



Foto: Josep Pascual. www.meteolestartit.cat

Turisme Actiu i de Natura:

Clau per a la Desestacionalització i la Sostenibilitat del Territori

Josep Capellà Hereu

Desembre 2024



El turisme sostenible s'ha convertit en un factor clau de les estratègies de desenvolupament local

Foto: Josep Pascual. www.meteolestartit.cat

Desenvolupament local

Procés **reactivador de l'economia i dinamitzador de la societat local** que, mitjançant l'**aprofitament de recursos endògens** existents en una zona determinada o espai físic, i la **cooperació públic-privada**, és capaç d'estimular i fomentar el seu creixement econòmic, creant ocupació, renda i riquesa amb l'**objectiu de millorar la qualitat de vida i el benestar social de les poblacions locals**.

**“Gaudir de la natura i dels paisatges” →
Primer motiu de viatge a nivell internacional**

- L'observació de paisatges naturals
- Flora i fauna
- Estil de vida dels residents en entorns naturals

Segons la OMT, el **turisme de natura** representa el 15% del total. Amb una tendència a l'alça els últims anys, reforçada a més amb motiu del Covid-19



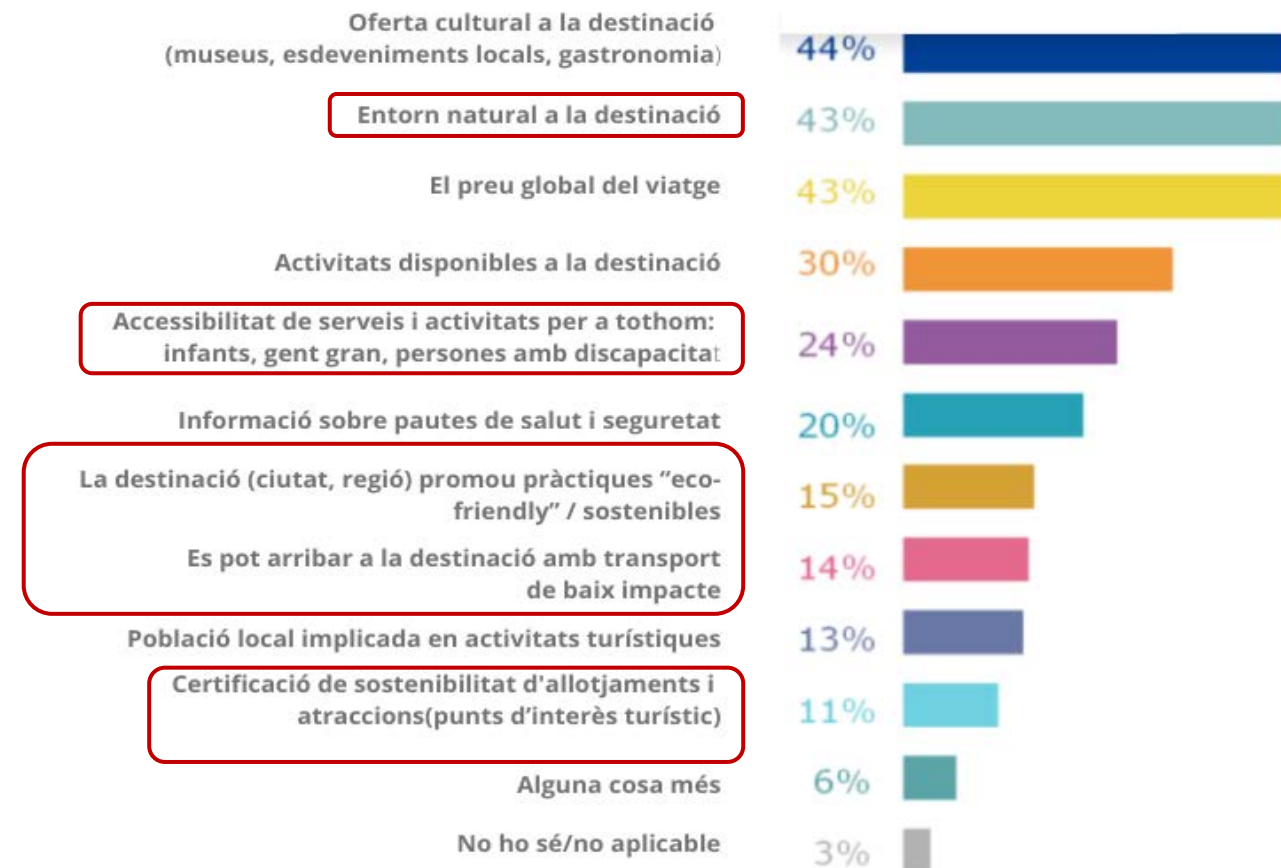
- **La importància del turisme de natura, cultural, esportiu**



