

Noves tendències en els mercats emissors França, Espanya i Països Baixos

15 novembre 2022

Contingut

- **Benvinguda i presentació dels assistents**
- **El turisme després de la Covid19**
- **Noves tendències que s'estan imposant**
- **Anàlisi dels mercats emissors: Espanya, França i Països Baixos**
- **Touropersadors i plataformes de comercialització**
- **Anàlisi dels productes: nous aspectes a tenir en compte**

El turismo después de la Covid19

Noves tendències després la Covid19

“ El viaje dejaría de ahondar en una cultura de exotización, colonialismo cultural y explotación para convertirse en una actividad vinculada al mantenimiento de redes de afectos y de colaboraciones laborales, culturales y de activismo ciudadano a largo plazo.

VIAJES NATIONAL GEOGRAPHIC



EL VERANO DEL CORONAVIRUS
CÓMO SERÁ IR A LA
PLAYA A PARTIR DE
AHORA

Le Monde

« La crise du Covid-19 est l'occasion de réinventer ce que signifient vacances et voyage »

Nicolas Dubreuil (Ponant) : "Nous devons apprendre à voyager moins pour voyager mieux !"

La Trobada Descobrir debat sobre un nou model de turisme: "El que ha funcionat els darrers 70 anys ha entrat en crisi



<https://youtu.be/yIQ3jEg6zZY>

Noves tendències després la Covid19

Segons diversos informes:



Proximitat
Natura
Litoral
Aventura
Càmping
Vivendes de lloguer

Tecnologia mòbil

Famílies
Generació Z & Y



Llarga distància
Turisme de masses
Creuers
Viatges d'empresa i
MICE

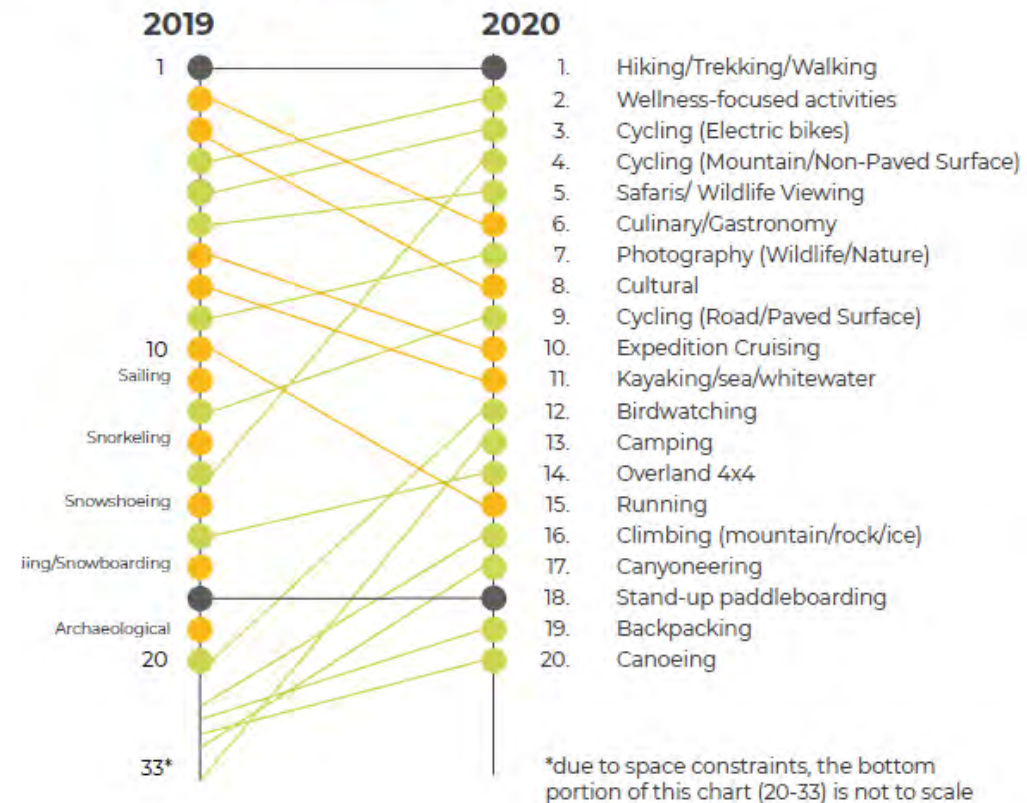
Sèniors



76% dels consumidors estaran més implicats en la sostenibilitat després del COVID... però encara un 42% de les empreses de viatges posposaran llançar al mercat nous productes sostenibles (2020)

ACTIVITIES: COMPARING 2019 AND 2020

- Decrease in popularity
- Increase in popularity
- No change



Senderisme, excursionisme i trekking continuen sent les activitats amb més adeptes (top trending).

El ciclisme de tot tipus ha augmentat durant el darrer any.

Els augments més notables es troben: càmping (passa del lloc 33 al 13) observació d'ocells (del 20 al 12).

Els esports aquàtics en general tenen tendència a la baixa en popularitat.

« HOT » - PRINCIPALS MOTIVACIONS PELS VIATGES D'AVENTURA



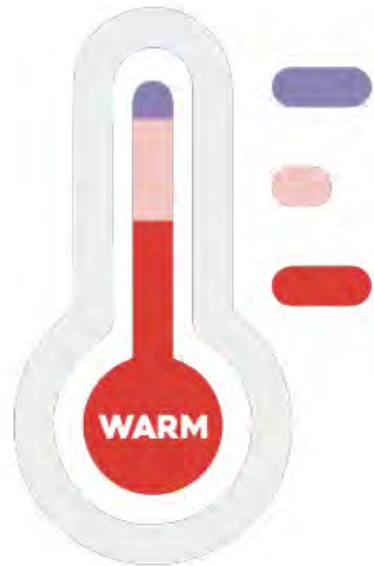
1. Noves experiències
2. Sortir de les rutes més transitades
3. Viatjar com un local
4. Viatge de l'última oportunitat (no t'ho pots perdre)
5. Objectius de creixement personal...
6. Trobades culturals






Q29: What is your organization's perception of the following consumer motivations, based on consumer demand and bookings in 2020?

Base: All respondents excluding those left blank (n=183)

Source: 2021 Adventure Tour Operator Snapshot Survey

« WARM » - ALTRES MOTIVACIONS PELS VIATGES D'AVENTURA



-  1. Desintoxicació digital (desconnectar)
-  2. Els viatges d'aventura com a “estatus”
-  3. Cuidar-se “wellness” i luxe
-  4. Un cop d'adrenalina / un repte
-  5. Participar en aventures “populars”

Q29: What is your organization's perception of the following consumer motivations, based on consumer demand and bookings in 2020?

Base: All respondents excluding those left blank (n=183)

Source: 2021 Adventure Tour Operator Snapshot Survey

« HOT » - ACTIVITATS D'AVENTURA AMB MÉS CREIXEMENT



Q29: What is your organization's perception of the following consumer motivations, based on consumer demand and bookings in 2020?

Base: All respondents excluding those left blank (n=183)

Source: 2021 Adventure Tour Operator Snapshot Survey

TOP TRENDING ACTIVITIES BY REGION

Company Headquarters	#1	#2	#3	#4	#5
North America	Safaris/Wildlife Viewing	Expedition Cruising	Cultural	Cycling (Electric Bikes)	Hiking/Trekking /Walking
Central America /Caribbean	Safaris/Wildlife Viewing	Hiking/Trekking /Walking	Culinary	Photography (Wildlife/Nature)	Snorkeling
South America	Culinary	Wellness-Focused Activities	Hiking/Trekking /Walking	Cycling (Mountain/Non-Paved Surface)	Safaris/Wildlife Viewing
Africa	Wellness-Focused Activities	Expedition Cruising	Hiking/Trekking /Walking	Safaris/Wildlife Viewing	Photography (Wildlife/Nature)
Europe	Cycling (Electric Bikes)	Cycling (Road /Paved Surface)	Hiking/Trekking /Walking	Wellness-Focused Activities	Camping
Asia	Wellness-Focused Activities	Hiking/Trekking /Walking	Photography (Wildlife/Nature)	Cycling (Mountain/Non-Paved Surface)	Overland 4x4

*Regions not containing sufficient sample size (Pacific & Middle East) are excluded from this chart.

Q29: What is your organization's perception of the following consumer motivations, based on consumer demand and bookings in 2020?

Base: All respondents excluding those left blank (n=183)

Source: 2021 Adventure Tour Operator Snapshot Survey

- **Sostenibilitat. Una estratègia clau de posicionament turístic**

Línies obertes de la CE de cara a l'Agenda pel Turisme del 2050

- **Experiència turística segura i fluida**

- Per reforçar els **viatges sense problemes** per a un flux de viatgers segur i fluid
- Millorar les **experiències turístiques segures i fluides** a les destinacions, en benefici dels turistes i dels residents
- Enfortir **la cooperació i la coordinació** per millorar el turisme sense problemes i segur



- **Vacances més verdes/sostenibles**

- Accelerar la descarbonització cap a la neutralitat climàtica pel 2050
- Implementar mitigacions de **canvi climàtic** i mesures d'adaptació per fer més flexibles negocis i destinacions
- Fomentar **nous models de negoci** mitjançant la innovació per al desenvolupament sostenible i una economia de turisme **circular**

- **Turisme impulsat per dades**

- Reforçar l'estratègia europea sobre dades i digitalització del turisme de la UE
- Dirigir la **innovació** cap a una transformació digital del turisme aprofitant les dades i les noves tecnologies
- Avançar en la integració i compartició del conjunt de dades **turístiques**

NOVES TENDÈNCIES QUE S'ESTAN IMPOSANT

Tendències que s'estan imposant

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



SOSTENIBILITAT

Canvis en els estils de vida i de consum

Economía circular en turismo: de las palabras a los hechos

La sostenibilidad como elemento de competitividad y diferenciación

3 DICIEMBRE, 2019

Los expertos lo tienen claro: “El que no invierte en [sostenibilidad](#) pierde en competitividad”, como ha afirmado **Soraya Romero**, directora de Sostenibilidad del [Grupo Iberostar](#) para EMEA (Europa, Oriente Medio y África), en el [Seminario INTO](#) celebrado la pasada semana en Palma.



Cinco tendencias que transformarán el sector de las actividades en destino

El usuario, gracias al móvil, se decanta cada vez más por experiencias personalizadas

- 1.- Empresas mobile first... porque los clientes ya lo son
- 2.- Un millón de experiencias
- 3.- Potenciar la [sostenibilidad](#)
- 4.- Usar el poder del marketing de las organizaciones de turismo
- 5.- Innovar... aunque suponga equivocarse

TUI, DER Touristik, FTI y Jet2Holidays refuerzan sus estrategias

TTOO y sostenibilidad: el peligro de quedar fuera de los catálogos

Hacen sus marcas propias más sostenibles y aumentan las exigencias a terceros

1 septiembre, 2022

- 🐦 *La gestión sostenible ya no es una opción si el hotel quiere ir bien situado en los folletos o la web de los grandes turoperadores*
- 🐦 *Turoperadores como TUI, DER Touristik, FTI o Jet2Holidays han incrementado la exigencia para sus productos propios y ajenos*
- 🐦 *Motivar o incentivar a los socios hoteleros para que se apunten a los compromisos reales está dentro de la estrategia de los mayoristas*



Més de 1 viatger sobre 10 reserva viatges sostenibles.

Generalment tenen nivells educatius alts i situació socioeconòmica elevada, n'hi ha **de totes les edats i han viatjat molt.**

Provenen sobretot dels països més desenvolupats del nord i oest d'Europa

2 CATEGORIES DE “VIATGERS SOSTENIBLES”:

- Viatgers **“convençuts”** a favor de la sostenibilitat

Segment petit però amb molt interès. Expectatives molt altes. **Vigilants al “greenwashing”**

- Viatgers **“soft”** a favor de la sostenibilitat

És **el grup més nombrós**, amb un **potencial de creixement** molt important.

No han de ser molt entesos en turisme sostenible però **ho prefereixen ja que ho associen a fer el “correcte”.**

Confien en tour operadors per proveir aquest tipus de vacances. De fet 66% dels viatgers europeus opinen que la responsabilitat de vacances sostenibles recau en les agències de viatges.

SOSTENIBILITAT

L'aposta pel turisme sostenible és intergeneracional i transversal en les societats més desenvolupades



- Millennials, Viejennials, generacions X y Z



GWHOPs-Green wealthy healthy old people

SOSTENIBILITAT

In search of more sustainable stays

There is no doubt sustainable travel is important to global travelers, with over four in five (81%) confirming this to be true for them. Half (50%) of global travelers say that recent news about climate change has influenced them to make more sustainable travel choices, and the desire to travel more sustainably is growing:



71%

of travelers want to make more effort in the next year to travel more sustainably (up 10% from 2021)



53%

are more determined to make sustainable travel choices when they travel now than a year ago.

