



Consell Comarcal del Pallars Jussà



## EL BOUMORT, "LABORATORI" DE NOVES OPORTUNITATS LABORALS VINCULADES A L'ECOTURISME I L'OBSERVACIÓ DE FAUNA SALVATGE



### Acció A2.2. ANÀLISI DE L'OFERTA I LA DEMANDA EN TURISME D'OBSERVACIÓ DE FAUNA SALVATGE

Octubre 2018



"Aquesta acció està subvencionada pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya  
en el marc dels Programes de suport al desenvolupament local"

**EL BOUMORT, "LABORATORI"  
DE NOVES OPORTUNITATS LABORALS  
VINCULADES A L'ECOTURISME I  
L'OBSERVACIÓ DE FAUNA SALVATGE**

ACCIÓ A2.2.

Anàlisi de la demanda  
en turisme d'observació de fauna salvatge

**OCTUBRE 2018**

**Encàrrec**

Consell Comarcal del Pallars Jussà

**Coordinació tècnica**

Josep Capellà, DCB · Turisme i Desenvolupament Local  
Xavier Basora, Espai TReS · Territori i Responsabilitat Social

**Redacció**

Josep Capellà, DCB · Turisme i Desenvolupament Local  
Inma Ballbé, DCB · Turisme i Desenvolupament Local  
Quim Portet, DCB · Turisme i Desenvolupament Local  
Berta Pagès, DCB · Turisme i Desenvolupament Local

**Col·laboració**

Jordi Palau, Reserva Nacional de Caça de Boumort J

**Fotografia portada**

Xavier Basora

## ÍNDEX DE CONTINGUTS

<b>1. La importància del turisme de natura .....</b>	<b>4</b>
1.1. Què entenem per turisme de natura?.....	5
1.2. Una activitat que està creixent als mercats europeus .....	6
<b>2. Principals característiques dels mercats europeus de turisme actiu i de natura .....</b>	<b>8</b>
2.1. Perfil general del turista de natura europeu .....	8
2.2. Particularitats dels mercats analitzats.....	9
2.3. Estudi dels visitants de la R.N.C. de Boumort .....	9
2.4. Tendències que s'estan imposant que tenen una especial rellevància pels mercats de turisme de natura i actiu .....	11
<b>3. Aspectes a tenir en compte per la promoció i comercialització de productes d'observació de fauna .....</b>	<b>13</b>
3.1. Definició del producte.....	13
3.2. Perfil del visitant .....	14
3.3. Requisits a tenir en compte a l'hora de preparar productes adreçades a aquests mercats .....	16
<b>4. Exemples de productes de turisme d'observació de fauna.....</b>	<b>20</b>
4.1. Metodologia d'anàlisi dels productes .....	20
4.2. Productes analitzats .....	22
4.3. Anàlisi de productes: Similituds i diferències amb la Reserva de Boumort.....	25

## ANNEX. FITXES D'OPERADORS I PRODUCTES ANALITZATS

## 1. LA IMPORTÀNCIA DEL TURISME DE NATURA

---

El gaudi de la natura i dels paisatges és el primer motiu de viatge a nivell mundial, i segons [CBI](#), el turisme de natura constitueix el 20% dels viatges internacionals i es centra principalment en:

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

Inclou un ampli ventall d'activitats de baixa intensitat com ara visites a espais naturals, senderisme/muntanyisme, passejades en diferents tipus d'embarcacions, acampada, cabanes al bosc, etc.

Per comprendre l'impacte econòmic que té aquest tipus d'activitat és interessant fer referència a l'estudi publicat el febrer del 2015 a la revista científica PLOS Biology promogut per WWF (World Wildlife Fund) i realitzat per investigadors de les universitats de Princeton (USA) i Cambridge (Regne Unit), amb el títol de "Walk on the Wild Side: Estimating the Global Magnitude of Visits to Protected Area". [link](#)

Segons aquest estudi, el gaudi de la natura sobretot en àrees protegides, s'ha reconegut com el servei cultural ecosistèmic més rellevant, però tot i la seva magnitud global i importància econòmica no acaba de tenir el reconeixement que es mereix. L'estudi es basa en la recopilació durant 10 anys (1996 a 2007) de dades de 556 parcs o espais naturals protegits d'arreu del món. A partir d'aquestes dades es va fer una extrapolació pel conjunt d'espais protegits a nivell mundial (94.238 espais sense comptar els situats a l'Antàrtic, reserves oceàniques, espais molt petits o alguns en què no està permesa l'entrada de visitants).