Aspectes clau als quals els ciutadans de la UE presten atenció a l'hora de seleccionar la seva destinació



Q4T Quan trieu una destinació per visitar, quins dels següents aspectes considereu més importants? (Max. 4 respostes, % UE27)





ADVENTURE TOURISM

Turisme d'aventura és el viatge (de més de 24 hores i menys d' 1 any) que inclou al menys 2 dels següents 3 elements:

- **Activitat física**
- **Entorn natural** – interacció amb la natura
- **Immersió cultural** – aprenentatge

Tot i que la definició de turisme d'aventura només requereix de 2 d'aquests 3 components, **els viatges que incorporen els tres són els que permeten als turistes l'experiència més completa**

- El turisme relacionat amb l'esport i l'aventura té més demanda que oferta.
- La cadena de distribució turística és complexa i això genera un major benefici en l'economia local.
- ATTA estima que **el 74 % del cost total** dels viatges d'aventura es queda a la destinació (2020)

- **Diferents organitzacions ambientals i de gestió del patrimoni aposten pel turisme**





4 motors de desenvolupament econòmic als Parcs Naturals Regionals de França

- 1. Afavorir la cooperació:** entre empreses, economia circular, amb els consumidors locals, amb empreses socials i solidàries.
- 2. Mostrar l'atractivitat del territori:** als agents econòmics, per a promoure la instal·lació de noves empreses, **afavorir un turisme d'excel·lència**, certificant-les amb la marca «Valeur Parc», ajudant a exportar fora del Parc quan sigui possible

- 3. Acollir projectes de noves activitats.** Els parcs són llocs idonis per a innovar en la producció i en els serveis, a partir dels recursos naturals, patrimonials i humans del territori.
- 4. Recolzar la innovació** amb l'aliança d'economia, energia i biodiversitat. Projectes econòmics basats en recerca de salut, benestar, alimentació d'alta qualitat ambiental, ecoconstrucció, biomimetisme

- **Els espais naturals protegits, zones d'excel·lència per al turisme de natura**

Què tenen els espais naturals protegits per tenir aquesta capacitat d'atreure turisme?

- Condicions naturals pràcticament inalterades
- Recursos naturals especials
- Ecosistemes representatius dels que varen existir o els més significatius dels encara existents
- Sovint hi ha espècies de flora i fauna en perill d'extinció o molt escassos.
- **Marca de qualitat** associada i de màrqueting que els fa ser coneguts arreu

- Els espais naturals protegits, zones d'excel·lència per al turisme de natura

- Com es pot beneficiar el territori de l'activitat turística en els espais naturals?

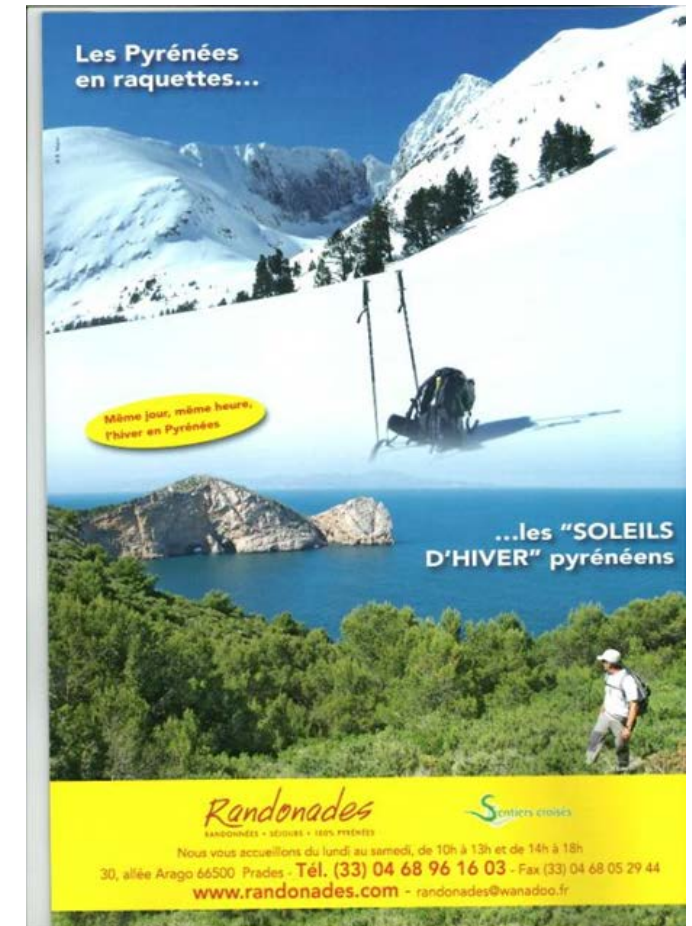
- Generació de **més gamma de productes**.
- Redistribució de fluxos de visitants. **Allargament de la temporada**.
- Generació de **nous llocs de treball** i de major qualitat.
- Millora de la percepció i posicionament en els mercats. **Màrqueting territorial**.
- Millora de la **qualitat de vida**, l'autoestima pel territori i el **sentiment de pertinença** "sense of place".