Encouragingly, awareness and visibility of more sustainable stays continues:



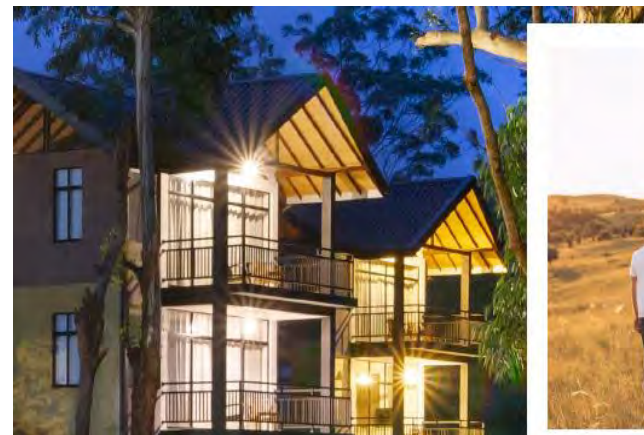
40%

confirm they have seen a sustainable place to stay on an online travel site over the past year



38%

actively look for information about the sustainability efforts of a property before they book



Of those who didn't stay in a sustainable accommodation over the past year:



31%

didn't even know they existed (down 5% over 2021)



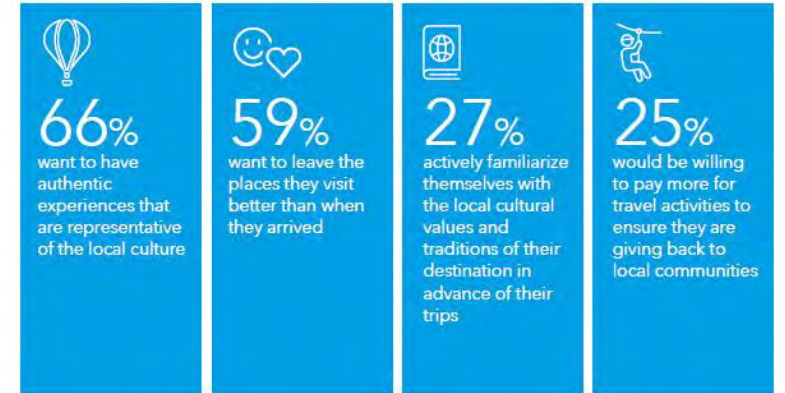
29%

didn't know how to find them

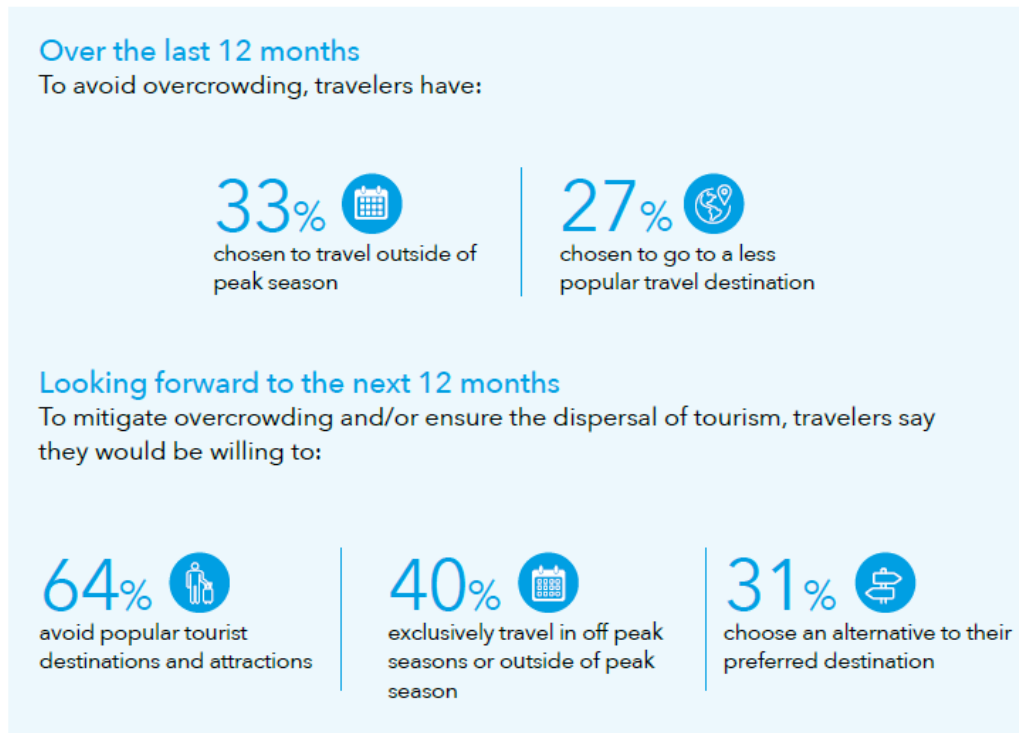
Tot i que les vacances sostenibles van creixent, encara hi ha una part molt important dels viatgers que no se sent segura sobre els viatges sostenibles, especialment perquè no saben on trobar la informació i la veracitat d'aquesta.

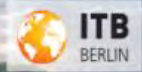
SOSTENIBILITAT

Amb el 50% dels viatgers globals que diuen que les notícies sobre el canvi climàtic els han influït prendre opcions de viatge més sostenibles, hi ha un consens emergent de voler evitar destinacions massificades i molt visitades per garantir una dispersió més uniforme de l'impacte i els beneficis de la seva visita. A més el 45% creu que aprendre i protegir la cultura local també és sostenibilitat



Despite the appetite of global travelers to give back and connect during their travels:





MOBILITAT

L'ecomobilitat és un element clau per a la gestió de destinacions i empreses turístiques ja que entre altres conseqüències positives permet generar:

- **Eficiència** i estalvi en la gestió de recursos.
- Una millor **qualitat de vida** tant per als residents com per als visitants.
- **Prestigi** de la destinació. Element de màrqueting per atraure visitants que cada vegada són més receptius amb el concepte d'ecomobilitat.

Arriba la mobilitat sostenible als hotels per als turistes

14/03/2019 | Els hotels aposten per la mobilitat sostenible dels clients per fer turisme. València és la primera ciutat de tot Europa que ha instal·lat una estació multimodal de mobilitat sostenible dirigida als usuaris dels establiments turístics. Desgranem aquest model de mobilitat.



[Link a l'àudio](#)



Segons ADEME, el concepte "**ecomobilitat turística**" és una terminologia recent que combina una varietat de definicions i que engloba diferents tipologies de desplaçaments.

- **Mobilitat sostenible**

S' utilitza l'energia humana com a mitjà de propulsió per a desplaçar-nos i viatjar. Caminar, anar amb bicicleta o patinar, el caiac o la canoa són alguns exemples. També amb animals com l'ase, el poni o el cavall.

- **Ecomobilitat**

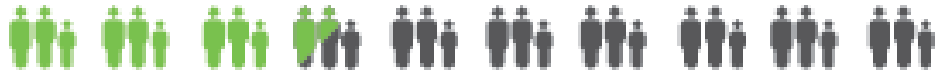
A més de la mobilitat sostenible, incorpora també mitjans de transport motoritzats que intenten ser respectuosos amb el medi ambient o alternatius a l'ús del vehicle individual. És el cas del transport públic per carretera, ferroviari, marítim, També els sistemes d'ús compartit de vehicles o bicicletes.

La mobilitat s'ha convertit en un factor important en la qualitat de vida

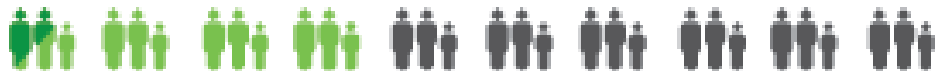


Més del 70% dels ciutadans UE viuen en zones urbanes

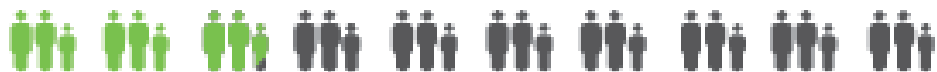
París Només un 36,8% de les famílies disposen de cotxe propi



Londres Només un 40% de les famílies disposen de cotxe propi
Només un 12% de les famílies disposen de més d'un cotxe

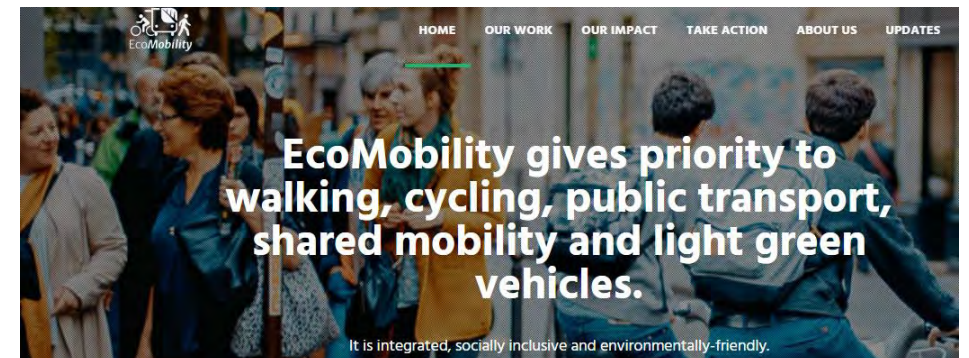


Copenhague Només un 29% de les famílies disposen de cotxe propi



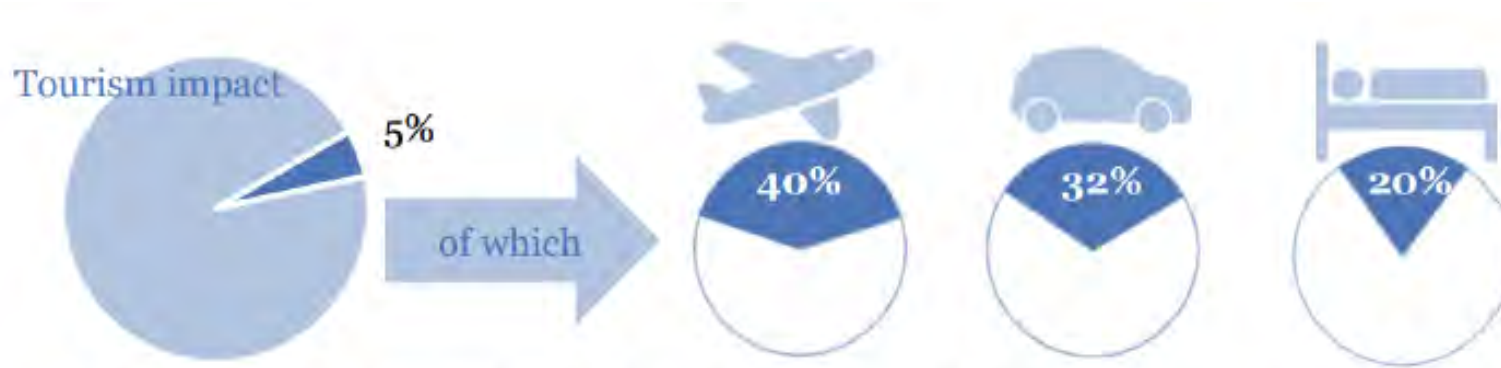
Trànsit i infraestructures influeixen en el medi ambient, la salut, la igualtat social i el desenvolupament econòmic.

Les noves solucions de mobilitat estan a l'avantguarda de la innovació tecnològica i social.

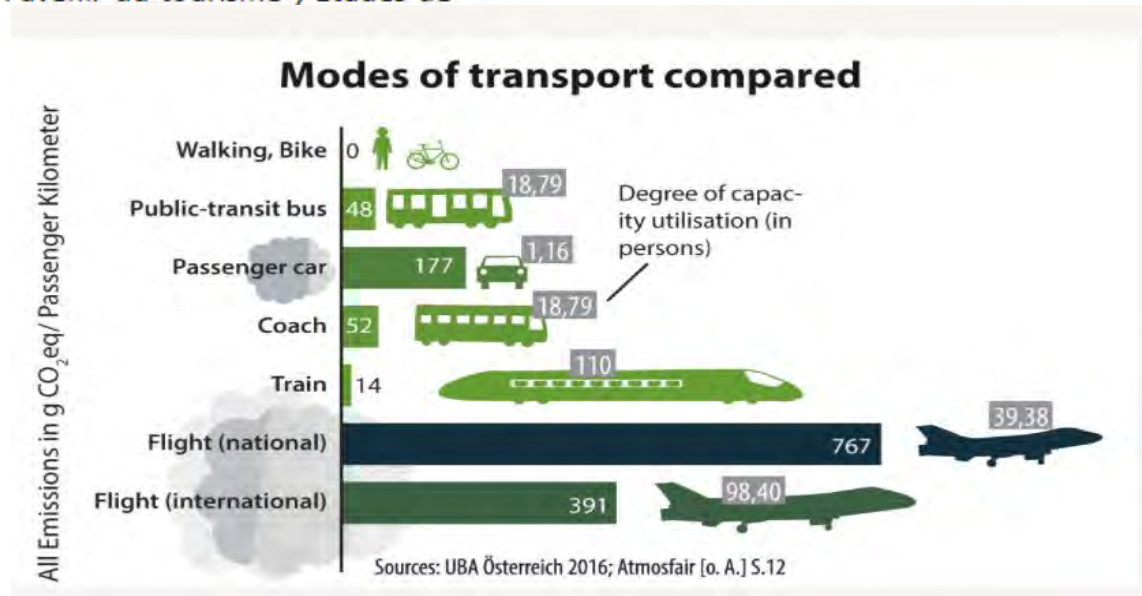


MOBILITAT

El turisme, responsable del 5% de les emissions globals de CO₂.
El transport aeri en representa el 40%.



Fuente de la infografía : "Analyser les mégatendances pour mieux façonner l'avenir du tourisme", Études de l'OCDE sur le tourisme, 2018/02, Éditions OCDE, Paris.



La 'vergonya de volar' *Flying shame - Flygskam* dels suecs s'estén arreu

Una línia de trens nocturns connectarà
Barcelona amb 13 ciutats europees

#EUYearofRail 2021



Planned routes on the Nightjet rail network. Image: Aviation 24



La iniciativa pretén crear quatre línies de tren internacionals i fomentar el transport sostenible entre les ciutats europees

El futur del turisme d'hivern passa pel tren

MÉS MUNTANYA ACN 06.11.2021 09.30 h



El futur del turisme d'hivern passa pel tren Autor/a: Arxiu La Molina



El futur del turisme passa pel transport sostenible, segons el professor de Turisme de la Universitat de Girona José Antonio Donaire (Foto: Cremallera de Núria).

El precio del carburante alcanza el máximo desde el 2014

29/09/2021

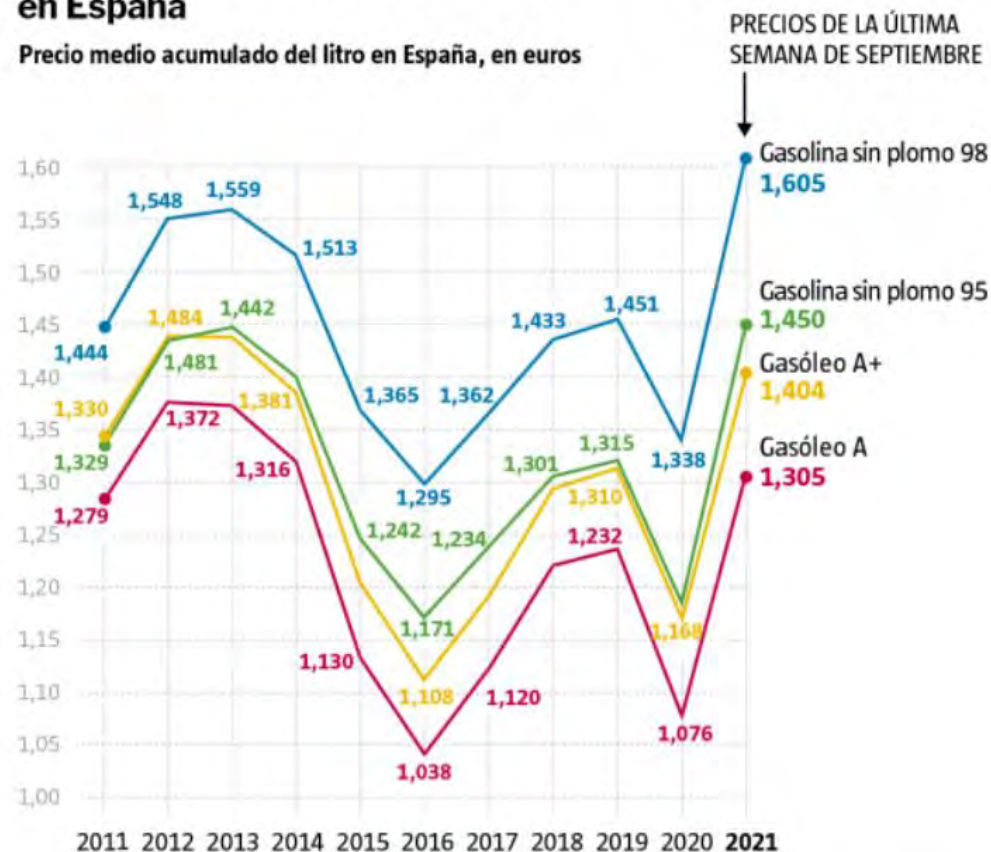
• Los analistas temen la llegada del invierno y las gasolineras piden rebajas fiscales



La escalada es fruto de la adopción de biocombustibles y los pagos al fondo de eficiencia energética

Evolución de los precios de los carburantes en España

Precio medio acumulado del litro en España, en euros



FUENTE: Dieselogasolina.com

MOBILITAT

Una demanda emergent

Apostem per una mobilitat a peu, en bicicleta i transport públic. Quan necessitis un vehicle per a tu, que sigui elèctric i compartit.



