponibilitat de places hoteleres

FORTALESES

- Climatologia benigne durant pràcticament tot l'any
- Proximitat a Barcelona, bona connectivitat viària, ferroviària i aèria
- Bellesa paisatgística del municipi i de l'entorn
- Disposició d'espais singulars localitzats en un entorn privilegiat
- Oferta hotelera i gastronòmica variada i de qualitat
- Estructura empresarial que aposta pel sector de casaments i interessada en cooperar pel seu desenvolupament
- Empreses orientades al mercat internacional
- Flexibilitat del Registre Civil per celebrar casaments d'estrangers

OPORTUNITATS

- Increment de la tendència de casaments-destinació
- Allargament de la durada dels casaments (pre i post casament)
- Aprofitar el posicionament turístic de Sitges a nivell internacional
- Aprofitar el posicionament LGTBI de Sitges
- Aprofitar els espais naturals (platges) que pertanyen al terme municipal com uns dels principals factors d'atracció
- Previsió de inversió en el producte de casaments per part de les empreses del sector ubicades a Sitges
- Presència d'empreses de prestigi a nivell nacional i internacional

6 CONCLUSIONS

LA DIMENSIÓ ESTRATÈGICA DEL PRODUCTE DE CASAMENTS A LA VILA DE SITGES

Les fases anteriors de l'anàlisi i diagnòstic han permès conèixer la **realitat actual de la dimensió i estructura del producte casaments** a la vila de Sitges.

Amb dades anteriors es pot estimar que entre els casaments religiosos, civils i de cerimònies simbòliques, **el municipi acull anualment un volum aproximat de 433 celebracions**. Estimant el cost mitjà d'un casament en 20.000€, aquest segment de mercat representa més de

8,5 milions d'euros d'ingressos que reverteixen en la seva gran majoria a les empreses de la destinació.

A aquests ingressos, cal sumar les **despeses d'allotjament i d'activitats complementàries** que realitzen els convidats dels **casaments-destinació**, serveis sol·licitats principalment per les parelles estrangeres que representen en l'actualitat gairebé **el 25% del total de casaments** celebrats a la vila de Sitges, segons les dades facilitades per les empreses del sector.

6 CONCLUSIONS

OBJECTIU PRINCIPAL:

Posicionar Sitges com la millor destinació de casaments a Catalunya i una de les cinc de més prestigi a Espanya, coneguda a nivell local, nacional i internacional.

Per assolir-lo, és necessari que el desenvolupament es basi en un **avantatge competitiu**, alineant les estratègies públiques i privades vinculades amb **l'enfortiment i la millora del producte**, incloent l'ús d'espais públics i privats. Aquest avantatge competitiu cal complementar-lo amb estratègies de **comunicació, promoció i comercialització**, per tal d'aconseguir posicionar el conjunt de la destinació **sota un mateix paraigües: Sitges - destinació de casaments**.



ESTUDI DE VALORACIÓ DEL SEGMENT
DE CASAMENTS A LA VILA DE SITGES

Gràcies per la seva atenció 😊

Wedding You
BARCELONA

expertus  EXPERTUS
TURISMO
Y OCIO