- Els espais naturals protegits, zones d'excel·lència per al turisme de natura

- Com es pot beneficiar els espais naturals de l'activitat turística ?

- Generació de **recursos** que ajuden a la conservació
- El **coneixement dels visitants** sobre la qualitat de l'espai ajuda a promoure la seva conservació
- **Noves oportunitats** a la població local, augmentant la seva implicació en la conservació
- **Afavoreix la interrelació** entre els gestors dels espais i el sector turístic, que facilita la gestió



- Els espais naturals protegits, zones d'excel·lència per al turisme de natura

Els Parcs naturals de tot el món reben aproximadament 8 mil milions de visitants anuals, dels quals 3,8 als espais naturals de Europa i 3,3 als espais naturals de nord Amèrica. (80% del total)

Generen un impacte directe de 600 mil milions de \$/any i en canvi, **només es destinen 10 mil milions de \$ per al manteniment d'aquests àrees.**



- **Aspectes a tenir en compte per a la creació de productes d'ecoturisme**

- **SOSTENIBILITAT**
- **MOBILITAT - ACCESSIBILITAT**
- **SINGULARITAT**
- **SEGMENTACIÓ**
- **ACOLLIDA**
- **TECNOLOGIA**



■ SOSTENIBILITAT

Elements clau del turisme sostenible

Creix entre els líders locals la consciència de que assegurar **la sostenibilitat ambiental i cultural no és només una política responsable, sinó també una estratègia econòmica a llarg termini.** *nathan Tourtellot, National Geographic Fellow Emeritus*



Estratègia de sostenibilitat

Condicions de treball dignes

Inclusió social i eliminació de la pobresa

Conservació del patrimoni cultural i natural

Competitivitat

■ SOSTENIBILITAT

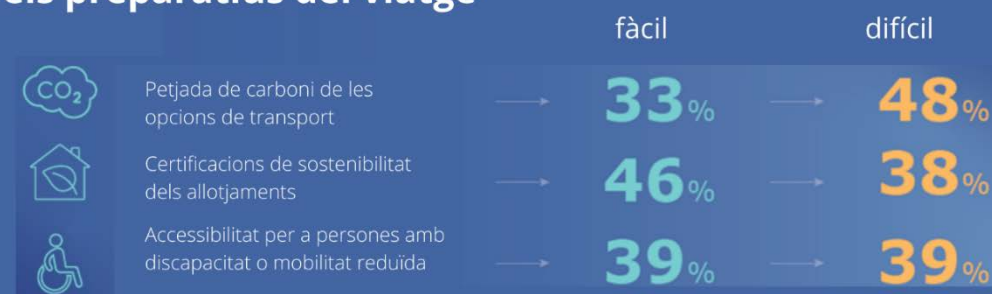


Pregunta 5 Estàs disposat a canviar els teus hàbits de viatge i turisme per ser més sostenibles?
Si és així, en quina de les següents maneres? (Possibles respostes múltiples, % UE27)