España se sube a la moda del coche compartido entre particulares

- Drivy, la plataforma líder mundial del sector, ya cuenta con 200.000 usuarios en España

El 'carpooling', una alternativa para viajar fácil, barata y en compañía

- Cada vez son más los viajeros que utilizan esta opción para sus desplazamientos habituales y en vacaciones

VER IMÁGENES

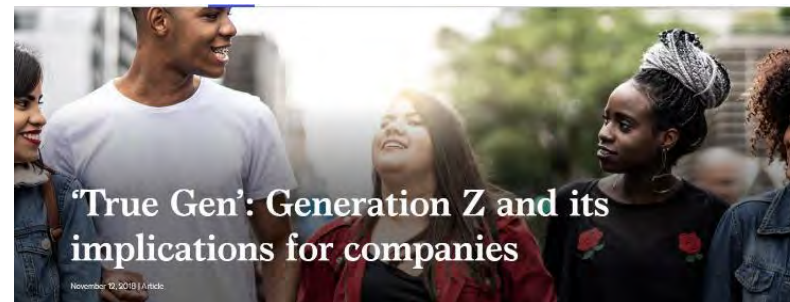


Cada vez es más frecuente utilizar el carpooling en vacaciones (LeoPantzi / Getty Images)

¿Qué es eCooltra?

eCooltra es el servicio de motosharing líder en Europa

Baixa l'interès de les noves generacions pel cotxe privat



'True Gen': Generation Z and its implications for companies

November 12, 2019 | Article

SALÓN DEL AUTOMÓVIL

Sebastien Guigues: "A los jóvenes no les interesa el coche"

- Renault reorienta su estrategia hacia la movilidad y sacará nuevo brillo a la icónica marca deportiva Alpine



Sébastien Guigues, director general de Renault Alpine para España y Portugal (Iberia), en el Salón Automóvil de Barcelona (Toni Albir / EFE)



PIERGIORGIO M. SANDRI

BARCELONA

03/10/2021 00:30





Aires de covoiturage en France (et autres parkings indiqués par les collectivités locales)



J'aime Partager Josep Capellà Hereu et 47 K autres personnes aiment ça.

Bus, train, covoiturage : BlaBlaCar lève près de 100 millions d'euros

intégration du train à venir

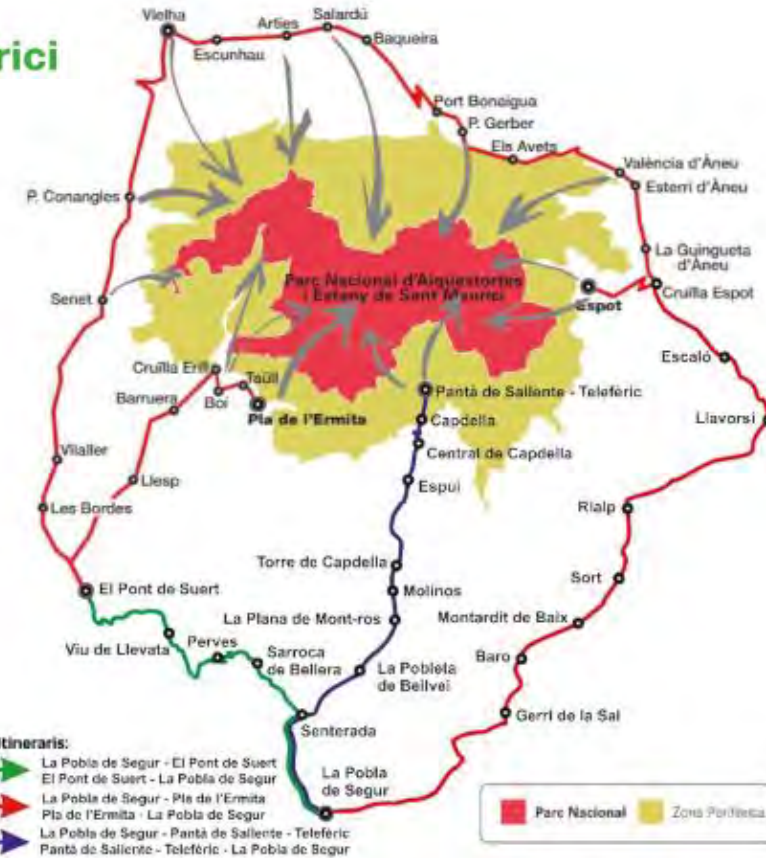
<https://blog.blablacar.fr/blablalife/labla-a-bord/carte-aires-covoiturage>



Camina pel Parc i torna en Bus



Parc Nacional
d'Aigüestortes
i Estany de Sant Maurici



<https://parcs.diba.cat/web/montseny/bus-parc>

http://parcsnaturals.gencat.cat/ca/detalls/Noticia/20210524_busdel parc

CICLOBCN21
Barcelona, 5-10 octubre 2021

CA EN ES PT
Twitter Instagram LinkedIn Email

Inici EuroVelo Conference 2021 7è Congrés Internacional | XVIII Congrés Ibèric Inscripcions Comunicacions Informació pràctica Exposar

CONGRÉS EUROVELO I CICLOTURISME 2021

PEDALEM CIUTATS I TERRITORI

AUDITORI AXA
BARCELONA, 5 - 7 OCTUBRE 2021



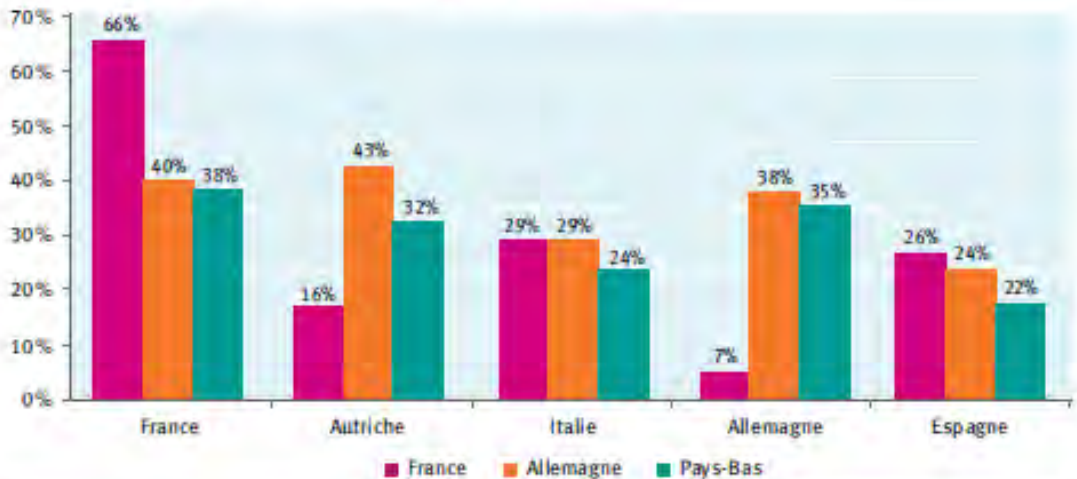
Un de cada 2 francesos i 3 de cada 4 alemanys i holandesos han practicat senderisme durant les vacances els últims 5 anys

A França en els últims 10 anys les estades turístiques de senderisme han tingut un creixement del 25%



CLASSEMENT DES DESTINATIONS LES PLUS ATTRACTIVES POUR UN SÉJOUR AYANT POUR MOTIVATION PRINCIPALE LA RANDONNÉE PÉDESTRE

• Quelles sont les destinations en Europe qui vous attirent le plus pour pratiquer un séjour ayant pour motivation principale la randonnée pédestre ? [1 à 3 réponses possibles]



Source : Enquête en ligne Questback - Atout France (2017)

Principals motius: descobrir paisatges, el plaer de caminar, descoberta cultural, compartir l'activitat amb altres

NUAGE DE MOTS DES ATOUTS DE LA FRANCE

BEAUTÉ, VARIÉTÉ, PRÉSERVATION DES PAYSAGES

Diversité, qualité sécurité de l'offre de sentiers

Climat 🇩🇪 🇳🇱

PATRIMOINE CULTUREL ET HISTORIQUE 🇩🇪 🇳🇱

Gastronomie, bonne cuisine, bons vins 🇩🇪 🇳🇱

La OMT, Fundación ONCE y UNE ultimán el estándar ISO de turismo accesible

27 SEPTIEMBRE, 2019 (08:37:01)

<https://www.unwto.org/es/el-estandar-internacional-iso-de-turismo-accesible-encara-su-recta-final>

Edición España. La entrevista de Carmen Porras

Miguel Nonay: “La sostenibilidad es impensable sin la accesibilidad”

31 octubre, 2021

- “Un destino no existe si no lo conoces y, por tanto, la accesibilidad de un destino no existe si no la das a conocer”
- “Es más fácil encontrar un hotel adaptado en Francia a un precio razonable que encontrarlo en España”
- “Con la innovación y los fondos europeos se debería trabajar más la accesibilidad, adaptar destinos y a veces adaptar al turista”



<https://playandtrain.org/>



La Asociación Play and Train tiene como objetivo poner a disposición de las personas con discapacidad y sus familias el acceso a la práctica, aprendizaje y formación de actividades deportivas recreativas o de competición, independientemente de sus capacidades, género o edad

<http://www.viasverdesaccesibles.es/>



PREDIF es la entidad referente en España en materia de turismo accesible

SINGULARITAT

SINGULARITAT

Els viatgers actuals busquen cada cop més productes i experiències que connectin amb els seus valors i siguin coherents amb els seus propis estils de vida.

Busquen **experiències úniques, locals, amb autenticitat sociocultural, identitat cultural singular** i teràpies no disponibles al seu lloc d'origen i, per tant, **la participació del visitant en la creació de valor i significat és essencial avui en dia per connectar realment amb els viatgers.**

[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629200/IPOL_STU\(2019\)629200_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629200/IPOL_STU(2019)629200_EN.pdf)



www.instagram.com/valldecamprodon_imatges/



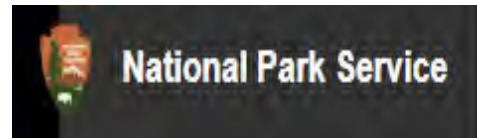
Qué hacer
&
Qué ver
en Gorbeia



SINGULARITAT

www.gorbeiaeuskadi.com





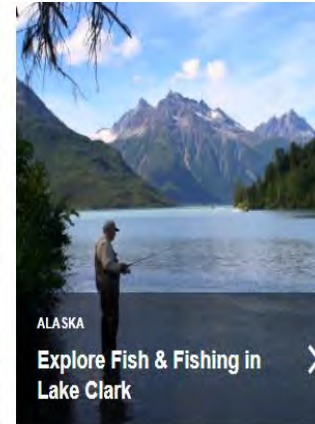
Trip Ideas

Looking for ideas to help you plan your next trip to a national park? This is the place to start! These trip ideas provide recommended activities designed to help you figure out how to spend your time. For even more ideas, see the [list of all trip ideas](#) below or [search for things to do and trip ideas by park, activity, topic, duration, and more](#).

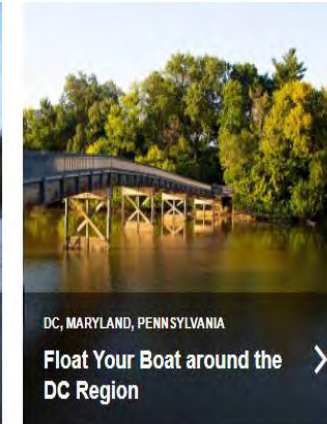
<https://www.nps.gov/index.htm>



Explore this Herbert Hoover National Historical Site nestled in one of Iowa's charming small towns with a rich historical heritage.



Enjoy the serene waters and learn about the long history of fishing associated with the Lake Clark, Port Alsworth area.



Tour by boat and see parks from a different perspective. Float and paddle around DC for a unique learning experience.



www.nps.gov/planyourvisit/trip-ideas.htm

SINGULARITAT



En savoir plus

Prendre le train en marche avec Perinne

Perinne est chef de train au Chemin de fer de la



En savoir plus

Reinette nous raconte des salades

Reinette est Présidente de l'Association des



En savoir plus

Sur les starting-blocks avec Henri Sannier



En savoir plus

Une chevauchée dans le Grand Est avec Julie



En savoir plus

Voyage au centre de la Terre avec Caroline

Après avoir été manager de casinos et travaillé à Eurodisney, Caroline a repris la direction de la Cité



En savoir plus

Voyager en Australie avec Mélanie

Mélanie est guide au Musée Franco-australien de Villers-Bretonneux. Comme la ville, elle a noué des

SINGULARITAT



www.bistrotdepays.com

SEGMENTACIÓ

SEGMENTACIÓ



Alguns dels Reptes del turisme a nivell mundial:

GLOBALITZACIÓ I MERCATS CANVIANTS

Els clients són cada vegada més experimentals, estan disposats a provar nous productes, gastronomia i **activitats** i no donaran una segona oportunitat a destins que ofereixin productes o serveis de poc interès.

... apareixen nous nínxols de mercat que **inclouen el turisme de natura, actiu i amb una major participació en les experiències**, els viatges de luxe i de plaer, la cerca d'experiències úniques i la demanda d'autenticitat.



PROPOSTES

Amb qui vindràs?



FAMILIA



AMICS



EN GRUP



PARELLA



TU

SEGMENTACIÓ



Choose from 6000 authentic and sustainable adventures

Type a country name - optional

Pick a date - optional ✕

CLIMATE CRISIS

Would a carbon label help you choose your holiday?