Les dades són concloents. Els parcs naturals de tot el món reben aproximadament 8 mil milions de visitants anuals, dels quals 3,8 mil milions als espais europeus i 3,3 mil als de Nord-Amèrica. Aquestes visites generen un impacte econòmic de 600 mil milions de dòlars l'any, però només es destinen 10 mil milions a assegurar-ne la seva protecció.

Les conclusions dels autors són que la inversió destinada a la conservació és totalment insuficient. És a dir, aquesta inversió insuficient en la conservació dels espais significa un risc econòmic molt important.

En aquesta mateixa línia, la [UICN](#) ha demostrat que augmentar el nombre de visitants a àrees protegides pot ser una eina eficaç per millorar l'administració, els ingressos i el desenvolupament de les comunitats que hi viuen, sempre que hi hagi sistemes de gestió que funcionin correctament.

Segons l'estudi Global Report on Adventure Tourism [link](#), editat conjuntament per l'Organització Mundial del Turisme i ATTA (Adventure Travel and Trade Association, organització que agrupa més de 1000 empreses de tot el món):

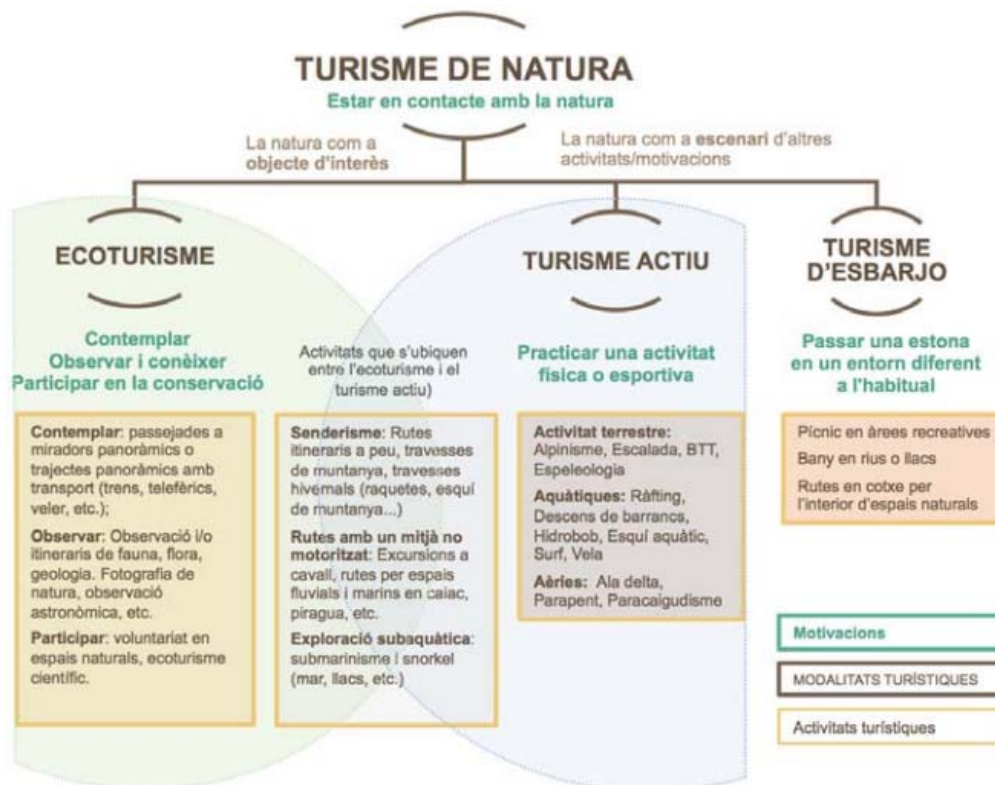
- El **turisme d'aventura ha crescut de forma exponencial** i ja representa el 20% del total de viatges internacionals (i continua creixent).

- 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.**
- **El màrqueting va en 3 direccions:** operadors especialitzats, resta d'empreses del sector i client final.

### 1.1. Què entenem per turisme de natura?

Segons el Pla de Foment del turisme de natura als espais naturals protegits [link](#) és aquella modalitat de turisme que té per motivació general estar en contacte amb la natura, i utilitzen el medi amb finalitats i motivacions diverses:

- Per a la realització d'activitats físiques i esportives (turisme actiu i d'aventura)
- Per gaudir, observar i conèixer els valors i recursos propis dels espais naturals com la fauna, la flora, els hàbitats, els paisatges (ecoturisme).
- Per relaxar-se gaudint d'uns espais i paisatges de qualitat (turisme d'esbarjo)



Cal tenir present, però, que el perfil del turisme de natura va evolucionant i creix l'interès per la descoberta global dels entorns dels espais que es visiten, seguint les tendències i l'evolució del turisme actiu/d'aventura que la [AITA](#) defineix.