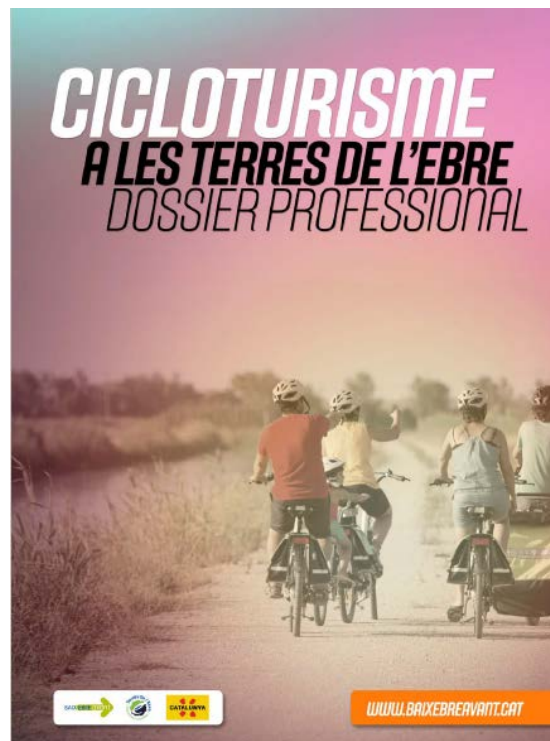
Disposició per canviar hàbits per ser més sostenibles



Facilitat per trobar informació relacionada amb la sostenibilitat o l'accessibilitat durant els preparatius del viatge



■ MOBILITAT - ACCESIBILITAT



Descobreix les rutes accessibles de Catalunya



■ SINGULARITAT



50 things to do before you're 11¾

Get your kids closer to nature with '50 things to do before you're 11¾'. There's plenty of outdoor activities to do all year round, from watching the sunset to creating some wild art. Many can be done at home and in your garden.



50
things to do
before you're
11¾

How many have you done?

We've been working closely with kids just like you to put together this list of the best things to do before you're 11¾. (Although lots of them are still great fun even when you're 81¾.) You'll find fun things to do for every kind of outside place, from mountains to sea, forests to fields. So what are you waiting for? Get out there and see how many you can do!

1. Get to know a tree	2. Roll down a really big hill	3. Camp outdoors	4. Build a den	5. Skim a stone	6. Go welly wandering	7. Fly a kite	8. Spot a fish	9. Eat a picnic in the wild	10. Play conkers
11. Explore on wheels	12. Have fun with sticks	13. Make a mud creation	14. Dam a stream	15. Go on a wintry adventure	16. Wear a wild crown	17. Set up a snail race	18. Create some wild art	19. Play pooh sticks	20. Go paddling
21. Forage for wild food	22. Find some funky fungi	23. Get up for the sunrise	24. Go barefoot	25. Join nature's band	26. Hunt for fossils and bones	27. Go stargazing	28. Climb a huge hill	29. Explore a cave	30. Go on a scavenger hunt
31. Make friends with a bug	32. Float in a boat	33. Go cloud watching	34. Discover wild animal clues	35. Discover what's in a pond	36. Make a home for wildlife	37. Explore the wonders of a rock pool	38. Bring up a butterfly	39. Catch a crab	40. Go on a nature walk at night
41. Help a plant grow	42. Go swimming in the sea	43. Help a wild animal	44. Watch a bird	45. Find your way with a map	46. Clamber over rocks	47. Cook on a camp fire	48. Keep a nature diary	49. Watch the sunset	50. Take a friend on a nature adventure

■ SINGULARITAT



Un quart de siècle pour les Bistrots de Pays !!!

En France, les bistrots ruraux constituent des lieux uniques de rencontre, de lien social, de découverte et d'animation locale.

Souvent, ces bistrots sont les seuls points de services de proximité encore présents au sein des villages. Or, il n'en reste que 8900 dans les communes rurales de moins de 2000 habitants. Source division services INSEE

Malheureusement, depuis de trop nombreuses années, les bistrots ferment leurs portes. La France perd 1000 bistrots par an. Pourtant, ces cafés restaurants multiservices font partie intégrante du patrimoine vivant de nos terroirs.