Read our advice



HOLIDAY TYPES

- Accessible (19)
- Accommodation or...
- Adventure (11)
- Beach (18)
- Budget (39)
- Cultural (8)
- Cycling (30)
- Family (48)
- Flight free (9)
- Honeymoon ideas
- Last minute (23)
- Locally run (43)
- Luxury (2)
- Multi activity (9)
- Overland (1)
- Rail (1)
- Sailing (1)
- Self drive & fly drive
- Short breaks (4)
- Small group (21)
- Special interest (23)
- Special offer (15)

Casa Leonardo website header with navigation menu: Casa, Activitats, Públics, Productes, Preus i reserves, Blog, Premsa, Contacta'ns, Català. A dropdown menu is open under 'Públics' showing options like 'Casa rural amb encant', 'Casa rural responsable i sostenible', etc. The main text reads 'BENVENIDU A CASA LEONARDO!' and 'PASSEJA-T'HI!'.

www.casaleonardo.net/



ACOLLIDA

ACOLLIDA

Oferir una bona relació preu-qualitat, adaptada a cada segment i en tota la cadena de valor del producte: des de la informació, reserva, arribada, durant la realització, i post-viatge.

High Touch més que High Tech ...

és a dir, més delicadesa (tracte) que tecnologia



Fonts d'informació seleccionades per triar la destinació de vacances






Expériences bretonnes

Pour vivre intensément la Bretagne, partez à la rencontre de Bretons passionnés. Partagez leurs activités et découvrez une Bretagne insoupçonnée.

Affiner ma recherche (49 résultats) 



Offrez-vous une leçon de calligraphie à Bécherel

Le plaisir à portée de plume dans la Cité du Livre 

Amoureux de la belle écriture et nostalgiques de la plume Sergent-Major, venez vous consacrer à l'art de la calligraphie à Bécherel. Avec Richard Lempereur comme maître...



Régalez-vous à l'Ecole des Desserts

Découvrez les secrets d'Alain Chartier, champion du monde du dessert glacé

Avec un concept unique en son genre, l'Ecole des Desserts vous invite à partager les recettes de fabrication des plus grands desserts aux côtés d'Alain Chartier...



Testez le Stand Up Paddle avec un champion de surf

Cap sur la Côte de Granit rose avec Alexis

Goûter au plaisir de glisser sur l'eau, le long de la Côte de Granit rose, avec un champion de surf, ça vous fait rêver ? Et bien, c'est possible ! Pour cela, pas besoin d'être...



Participez à l'observation des grands dauphins

Avec Gaël, au cœur de la baie du Mont-Saint-Michel

Un paisible hameau, une petite plage baignée d'eaux turquoise et au loin la silhouette inimitable du Mont-Saint-Michel... C'est à Port-Mer, à Cancale, dans un...



Suivez le fil de la broderie avec Pascal Jaouen

Initiation au Glazig à l'École de Broderie d'Art de Quimper

Sur les costumes traditionnels bretons, les broderies font la beauté des femmes et la fierté des hommes. Faites vos premiers points dans cet art fascinant sous l'œil...

Experiències d'usuaris



Mariona Calafell Vallter 2000

Vallter 2000

"Nosaltres no sabem esquiar però volíem trepitjar neu i se'ns va acudir de pujar a Vallter amb la furgó. A mesura que pujàvem, anàvem al·lucinant amb aquelles muntanyes. I quan vam arribar a dalt, encara vam quedar més impressionats. La vista era brutal! Val la pena pujar-hi encara que sigui només per gaudir de la vista fent unes birres amb els amics."

[VEURE MÉS](#)

GALERIA D'IMATGES



Albert Alemany Gombren Agost 2020

Gombren

"A l'oficina de turisme ens van parlar de Montgrony i la veritat és que supera les expectatives! No vam parar de fer-nos fotos a les escales, fins arribar a la primera capelleta. Des d'allà la vista ja ens va encantar. Però, un cop a dalt de tot, encara es veia tot més preciós. Des d'allà es veia mig país! I mentre nosaltres gaudíem del paisatge, aquells prats van ser el millor pati perquè la canalla jugués!"

[VEURE MÉS](#)

GALERIA D'IMATGES



TECNOLOGIA

TECNOLOGIA

Les tecnologies de la informació i les comunicacions (TIC) són fonamentals per desenvolupar una indústria i destinacions turístiques europees més intel·ligents i competitives. Una nova gamma de tecnologia i innovació emergents, com la intel·ligència artificial, la tecnologia blockchain, l'analítica de grans dades, la robòtica i l'internet de les coses, permeten obrir moltes oportunitats a persones de tot el món.



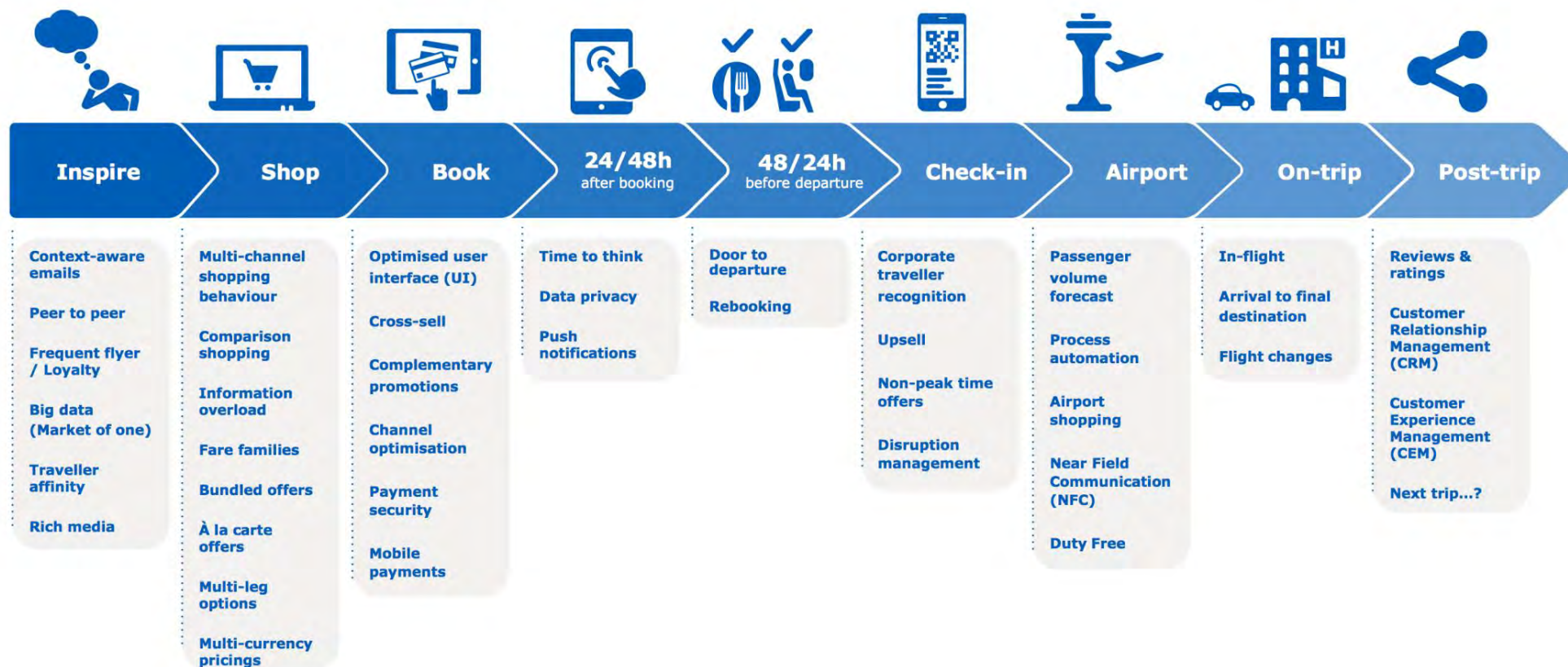
[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629200/IPOL_STU\(2019\)629200_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629200/IPOL_STU(2019)629200_EN.pdf)

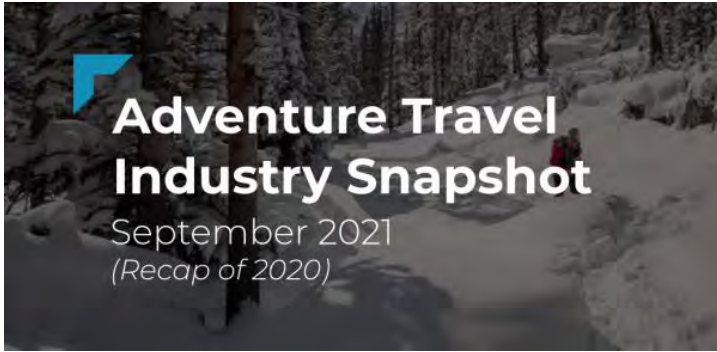


Shaping the future traveller journey

As future traveller tribe purchasing habits evolve, travel providers need to respond and build a more rewarding and connected traveller journey, from 'inspiring to arriving home'.

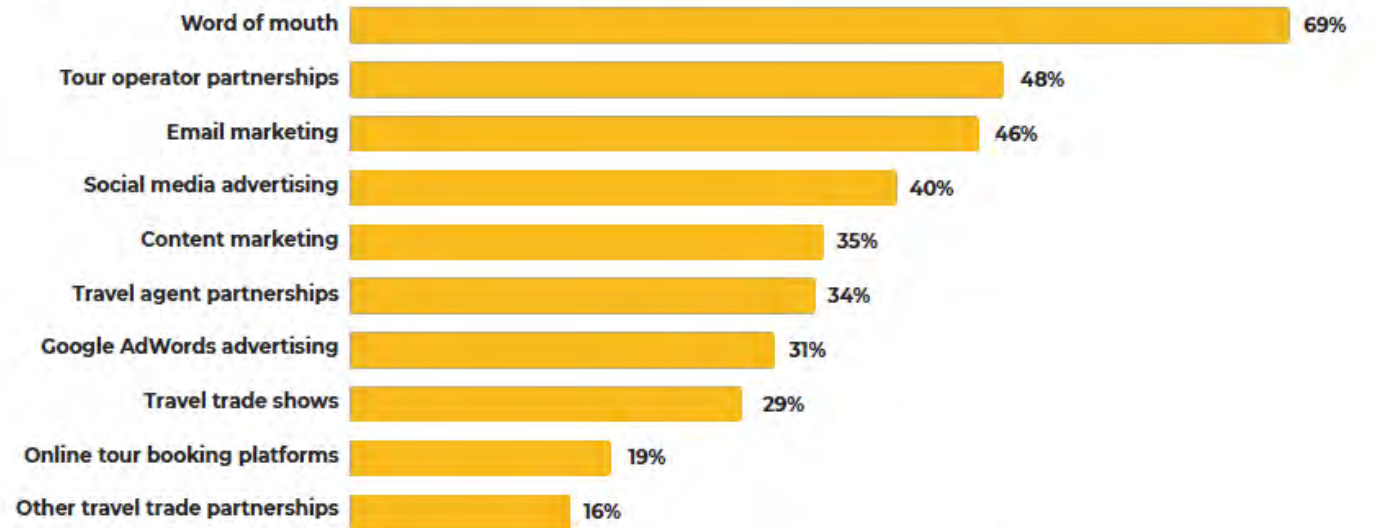
Implementing appropriate solutions and services at each stage of the traveller journey will be crucial to success. The following chart provides examples and potential benefits of various strategies to shape the future traveller journey.





HELPFUL MARKETING + SALES TACTICS (TOP 10)

Like 2019, word of mouth was the most helpful marketing tactic. However, tour operator partnerships ranked slightly above email marketing in 2020, while email marketing was ahead in 2019.



Q34: Please select at most five marketing and sales tactics that are the most helpful in acquiring new guests for your business

Base: All respondents excluding those left blank (n=167)

Source: 2021 Adventure Tour Operator Snapshot Survey



European travel market advances thanks to online mobile and leading suppliers

Published: February 2020

Analyst: Phocuswright Research

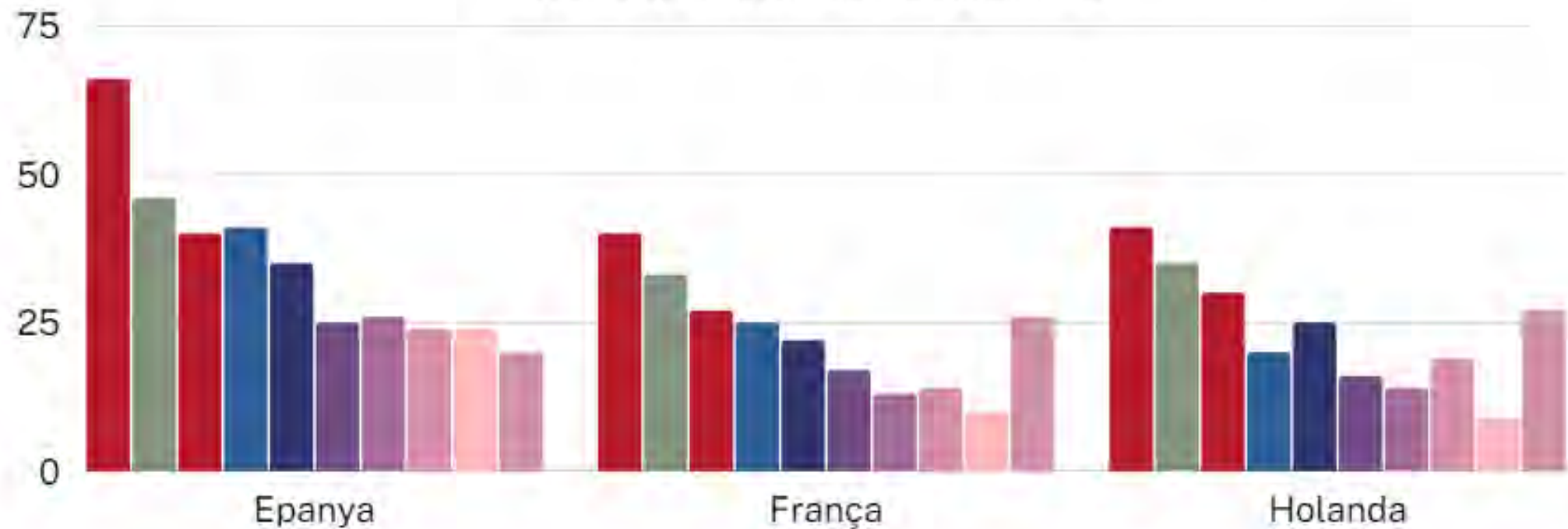
El 2019, per primera vegada, més de la meitat de les reserves de viatges a Europa es van fer «on line»