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

- **Activitat física** de baixa o alta intensitat.
- **Entorn** que permet la interacció amb la **natura**.
- **Immersió cultural** i/o aprenentatge.

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

Els viatges poden incloure activitats molt diverses, des d'activitats físiques molt extremes com escalada, trekking o espeleologia, fins a d'altres més suaus com senderisme, bicicleta, caiac, observació del medi marí, etc. fins a activitats d'aprenentatge com educació ambiental, cursos o participació en activitats culturals i festives. Aquestes últimes estan més interrelacionades amb el tercer element d'immersió cultural.

Dins aquest component cultural, la gastronomia i el producte local hi juga un paper cada vegada més predominant. Així en un estudi realitzat per aquesta mateixa associació, [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.

## 1.2. Una activitat que està creixent als mercats europeus

Arreu d'Europa l'interès per aquest tipus d'activitat augmenta segons els estudis de comportament vacacional que periòdicament realitza la Comissió Europea – Eurobaròmetre.

Les visites a amics i familiars i el turisme de natura continuen com a 2n i 3r motiu per a l'elecció del destí, malgrat que a països com Holanda els entorns naturals són ja el 1r motiu d'elecció.

### Motius per anar de vacances

Mercado	Sol y playa	Visita familia y amigos	Naturalidad: montaña, lago, entorno natural	Ciudades	Cultura	Bienestar: Balneario, Salud	Actividades relacionadas con el deporte	Eventos deportivos, festivales
España	37%	40%	23%	21%	29%	6%	5%	7%
Francia	40%	48%	37%	31%	31%	16%	14%	9%
Reino Unido	44%	45%	23%	22%	26%	7%	10%	13%
Holanda	39%	28%	50%	26%	39%	3%	16%	9%
Bélgica	44%	35%	41%	30%	34%	12%	21%	10%
<b>Total UE</b>	<b>39%</b>	<b>38%</b>	<b>31%</b>	<b>27%</b>	<b>26%</b>	<b>13%</b>	<b>12%</b>	<b>9%</b>

La última edició es va realitzar el 2016 per l'empresa TNS Political & Social Network a partir de més de 30.000 entrevistes telefòniques (per mòbil i fix) a residents en 28 països de la Unió Europea i a d'altres 5 no membres, que van sortir de viatge com a mínim una nit per motiu de vacances.

Entre els principals països emissors de turisme cap a Catalunya, la motivació per les activitats de natura és la següent: Holanda (50% de respostes), Bèlgica (41%), França (37%), Alemanya (30%), i Regne Unit i Espanya (23%).

## 2. PRINCIPALS CARACTERÍSTIQUES DELS MERCATS EUROPEUS DE TURISME ACTIU I DE NATURA

---

### 2.1. Perfil general del turista de natura europeu

Segons [CBI](#), plataforma d'intel·ligència de mercat del Ministeri d'Assumptes Exteriors d'Holanda, destaca les següents característiques:

- 52% dones d'entre 41 i 60 anys.
- Moltes famílies amb fills menors de 18 anys.
- Nivell socioeconòmic alt.
- Sovint busquen poder fer activitats en família, incloent fins a 3 generacions.
- Habitualment són grups reduïts. En el cas dels viatges de senderisme, els grups solen ser d'entre 12 i 16 persones.
- Es busquen experiències autèntiques, a la vegada que connectar amb la població local del lloc que es visita.
- Les famílies busquen experiències que els permetin evadir-se del dia a dia.
- Senderisme, ciclisme (en les diverses modalitats) i activitats nàutiques són les més demandades i amb un major potencial de desenvolupament.
- La qualitat del medi natural és el factor principal per a escollir el destí de les vacances.
- Utilització massiva d'internet i les xarxes socials.
- Increment de la qualitat de l'allotjament i els serveis.
- Creixement de la oferta amb destins emergents.
- Tendència a realitzar més viatges de curta durada o "short breaks".
- Major sensibilitat en relació al medi ambient. Es busquen empreses "responsables".
- Augment de la professionalitat de les empreses proveïdores de serveis.
- Aparició de cobertures de assegurances més complertes i accessibles per a un públic no professional de l'esport.
- Els proveïdors no sols ofereixen "aventura", també afegeixen "experiències".
- El futur passa per combinar diverses activitats en un mateix viatge: gastronomia, enoturisme, patrimoni cultural, artesanía...