Véritable innovation, le label Bistrot de Pays a été créé en 1993 pour soutenir les bistrotiers indépendants. Ces bistrots s'engagent collectivement à respecter la charte qualité du label.



www.bistrotdepays.com

■ SEGMENTACIÓ

- El **perfil general** és de **persones entre 41 i 60 anys** majoritàriament, 52% són dones, bona part amb fills menors de 18 anys, **nivell socioeconòmic alt**. Busquen, en un percentatge elevat, **fer activitats en família**, incloent fins i tot 3 generacions. **Habitualment, grups reduïts**.
- **Senderisme, ciclisme** (en les diverses modalitats) i **activitats nàutiques** són les més demandades i amb més potencial de desenvolupament a les nostres destinacions.
- **La qualitat del medi natural és el factor principal per escollir el destí** de les vacances.

BABY BOOMERS ARE MAKING THEIR MARK ON ADVENTURE TRAVEL

Primera generació de més de 50 anys que també busca aventura en les vacances

www.adventurecollection.com/baby-boomers-adventure/



Font: CBI Market International Database. The EU market for adventure travel

■ SEGMENTACIÓ. Els mercats

Característiques i tendències :

- Utilització massiva **de internet i xarxes socials**.
- Increment de la **qualitat** de l'allotjament i dels serveis.
- Creix l'oferta amb noves destinacions
- Més viatges de curta durada **“short breaks”, les “microaventures”**... també vinculats a esdeveniments familiars, d'empresa, grups d'amics, etc.

Font: CBI Market International Database. The EU market for adventure travel



■ SEGMENTACIÓ. Els mercats

■ Característiques i tendències :

- Major sensibilitat amb els temes mediambientals. **Es busquen empreses responsables.**
- Major **professionalitat** de les empreses proveïdores, tant en l'organització com en les cobertures de les assegurances per possibles riscos.
- Els proveïdors ja no ofereixen només aventura sinó **“experiències”**.
- El futur passa per : gastronomia, enoturisme, patrimoni cultural, artesanía, ...



Points rencontres

Certains jours, au cours de vos randonnées, vous pourrez rencontrer sur le terrain les agents du Parc national des Pyrénées. Équipes de longue-vue et de jumelles, installés aux abords des sentiers, ils vous inviteront à partager des moments d'échanges informels et conviviaux. N'hésitez pas à vous arrêter, parler avec eux en leur posant sur place mille questions.

Sorties sur le terrain

Un programme de sorties de terrain, encadrées par les gardes-moniteurs(trices) du Parc national, est proposé en juillet et août. Bien voir, savoir regarder, écouter la nature, ce n'est pas si facile ! Surtout quand des mois de vie en ville ont un peu obscurci nos perceptions ! Les gardes-moniteurs du Parc national des Pyrénées parcourent ces montagnes toute l'année. Ils les aiment et les connaissent. Avec leur regard, vous verrez beaucoup plus de choses, en suivant leurs pas, vous ferez bien des rencontres...

Pour votre plaisir et pour votre sécurité, le nombre de personnes est limité pour chaque sortie. Il faut donc vous inscrire au préalable dans les Maisons du Parc national.

Conférence et débats

Les agents du Parc national proposent toute l'année des conférences et débats sur le patrimoine naturel, culturel et paysager mais aussi sur le développement durable. Ils vous accueillent dans les Maisons du Parc national dans les vallées.

Animations culturelles

Le Parc national des Pyrénées et ses partenaires (ville de Cauterets, Pays d'Art et d'histoire de la vallée d'Aure et du Luvonn, Pays d'Art et d'histoire des Pyrénées béarnaises, la Communauté de communes du Pays ossalois, Amis du Parc national...) proposent chaque année un programme de conférences, sorties et animations autour du patrimoine culturel et naturel.

Animations et sorties accompagnées

Toute l'année, les agents du Parc national des Pyrénées vous font découvrir les richesses naturelles, culturelles et paysagères de ce territoire d'exception.