Anàlisi dels mercats emissors Espanya, França i Països Baixos

IMPACTE DE LA COVID19 EN EL COMPORTAMENT DELS VIATGERS

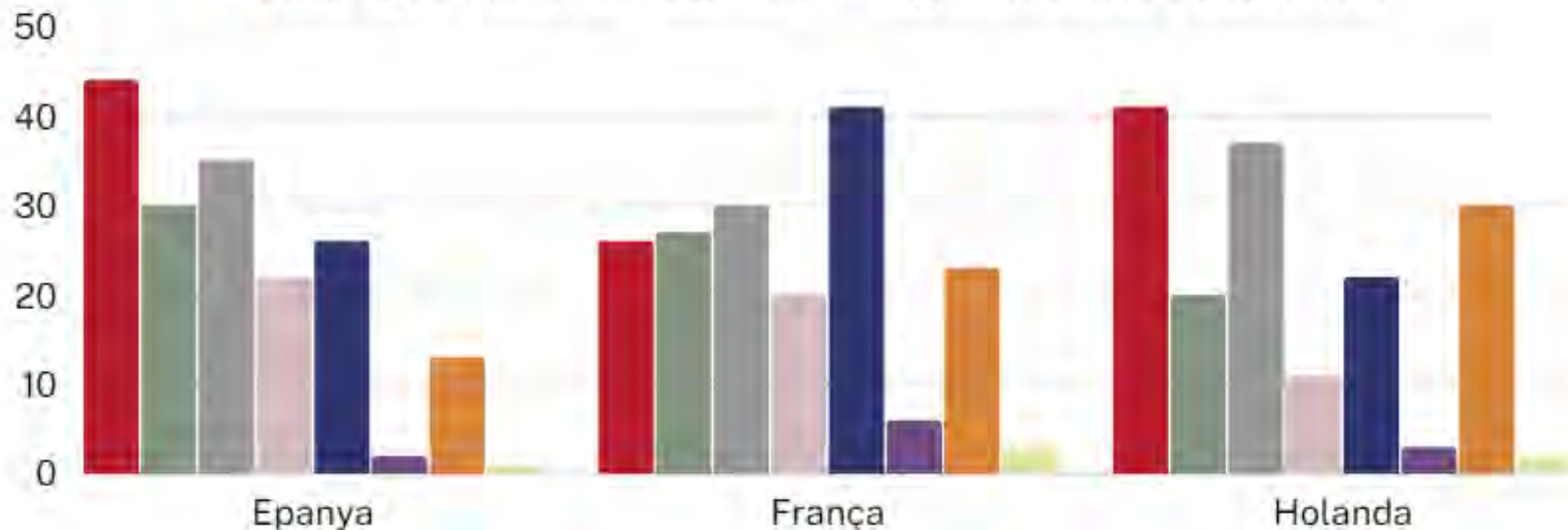


- Més atenció a la salut i a les mesures sanitàries
- Més vacances al propi país
- Menys viatges arreu del món
- Més atenció en l'impacte del turisme en les comunitats locals
- Canvi en el destí dels països
- Canvi en el tipus de destinacions
- Canvi en les activitats durant les vacances
- Canvi en el mitjà de transport per arribar al destí
- Canvi en el tipus d'allotjament
- No s'espera efectes a llarg termini



TIPUS D'ALLOTJAMENT

- Allotjament hotelier amb pensió inclosa (hotel, hostals)
- Allotjament hotelier sense pensió inclosa (hotel, hostals)
- Allotjament tipus apartaments
- Allotjament propi o segona residència
- Allotjament en cases d'amics o familiars
- Un lloc organitzat per plataformes onlie sense pagament (ex. "couch surfing")
- Campings o villages de vacances
- Algun altre tipus d'allotjament



CANALS DE RESERVA

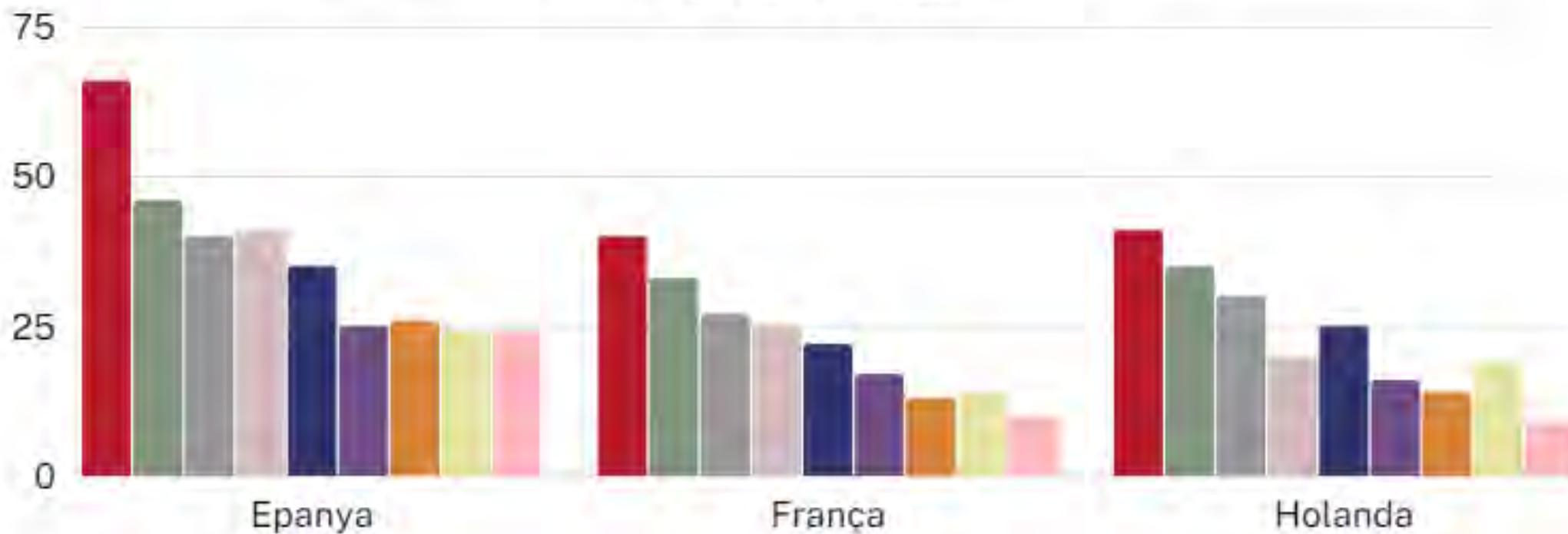


Survey requested by the European Commission. Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, and conducted by the European Agency for Communication.

The European Agency is a joint institution of the European Union. The information and graphics contained in this publication are the property of the Agency.

Flash Eurobarometer 499 - Data: European Public Affairs

- Plataformes online d'allotjaments privats
- Plataformes online de serveis professionals d'allotjament
- Agències de viatge online (combinació serveis)
- Webs dels proveïdors
- Telèfon
- En el mostrador (hotel, avió)
- A través de coneguts
- En la destinació
- Un altre mètode



FONTS D'INFORMACIÓ



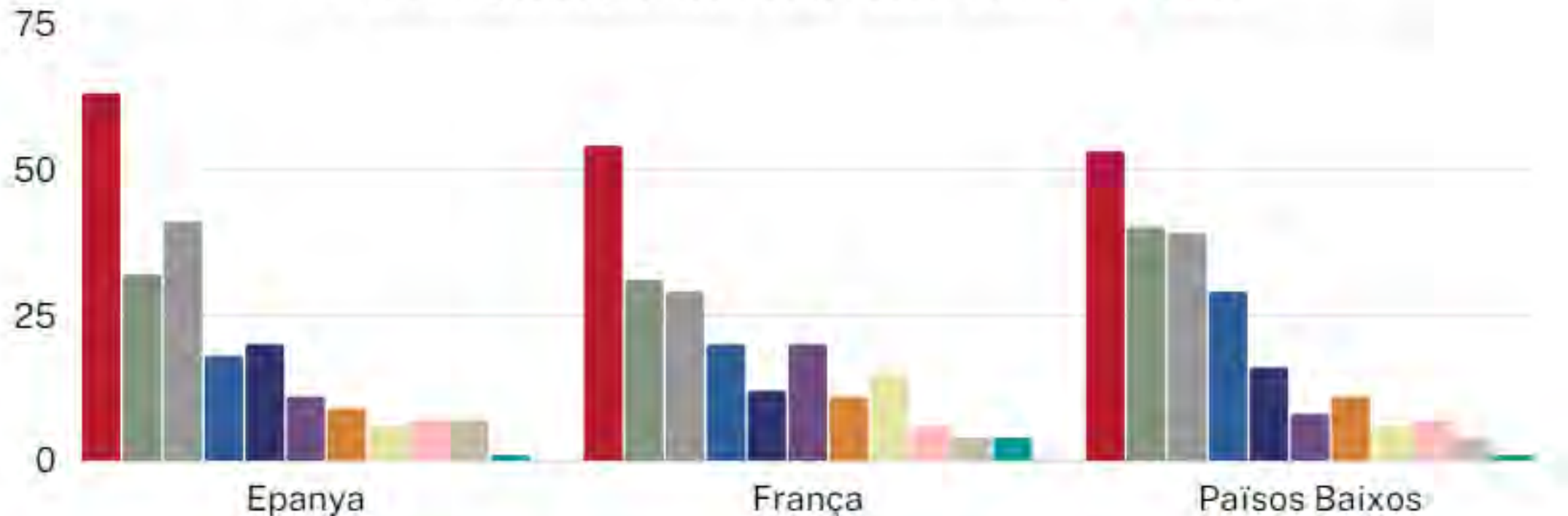
Flash Eurobarometer 499
Attitudes of Europeans towards tourism
Report

Period:
October 2021
Interviews:
November 2021

Survey prepared by the European Commission Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, and conducted by the European Agency for the Environment

This document does not represent the point of view of the European Commission. The information and opinions contained in it are only those of the authors.
Flash Eurobarometer 499 - Survey European Public Affairs

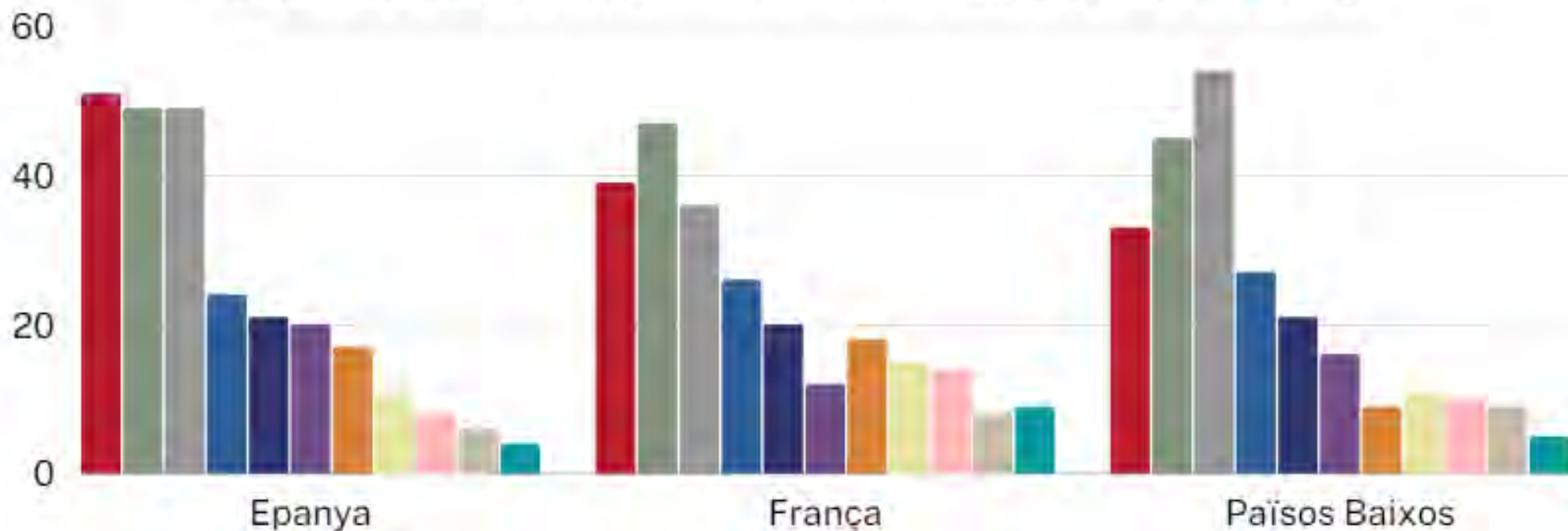
- Recomanacions amics i familiars
- Experiència personal
- Websites amb opinions i puntuacions dels viatgers
- Website o xarxes socials del proveïdor
- Informació de les agències de viatge
- Informació de les OIT
- Premsa, ràdio, TV
- Guies turístiques i revistes de pagament
- Influencers i bloggers online
- Campanyes de promocio de les destinacions
- Altres



PRINCIPALS MOTIUS EN LA TRIA DE LA DESTINACIÓ



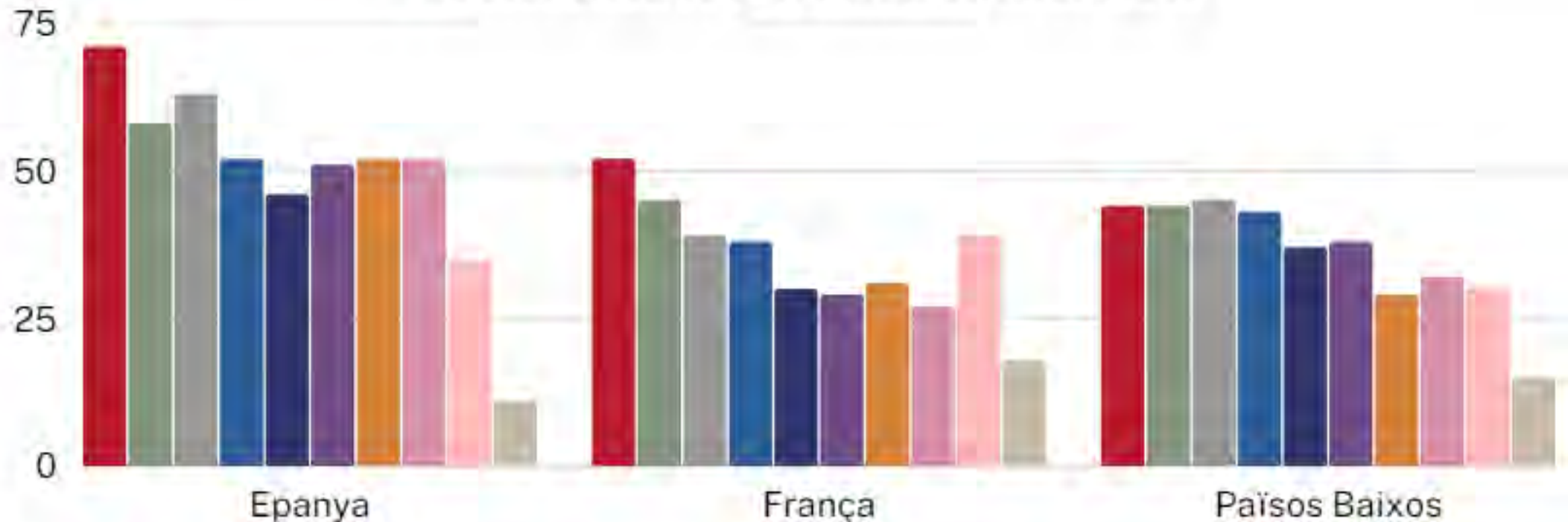
- Recursos culturals
- Entorn natural
- Preu total del viatge
- Activitats disponibles en la destinació
- Accessibilitat serveis i activitats per tothom
- Informació clara sobre seguretat i salut
- Destins que promouen pràctiques ecofriendly
- Destins que es pot arribar en un baix impacte de transport
- Població local involucrada en les activitats
- Certificacions en sostenibilitat del destí o els proveïdors
- Altres



CANVIS EN ELS HÀBITS DE VIATGE PER SER MÉS SOSTENIBLES

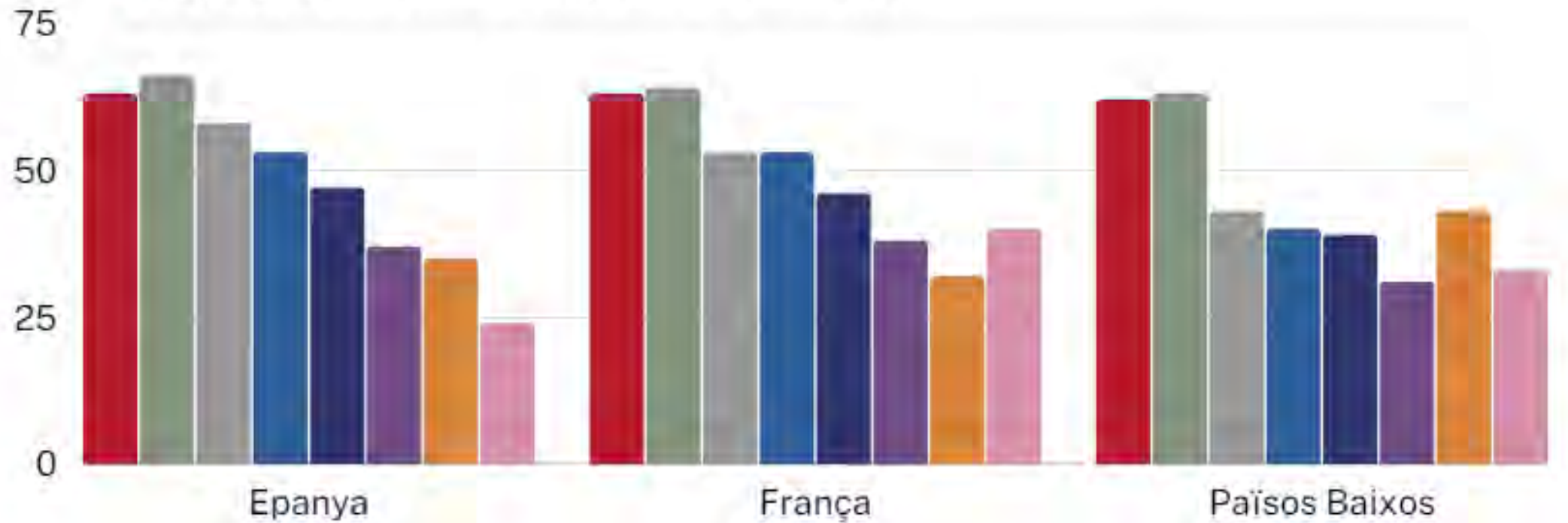


- Consumir productes locals
- Reduir el malbaratament durant les vacances
- Fer vacances fora de temporada
- Viatjar a destins menys turístics
- Escollir opcions de transport amb menys impacte ecològic
 - Pagar més per protegir els espais naturals
 - Reduir l'ús d'aigua durant les vacances
 - Contribuir a les activitats lliures de carboni
 - Pagar més per beneficiar a la comunitat local
- No estic preparat/a per canviar els meus hàbits



FACILITAT EN TROBAR INFORMACIÓ VERÍDICA*

- Destins o activitats apropiades per infants
- Com participar en activitats locals autèntiques
- Trobar restaurants que ofereixin productes locals
- Activitats Eco-friendly en la destinació
- Certificacions de sostenibilitat en els allotjaments
- Compromís de sostenibilitat en els destins
- Accessibilitat de la destinació per persones amb discapacitat o mobilitat reduïda
- Petjada de carboni de les opcions de transport



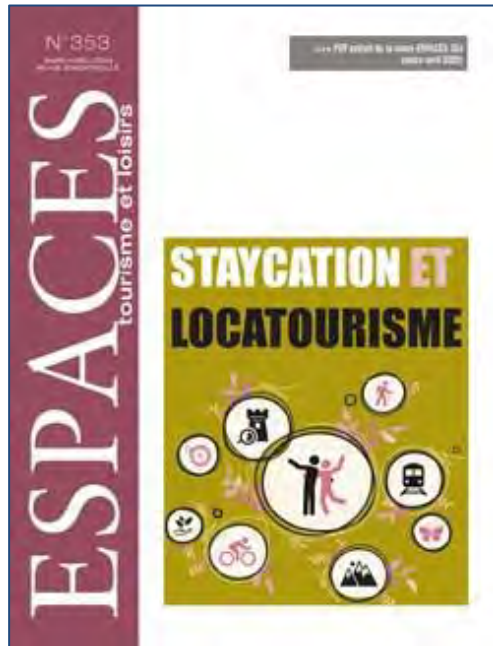
*% en fàcil



TURISME DE PROXIMITAT

Vacances que fas a casa o prop de casa enlloc de desplaçar-se a altres llocs.

Moviment que sorgeix de la crisi econòmica i de fomentar el consum de producte local.



Staycation: Slow And Sustainable Touristic Movement With Many Benefits

LOCATOURISME VIATGES KM0

Turisme de proximitat



1. Incorporar els criteris de sostenibilitat en les polítiques de turisme
2. Promoure el turisme de proximitat com a objectiu de país
3. Augmentar la qualificació dels negocis turístics i substituir els llocs de treball precaris per ocupació de qualitat
4. Ordenar l'activitat turística per combatre la massificació
5. Crear una taula unitària per a la gestió de Catalunya com a destinació

<http://manifest.descobrir.cat/>

Turisme de proximitat



Què és vanwoow?

1a

Plataforma Social i Co-laborativa de turisme responsable i sostenible que dinamitza municipis contra la despoblació.



Una nova alternativa per al turisme itinerant amb centenars de pernòctes i experiències amb un objectiu social.



Cooperativa sense ànim de lucre on es fomenta la participació i decisió a través de la plataforma. Vanwoow és també TEU.



<https://vanwoow.es/ca>

Microaventures

QUÈ SÓN LES MICROAVENTURES?

- De **curta durada**. Pot durar un cap de setmana o només unes hores.
- **Senzill** de fer. No requereix cap experiència ni equipament especial.
- **Econòmic**. Perquè microaventura rima (en francès) amb curta durada i senzillesa, per tant les despeses són menors.
- **Respectuós** amb el medi ambient. La micro-aventura és un concepte que pretén ser sostenible

Alastair Humpreys

<https://www.youtube.com/watch?v=vwHwXld0pxE>



<https://www.avoriaz.com/microaventures/>

Las microaventuras: ¿una tendencia turística sostenible?

31/03/2019 by Isabelle Rohan — Deja tu comentario



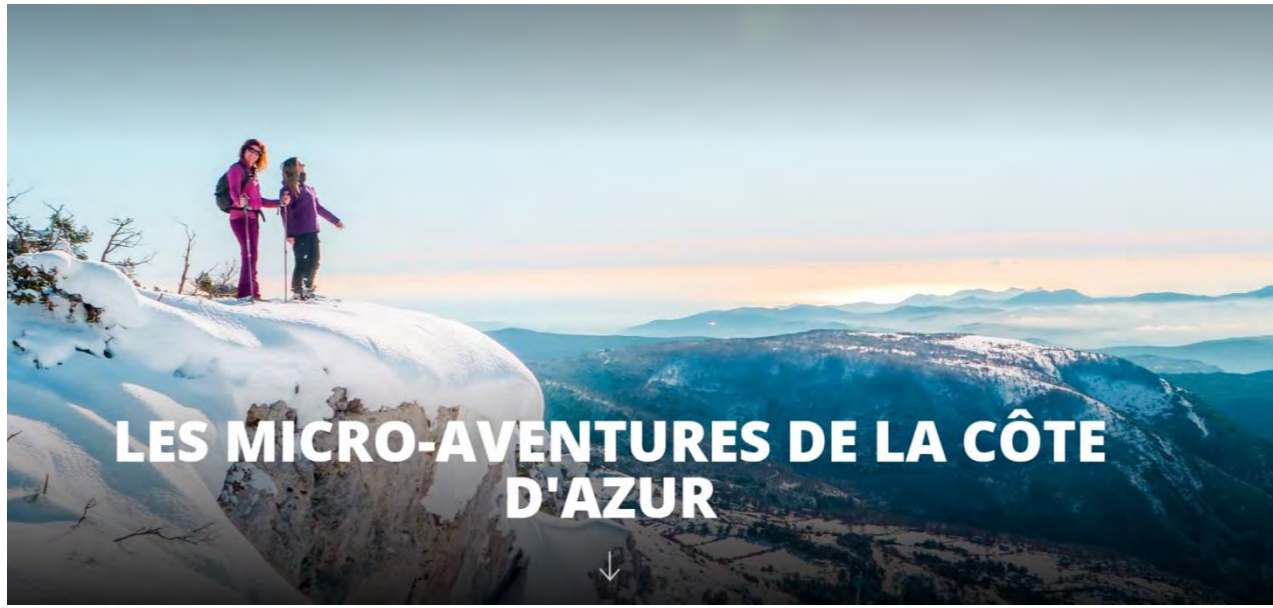
También conocidas como "aventuras moderadas" (*soft adventure*), las **microaventuras** se caracterizan por estancias de **corta duración** con la práctica de **actividades de bajo riesgo** y que requieren poco entrenamiento, experiencia y equipo como senderismo, bici, natación, tirolesa o rapel a **un nivel principiante o amateur en espacios naturales**.^[1]

<https://www.travindy.com/es/2019/03/las-microaventuras-una-tendencia-turistica-sostenible/>

DEPORTE DE AVENTURA >

Microaventuras, la última tendencia

¿No puede permitirse dar la vuelta al mundo? Sin problemas, el miércoles por noche saldrá a vivir una aventura y llegará como nuevo a su oficina el jueves por la mañana



60 résultats

Le plus grand choix pour préparer votre séjour

LISTE

CARTE



Rêver dans une roulotte éco-responsable au cœur du parc naturel des préalpes

Coursegoules



Découvrir les différents métiers d'art au cœur du Vieil Antibes

Antibes



Randonner au cœur des Mimosas

Mandelieu-la-Napoule



Explorer le cosmos sans quitter la terre! Balade immersive sous les étoiles

Saint-Vallier-de-Thiery



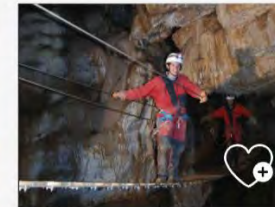
Rando Zen & Bien-être au cœur du Parc national du Mercantour

Saint-Étienne-de-Tinée



Rando Apéro

Mandelieu-la-Napoule



Balade dans le monde souterrain en technique via ferrata

Caille



Plongez au cœur de la vie sauvage - Réserve des Monts d'Azur

Andon



Tester son âme d'aventurier sur le site nordique d'Estenc

Entraunes



Raquettes gourmandes

Moulinet



Dormir dans une ancienne chapelle

Grasse



Confectionner son bouquet de violettes

Tourrettes-sur-Loup

<https://cotedazurfrance.fr/decouvrir/ecotourisme/microaventures/>

Touoperadors i Plataformes de comercialització



3 països

**22
operadors**

**4
plataformes**

**20
productes**

Què podem extreure de les pàgines web dels operadors

- El 50% parlen sobre sostenibilitat (especialment França i Països Baixos). Els operadors espanyols i catalans en fan menys comunicació.
- D'aquest 50%, el 80% tenen un aparta exclusiu sobre Sostenibilitat o Turisme Responsable.
- Creació de paquets que incorporin turisme regeneratiu.
- Visitor's payback i economia circular.
- Molta col·laboració i treball en l'economia local.
- Compensació de les emissions en projectes concrets.
- Col·laboració amb ONG, com per exemple Bicicletes sense fronteres.
- El bien-être ja s'imposa a tot arreu, també en els touoperadors d'actiu.
- Dels 11 operadors estrangers, 5 no ofereixen producte a Catalunya i tres tenen molt poca oferta.



RANDONNÉE

Voyagez sur les sentiers en randonnée pédestre pour une déconnexion complète.



VÉLO

Pédalez pour découvrir de nouveaux horizons de manière écologique.



TRAIL

Courez en pleine nature pour mixer votre passion au voyage et aux vacances.



BIEN-ÊTRE

Spa, remise en forme, balnéothérapie, yoga sont alliés à la marche pour des séjours détente.



MARCHE NORDIQUE

Sport santé par excellence la marche nordique est une discipline tonifiante.



VOYAGES NATURE

Une formule inédite qui mixe visites, détente et rando basée dans des hébergements cosy.



RAQUETTES

Nos séjours à raquettes sont des expériences uniques.



MULTI-ACTIVITÉS

Variez les plaisirs et découvertes avec des circuits pluridisciplinaires.



À PIED ▾

À VÉLO ▾

SELON VOS ENVIES ▾

DÉCOUVRIR LA BALAGUÈRE ▾

Le Mag

Accueil > Une entreprise citoyenne engagée pour un Tourisme Responsable

Une entreprise citoyenne engagée pour un Tourisme Responsable

ENGAGÉE DANS LE DÉVELOPPEMENT LOCAL

Spécialiste de la **randonnée dans les Pyrénées**, **la Balaguère est très fortement engagée dans le développement durable de ce territoire**. Acteur reconnu et impliqué, nous intervenons à différents niveaux de la vie locale et régionale :

En tant qu'agent économique bien sûr, car le tourisme que nous développons est solidaire et concerne beaucoup d'autres acteurs : accompagnateurs, commerçants, hébergeurs, transporteurs, etc...

Nous jouons également un rôle d'animation, de formation, un rôle social, en participant à la vie locale, dans notre vallée, dans notre département et surtout à l'échelle du massif pyrénéen. Il nous arrive même parfois d'intervenir à notre façon dans **la vie "politique"** en siégeant à différentes instances pyrénéennes.

Mais le rôle majeur de La Balaguère dans les Pyrénées, et celui qui a le plus d'impact, c'est surtout celui **d'initier et de réaliser des projets, des regroupements, des événements, dont Eldorado, le festival International de la randonnée**.