■ SEGMENTACIÓ. Els mercats

Combinar diverses activitats en un mateix viatge

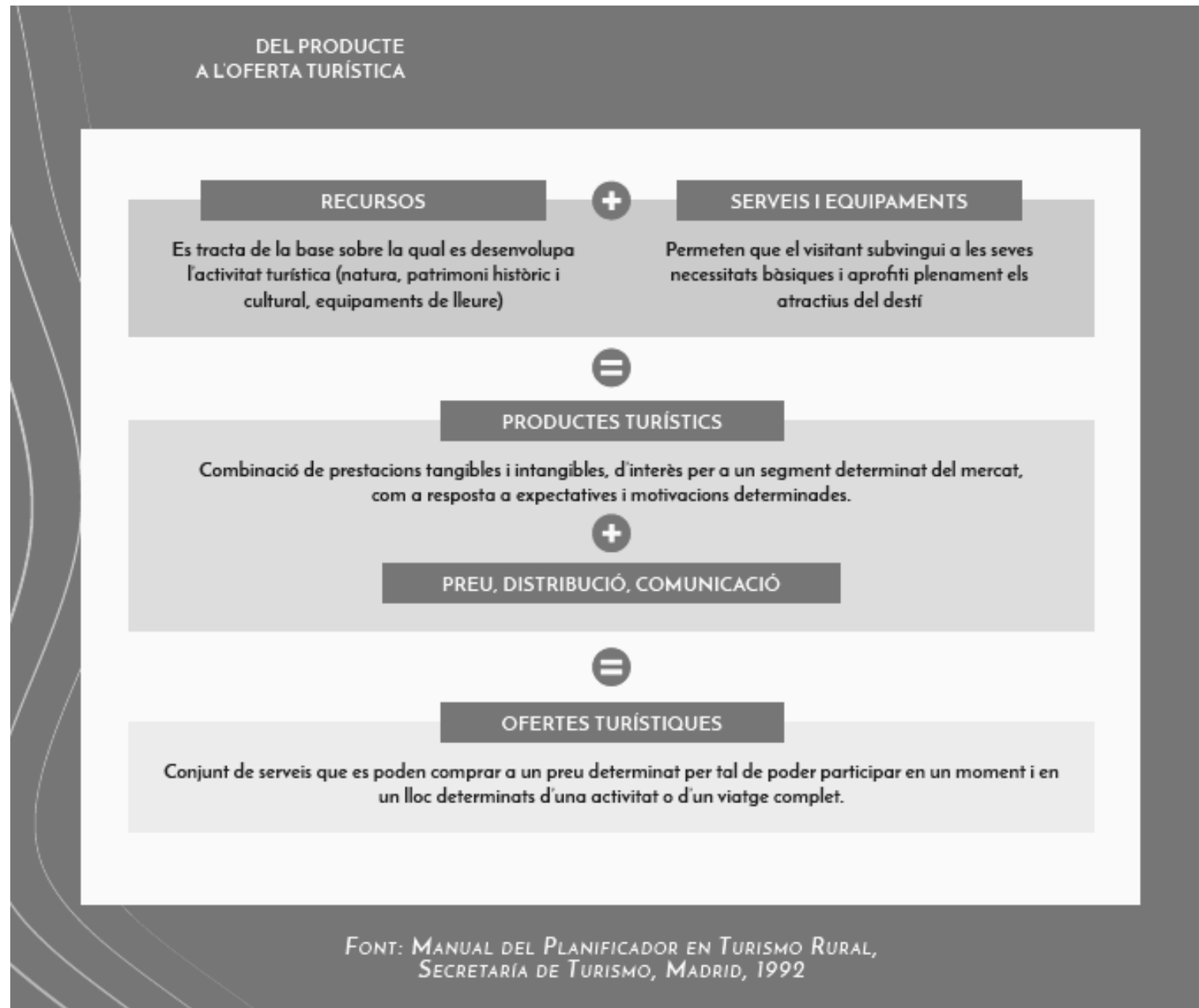
Gastronomia i producte local. Ingredient essencial de l'experiència turística

Aspectes clau de l'estudi Taste the Adventure:

- 71 % dels productes de turisme actiu **incorporen alguna experiència gastronòmica.**
- Els productes amb un component gastronòmic més intens que ofereixen els operadors, tenen un **preu molt més elevat.**
- **Show cookings i visites a cellers, destil·leries, ...** són les activitats més sol·licitades, segons operadors i agències de viatges.



- **Estructuració dels productes**



- **Estructuració dels productes**

PROPOSTA DE METODOLOGIA

Pas 1: Identificar i avaluar els recursos i serveis disponibles

Pas 2: Identificar el perfil de client

Pas 3: Concretar els aspectes bàsics del producte
(nucli, producte tangible i valor afegit)

Pas 4: Afegir valor a la proposta

Pas 5: Escollir els canals de comercialització



Foto: Josep Pasqual www.meteoelstartit.cat

Moltes gràcies

Josep Capellà Hereu

Novembre 2024