En savoir plus

Le bilan carbone de La Balaguère

Nos actions concrètes

Le prix de nos voyages

Nos 10 engagements

Esprit Parc National

<https://www.labalaguere.com/>

8 BONNES RAISONS DE FAIRE UN VOYAGE SUR MESURE AVEC AMPLITUDES



CONSEIL

Un conseiller expert
de votre destination dédié à votre voyage pour vous inspirer et vous guider



TEMPS

Un gain de temps
vous nous déléguez, autant que vous le souhaitez, la composition et la réservation de votre voyage



EXCLUSIVITÉ

Un voyage unique
afin de répondre à la perfection à votre mode de vie en voyage



ORIGINALITÉ

Des itinéraires originaux
et des expériences exclusives parsemés d'adresses secrètes



SÉCURITÉ

L'assurance
d'un rapatriement sans frais en cas de force majeure



DISPONIBILITÉ

Une disponibilité totale
avec une assistance 24/24h et 7/7j



PRIX

Un prix sans surprise
et garanti à la réservation



QUALITÉ

Des prestations irréprochables
avec des partenaires locaux engagés dans une charte de qualité et de sécurité

Amplitudes est une agence de voyage française qui dispose d'une responsabilité civile couvrant les dommages jusqu'à 10.826.000 euros



Contactez-moi



Toulouse : +33 5 67 31 70 00



Prendre rendez-vous



DEMANDER UN DEVIS

<https://www.amplitudes.com/>

Pasar la noche en una casa del árbol en Costa Rica

disfrútele!

¿También dormir sostenible en Jordania?

Pase la noche en nuestro lodge en la jungla



Actividades que tienen un impacto inmediato



Verken Marrakech op de fiets



Maak kennis met de Xhosa-bevolking in Zuid-Afrika



Maak de Annapurna Eco Trek in Nepal



Logeer bij de Struisvogelboer in Zuid-Afrika

S-CAPE
TRAVEL

Corona update

Este año, puedes escaparte o **ESCAPAR!**

buscar...

Llámenos para reservar o solicitar información +34 985 846455

HOME DESTINOS TIPO DE VIAJE SOBRE NUESTROS VIAJES QUIENES SOMOS

Ver mapa

Sueña de noche,
Viaja de día

¿ENCUENTRA un viaje a tu medida!

¿Dónde? ▾

¿Duración? ▾

¿Actividad? ▾

¿Nivel de dificultad? ▾

¿Cuándo? ▾

BUSCAR VIAJES (136) >

Chatear ahora

Quienes somos

S-cape Travel diseña y organiza viajes de senderismo, ciclismo, cultura y gastronomía en España, Francia, Grecia, Italia y otros países de Europa. Somos especialistas en programas autoguiados, viajes guiados en grupo, paquetes para familias y viajes a medida. En la elaboración de nuestros programas nos gusta cuidar de todos los detalles, incluyendo buena gastronomía, alojamientos de calidad, espacios protegidos y destinos de gran belleza e interés cultural.

<https://www.s-cape.es/sobre-nosotros>

ACTIVITATS

ALLOTJAMENTS

PAQUETS

ESDEVENIMENTS

RESTAURANTS

Indret del Pallars

[Qualsevol lloc]

Tipus

Seleccionar tipus d'activitat

Data d'entrada

13/12/2021

Data de sortida

13/12/2021

Núm. de Persones

2 adult(s)

0 nen(s)



Cercar

Tardor, hivern...QUÈ HI FAS AL PALLARS?

Benvinguts a **Pallars Click** fruit de la iniciativa d'emprenedors locals.

El Pallars és una terra acollidora i tranquil·la, on s'hi menja bé, es descansa i es gaudeix de la seva bellesa arquitectònica i paisatgística.

Una terra que convida a l'esport i l'aventura a la descoberta permanent.

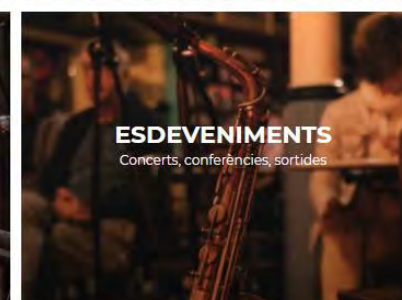
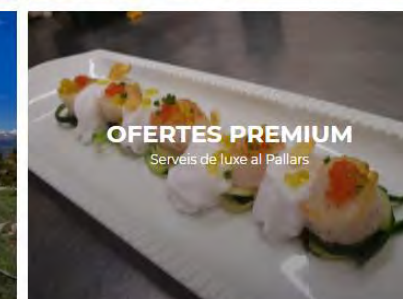
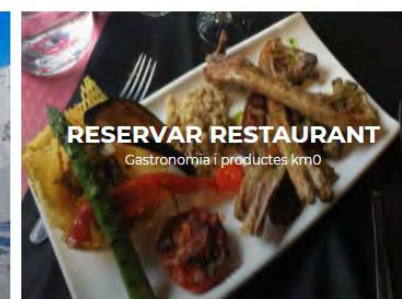
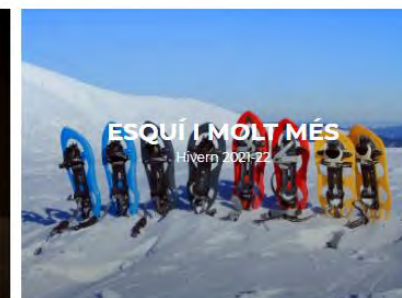
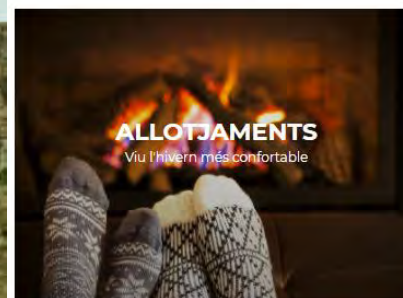
Crea les teves vacances com si fos música. Tria el teu ritme. Dibuixa els colors i la paleta.

I deixa't portar pel Pallars que millor et sembli.

Troba fàcilment **disponibilitat i fes la teva reserva online**, a qualsevol hora i des d'on vulguis.

La teva porta a les emocions i experiències del Pallars

La teva porta a les emocions i experiències del Pallars





Explora y descubre el mundo

Como agencia receptiva organizamos viajes activos de senderismo, bicicleta, gastronomía y fotografía para grupos pequeños. Trabajamos con tour operadores y clientes privados diseñando viajes para acercarte al máximo a la gente local, de distintas culturas y con los paisajes más atractivos.

"Nos apasiona lo que hacemos y nos encanta compartir esta pasión con nuestros clientes."

Martin Müller

Tours destacados:



Barcelona – Desde el Mar

📍 Cataluña, España



Lanzarote y Fuerteventura – en bicicleta

📍 España, Lanzarote

8 días



Mallorca – en bicicleta

📍 España, Mallorca

8 días



Vino, Caminatas y Tapas en el País Vasco y La Rioja

📍 España

8 días

<https://www.naturbike.com/es/>



Un matí fent de pastor a Cal Serrats. Les ovelles us esperen!

12,00€



Estada familiar a la casa de colònies
Can Bajona · 4pax

144,80€



Experiència apiturística i taller
d'espelmes (preu per infants)

11,00€



Escalfa motors i mou-te en
autocaravana amb la família · 4pax

390,00€



<https://www.fentpais.cat/familia/>

Offrez une carte cadeau valable sur tous les ateliers en un éclair [ici](#)



LES ATELIERS ▾

BON CADEAU ▾

ENTREPRISES ▾

À PROPOS ▾

 Idées cadeaux



PLONGEZ DANS NOS SAVOIR-FAIRE

LA TÊTE LA PREMIÈRE, SUIVEZ VOS ENVIES (ET VOS RÊVES).



<https://wecandoo.fr/>

**Anàlisi dels productes:
nous aspectes a tenir en compte**



3 països

**22
operadors**

**4
plataformes**

**20
productes**

Què podem extreure dels productes

Nous aspectes tenir en compte

Paisatges naturals ben conservats

Sovint, això és més important que el nivell de les instal·lacions. Agraden els atractius naturals com cascades, parcs naturals i reserves.

Consells:

- Destacar els atractius naturals singulars de la zona en les accions de màrqueting.
- Mantenir la qualitat del vostre entorn: és essencial per a la destinació, així com per a la sostenibilitat.
- Donar informació als clients sobre com actuar de manera responsable amb l'entorn



Nous aspectes tenir en compte

Sostenibilitat

Es preocupen per l'impacte del turisme sobre el medi ambient

Consells:

- *Mostrar què fa la vostra comunitat amb els diners que obté del turisme. Per exemple, invertint en projectes de conservació i educació o en la creació de llocs de treball.*
- *Incorporar pràctiques sostenibles i respectuoses amb el medi ambient, com ara: aixetes i dutxes d'estalvi d'aigua, estalvi i ús d'energies alternatives, productes locals ...*



Nous aspectes tenir en compte

Turisme “slow”

Forma de vida “Slow” ...



Una oportunitat d'explorar i interactuar amb paratges naturals, oberts i feréstecs ..

De viatjar per paisatges impressionants a un ritme més lent i immersiu.
Creant records a través d'experiències enriquidores invertint prou temps en el lloc,
les seves tradicions i els seus residents.

Lliurant-se a la força de l'entorn reflexionant, re connectant i apropant-se a la natura.

Turisme “slow”

Turisme de masses	Slow Tourism
Desplaçament ràpid	Desplaçament pausat
L'avió és el principal mitjà de transport, sobretot en xàrter	Utilització de mitjans alternatius de transport, sobretot tren i bus
Transport que genera altes emissions de diòxid de carboni	Transport que genera baixes emissions de diòxid de carboni
Velocitat	Ritme lent
El viatge coincideix amb el desplaçament	El desplaçament és part del viatge
Visita a molts llocs d'interès	Percepció del caràcter local dels llocs visitats
Quantificació dels llocs visitats	Qualificació de l'experiència turística – maximitzant el gaudi de la destinació
Turista passiu	Turista actiu
Experiències “stàndard”	Experiències autèntiques
Gastronomia “stàndard” (tipus càtering)	Gastronomia local i tradicional
Relació impersonal i poc contacte amb el lloc visitat i els seus residents	Contacte substancial i comunicació real amb la destinació i els seus residents
Allotjament en grans hotels i <i>resorts</i>	Allotjament en establiments petits
Opcions per grups, manca de flexibilitat	Opcions individualitzades, flexibilitat
Omnipresència de les tecnologies de la comunicació durant les vacances. Permanentment connectat	Deixar de banda les tecnologies de la comunicació durant les vacances
Contacte permanent amb la feina habitual	Desconnexió laboral

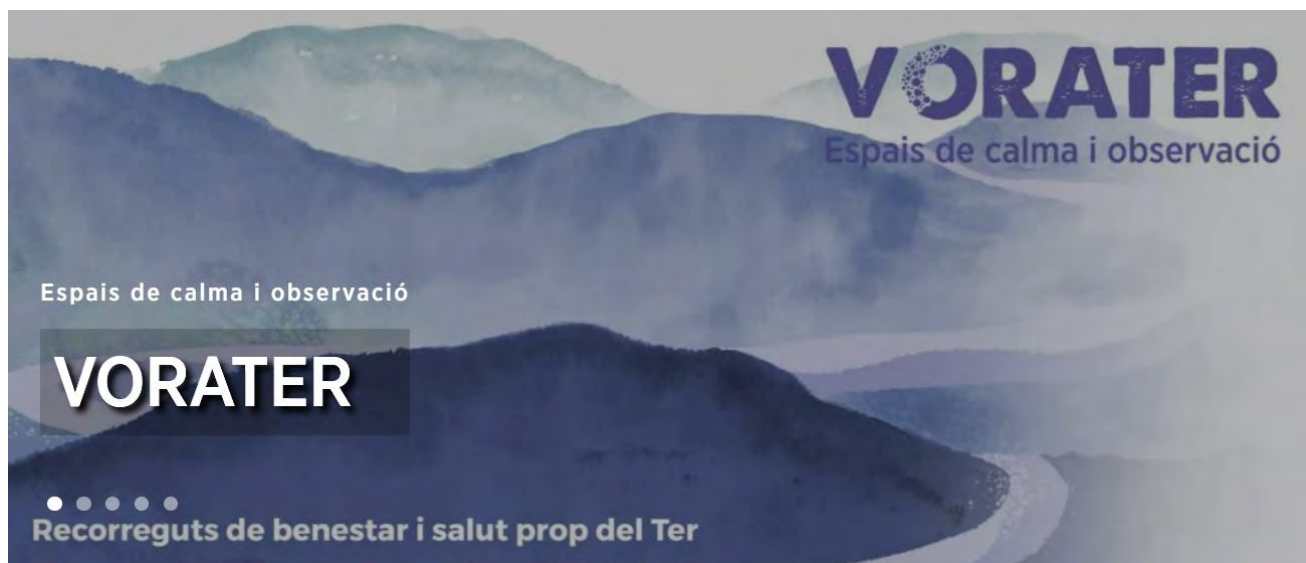
Nous aspectes tenir en compte

Nous conceptes: turisme slow i benestar i salut

Consells:

- *Combinar activitats de turisme actiu o tipus cultural, rutes de senderisme, gastronomia o altres activitats pròpies del territori, amb propostes de benestar i salut.*
- *Involucrar la comunitat local i els valors culturals en les propostes, per exemple amb visites a artesans, comunitats locals, festivitats...*

<https://ripollesturisme.cat/que-fer-al-ripolles/vorater/>



Nous aspectes tenir en compte

Allotjament autèntic

Per a la majoria dels viatgers europeus, l'autenticitat és més important que el luxe. Els agraden allotjaments singulars, petits, gestionats per gent local i preferiblement integrats en la natura i la cultura del llocs.

Consells:

- *Donar als establiments d'allotjament el look de la zona.*
- *Destacar els elements autèntics de l'allotjament en el vostre màrqueting.*
- *Per atraure viatgers “eco” i responsables, destacar els elements sostenibles*





L'ESPRIT SITES
& PAYSAGES

NOS CAMPINGS
EN FRANCE

NOS
HÉBERGEMENTS

SÉJOURS
THÉMATIQUES

NOS
OFFRES

CARTE DE
FIDÉLITÉ

Valeurs & engagements

Le camping comme vous l'aimez c'est bien sûr chez nous !

Chez Sites et Paysages nous cultivons la différence depuis maintenant plus de 30 ans et nous sommes la première chaîne de campings nature et famille en France.

Nos 54 campings à taille humaine vous accueillent dans les plus belles régions de France et au plus près des sites naturels.

Partout vous reconnaîtrez ce petit air de famille qui bien que tous différents nous fait nous ressembler et cette même volonté de qualité qui nous tient à cœur.

Le camping comme vous l'aimez ?

L'esprit de la famille Sites et Paysages c'est avant tout :

Le camping comme vous l'aimez ?

100% nature, 100% humain

L'esprit de famille des Campings

Sites & Paysages c'est avant tout :

NOS ENGAGEMENTS

Sites à taille humaine

Identité, indépendance

Terroir & découverte

Espace

Services & équipements de qualité



Partage & passion de sa région

Accueil personnalisé & chaleureux

Ya de la joie & de la bonne humeur !

Simplicité & convivialité

Art de se ressourcer

Générosité

Environnement & écocitoyenneté

Sites exceptionnels & naturels

Nous aspectes tenir en compte

Seguretat

La salut i la seguretat són importants pels viatgers

ADVENTURE TRAVEL COVID-19 HEALTH AND SAFETY GUIDELINES

Consells:

- *Prestar atenció a les mesures de seguretat.*
- *Per exemple, els agents turístics haurien de verificar regularment vehicles i equips.*
- *Treballar amb guies experimentats que coneguin bé la vostra àrea.*
- *Els establiments d'allotjament haurien de disposar de mesures de seguretat*



Flexibilitat

Els viatgers busquen, cada cop més, experiències de vacances individuals. Exigeixen itineraris més flexibles, que s'adaptin a les seves demandes.

Consells:

- *Ser flexible en l'oferta.*
- *Oferir productes a mida, donant als clients l'opció de construir el seu propi paquet turístic.*



ACCUEIL

NOS CAMPINGS
EN FRANCE

NOS
LOCATIONS

NOS
EMPLACEMENTS



TROUVER UNE
PROMOTION

NOS IDÉES
SÉJOURS

FLOWER
CAMPINGS

CAMPEZ
MALIN !

Confort et Sécurité

Flower s'occupe de tout ! En collaboration avec des médecins toxicologues experts en matière de risques sanitaires, nous avons élaboré une **charte sanitaire**, « **Flower Safe +** ». Ces mesures sanitaires strictes ont pour objectif de vous garantir le plus haut niveau d'exigence concernant les conditions d'accueil et d'hygiène pour vos futurs séjours. Découvrez nos engagements.

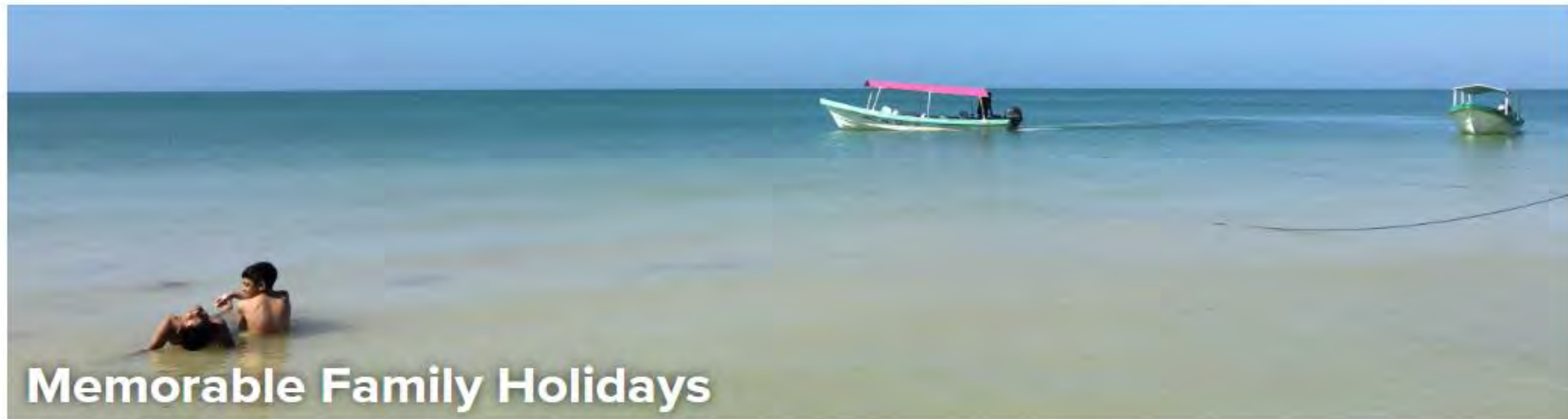
DÉCOUVRIR

<https://www.flowercampings.com/>

Knowledgeable Team of Family Travel Experts

Our [friendly team](#) are highly experienced in designing family holidays and have travelled extensively. We have families ourselves and therefore understand the joys, rewards and (occasional) challenges of travelling with children.

So, whether you're looking to join a group trip with other like-minded families or enjoy a private tailor-made departure, we are here to help you, and offer the benefit of our expertise.



Memorable Family Holidays

Small Group Holidays

We specialise in small group travel for active, adventurous families looking for a memorable experience. The advantages of travelling in a small group are many, including the company of like-minded families and the opportunity of new friends for both you and your children, together with the cost-saving advantages that group travel brings.

Flexible Private & Tailor-made Adventures

If you have the need for more flexibility than one of our scheduled group holidays, we offer private departures which also lend themselves to an extended family group. Whether you wish to upgrade your flights, change your accommodation, add in some extra days, or plan a tailor-made family trip of a lifetime, we have it covered.

Nous aspectes tenir en compte

Turisme Actiu

Agraden els atractius naturals com cascades, parcs naturals i reserves. La majoria de productes són de senderisme i bicicleta, amb un clar augment de les propostes de bicicleta elèctrica.

Consells:

- El bien-être ja s'imposa a tot arreu, també en els operadors d'actiu.
- Incorporar tracks i aplicacions per a les rutes autoguiades.
- Destacar els atractius naturals singulars de la zona en les accions de màrqueting.
- Mantenir la qualitat del vostre entorn: és essencial per a la destinació, així com per a la sostenibilitat.
- Donar informació als clients sobre com actuar de manera responsable amb l'entorn

Nous aspectes tenir en compte

Turisme Enogastronòmic

El turisme enogastronòmic va dirigit a un públic amb poder adquisitiu mitjà-alt. Es tracta d'un públic sènior que s'interessa sobretot per la gastronomia i el vi.

Consells:

- Crear una oferta atractiva pel públic sènior. L'oferta per públic familiar és més reduïda i es centra en activitats on hi participa tota la família.
- Moltes vegades es combina l'enogastronomia amb altres tipus d'activitats, sobretot golf, benestar, senderisme.
- Després del vi, els productes amb més presència a les visites dels tours són la tòfona, el formatge, la xocolata, l'oli d'oliva, la cervesa i els licors.
- Lleida està molt poc representada, al igual que el Pallars Jussà.

Què podem aprendre dels productes dels
"experts"?

ELEMENTS A
ANALITZAR I
COMPARAR

Què podem aprendre dels productes dels experts?

PRESENTACIÓ GENERAL

textos i fotos, distribució a la pàgina, ...



PARAULES CLAU UTILITZADES EN EL TÍTOL I DESCRIPCIONS.

Paisatge, gastronomia, allotjaments, monuments, autenticitat, activitats, ...

- THIS HOLIDAY IN A NUTSHELL
- self-guided, single-centre walk
 - charming country hotel
 - flexible walking options in verdant scenery
 - detailed cultural notes provided
 - hire car included

IMATGE GRÀFICA.

Què mostren les fotos?
Gent, paisatges, activitats.....



FAMILIENREISEN FÜR ABENTEURER

PERFIL DE CLIENTS.

A quin tipus de client s'adreça el producte? Famílies, parelles, senyors, ...

DURADA, TEMPORADA

Quants dies?, Es programa només en uns mesos determinats o en unes dates fixes? Es pernocta en diferents allotjaments?

The Grand Cerdanya & Glacial Lakes
The best of the eastern Pyrenees



PRODUCTE PRINCIPAL. Activitats associades

Gastronomia? Visites a patrimoni, museus, cellers, productors? ...



senderisme, bicicleta, tastets, show cooking,



SOSTENIBILITAT

S'informa sobre consum producte local, productes ecològics, mobilitat en transport públic, compensació CO2, aportacions voluntàries?

OPINIONS DELS VIATGERS

S'ofereix un espai per recollir les opinions dels clients?
Es pot interactuar amb ells?

Avis voyageurs

Notre guide: ★★★★★

"Excellent"
Par France le 10/01/2018
A Sabard, le 10/01/2018, un séjour
exceptionnel avec les habitants du ...

"Excellente découverte"
Par France le 10/01/2018
A Tignes le 10/01/2018, un séjour
exceptionnel avec les habitants du ...

A Tignes le 10/01/2018, un séjour
exceptionnel avec les habitants du ...

DONNER VOTRE AVis!

DECABA

TURISME I DESENVOLUPAMENT LOCAL

GUIÓ PER ANALITZAR PRODUCTES TURÍSTICS

1	Presentació general dels productes	<p>Lletra grossa, petita, moltes fotos, videos...hi ha un apartat de «highlights» o «a destacar»?</p> <p>Com està estructurada la informació? Tot junt, per pestanyes?</p> <p>Es pot descarregar més informació genèrica? Si hi ha una fitxa quina informació es troba.</p>
2	Paraules clau en el títol i en les descripcions	<p>Anotar quines paraules, de què parla en el títol, en el subtítol, ... de la localització? de l'allotjament? de les activitats a fer? del què es pot veure/gaudir? Si es passa per espais protegits?</p>
3	Imatge gràfica. Què mostren les fotos / video	<p>Paisatges, gent fent activitats, pobles amb encant, allotjaments, gastronomia, vi, oli, festes, ...</p>
4	El perfil del client al qual s'adrecen els productes	<p>Ho veiem per les fotos, textos, activitats, en els preus, ...</p> <p>També per la dificultat, com el classifiquen</p>

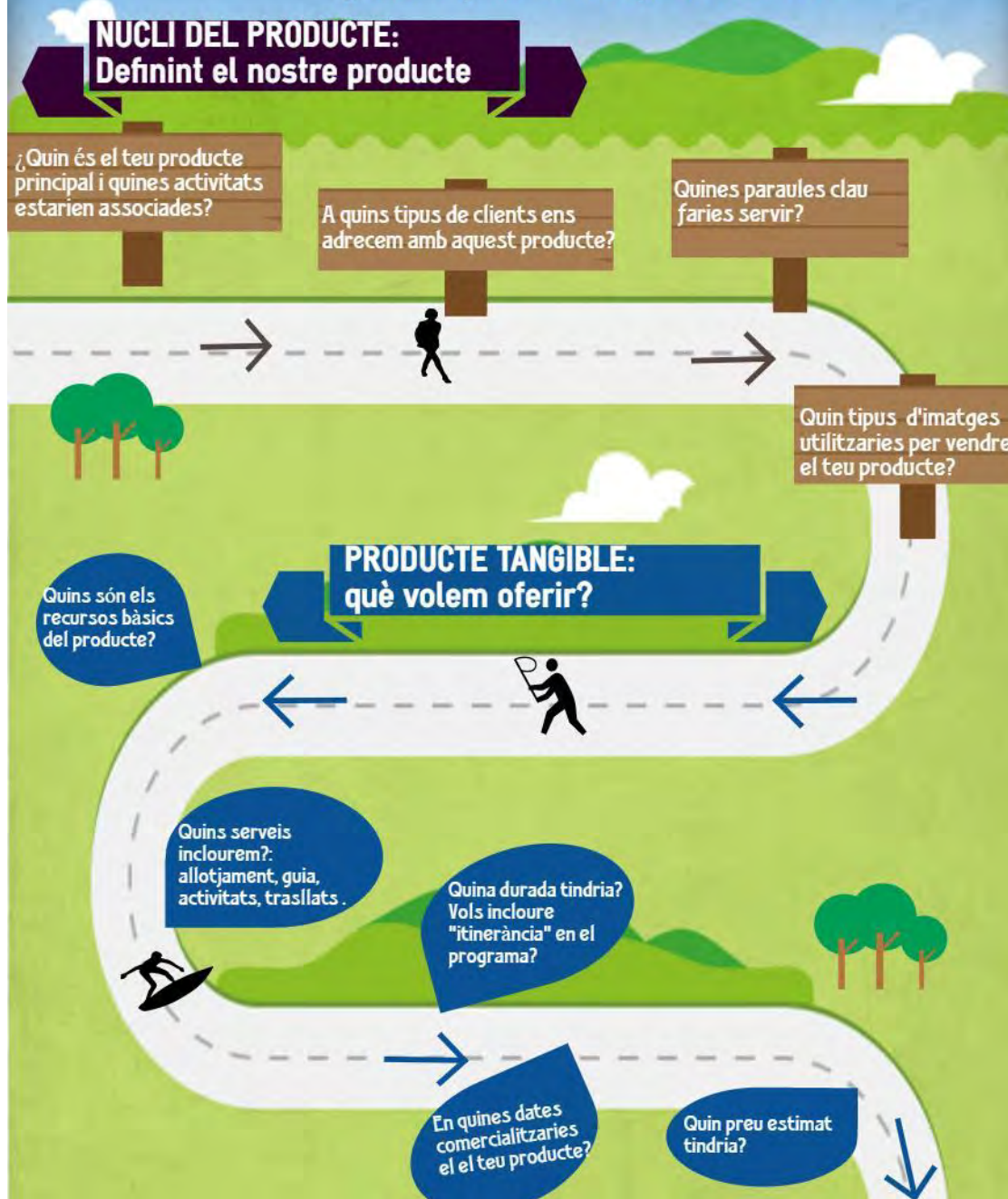
GUIÓ PER ANALITZAR PRODUCTES TURÍSTICS

5	Nombre de nits i la itinerància dels programes	Quantes nits? Són productes des d'un sol establiment, cada quan es canvia, ... S'invita a allargar l'estada en algun dels establiments, o al final de l'estada?
6	La temporada en la què es porta a terme el viatge	En quins mesos/temporades? Hi ha alguna recomanació? És un producte «únic» o es va repetint al llarg de l'any?
7	El producte principal i les activitats associades	Quin tipus de producte? Senderisme, tour en cotxe, a cavall? És un únic producte? Quines altres activitats hi estan associades? Gastronomia, enoturisme, visites a monuments, ... són rellevants?
8	Sostenibilitat	S'informa sobre consum de producte local? Sobre productes ecològics? Mobilitat sostenible? Hi ha compensació del CO2? O revertir part dels ingressos a accions de millora de l'entorn, accions socials, ...? o possibilitat d'aportació voluntària per part dels clients.
9	Opinions dels viatgers	Hi ha un apartat per compartir opinions/fotos? Quin tipus de comentaris es troben? Xarxes socials, videos?

DECABA

TURISME I DESENVOLUPAMENT LOCAL

¿Quins productes podem crear?



QUINS PRODUCTES PODEM CREAR?

- Individual (específic)
Intervé una sola empresa
- Global (integrat)
Intervenen diversos agents



DECABA

TURISME I DESENVOLUPAMENT LOCAL

info@decaba.com | decaba.com



[linkedin.com/company/decaba-turismo-y-desarrollo-local](https://www.linkedin.com/company/decaba-turismo-y-desarrollo-local)



[facebook.com/DECABATurisme](https://www.facebook.com/DECABATurisme)



twitter.com/DECABA_Turisme



Consell Comarcal
del Pallars Jussà



Ajuntament de Tremp



SOC Servei d'Ocupació
de Catalunya



Generalitat
de Catalunya



MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIAL
SERVICIO PÚBLICO
DE EMPLEO ESTATAL
SEPE