## 2.2. Particularitats dels mercats analitzats

### Mercat francès

Persones d'entre 46 i 65 anys, en la mateixa proporció entre homes i dones, amb un poder adquisitiu mig-alt. Augmenta el nombre de famílies interessades en el turisme actiu i de natura.

### Mercat britànic

Públic format principalment per parelles d'entre 30 i 55 anys, nivell sociocultural i econòmic mig-alt. El nombre de famílies interessades en el turisme actiu augmenten. Els productes han de ser atractius tant pels adults com pels nens.

### Mercat holandès

Preferència per les activitats de trekking, BTT i rafting. Parelles d'entre 35 i 55 anys, amb educació superior i poder adquisitiu mig-alt. Tot i això, existeix una demanda creixent de viatges d'aventura per realitzar en família, amb integrants de totes les edats.

### Mercat espanyol

Segons les dades de l'Observatorio del Ecoturismo de maig de 2018, el perfil del viatger d'ecoturisme té entre 35 i 49 anys i té estudis superiors. Viatja amb la parella i un 30% amb nens, en cotxe propi. Un 80% viatja més de 2 vegades l'any a espais naturals. També és molt alt el percentatge que contracten serveis de guiatge, però només un 5% de forma habitual i un 20% amb certa regularitat. Un 50% realitza despeses relacionades amb l'observació de la natura. A part de l'allotjament, la major part gasten menys de 60€/persona mentre que un 5% del total realitza activitats amb preus/persona entre 60 i 100 €.

## 2.3. Estudi dels visitants de la R.N.C. de Boumort

L'ecoturisme és una de les tres línies prioritàries de la Reserva Nacional de Caça de Boumort, conjuntament amb la conservació i la caça.

Dins aquesta línia, les actuacions prioritàries per als gestors de la Reserva són les relacionades amb l'ús públic i l'atenció als visitants. Les principals tasques que realitzen són el desplegament de programes d'educació ambiental, la senyalització d'itineraris, l'edició de material informatiu i la gestió dels punts d'observació de fauna salvatge.

Fruit d'aquestes actuacions els gestors de la Reserva han anat recollint dades sobre el perfil de visitants, que permeten disposar d'una radiografia de la situació actual.

Les dades que s'han recollit estan relacionades amb les activitats que desperten major interès i per tant més volum de visitants en aquest espai. Són la brama del cérvol i l'observació de rapinyaires.

Pel que fa a la brama del cérvol, les dades més rellevants per aquest capítol de identificació de la demanda, que es van recollir l'any 2017 són les següents:

- Durant la campanya d'informació de la Brama del cérvol, es van establir 2 punts d'informació situats a la proximitat dels refugis de Cuberes i de Boumort que van estar actius durant 8 dies del mes de setembre i 9 dies del mes d'octubre, amb un total de 324 hores de servei.
- Es van comptabilitzar entre 276 i 293 vehicles que entraven a la Reserva entre setmana, per tant fora de les hores de servei dels punts d'informació.
- El nombre total de visitants comptabilitzats a través dels punts d'informació és de 1.585
- La major part, més del 80%, venen amb cotxe propi
- Es va realitzar una enquesta per conèixer l'impacte econòmic que generen aquests visitants en la què es van recollir 73 qüestionaris que aporten la següent informació d'interès:
  - Per al 90% dels enquestats, Boumort ha estat el motiu principal de la seva visita al territori, concretament motivats per la brama del cérvol. Cal tenir present que el 2017 va ser un any molt pobre en bolets, la qual cosa aquesta dada pot quedar una mica distorsionada, segons l'opinió dels gestors de la Reserva.
  - Pel que fa a la procedència,
    - 25% són visitants locals (Pallars Jussà, Pallars Sobirà i Alt Urgell),
    - 47% de l'àrea metropolitana de Barcelona,
    - 8% de la plana de Lleida
    - 6% de la Catalunya Central
    - 4% de les comarques de Girona
    - 10% d'altres procedències
  - La despesa mitjana que realitzen els visitants és de 31,7 euros per persona i dia que en el cas dels que no fan pernoctació, és de menys de 20 euros.

Cal tenir en compte que en el cas del punt d'informació de Cuberes, la major part s'allotjaven en el refugi (amb una despesa inferior de entre 21 i 40 €) mentre que en el cas de Boumort hi ha més diversitat d'allotjaments.

El 51% de la despesa efectuada es fa en allotjament, el 39% en transport i manutenció, el 5% en comerç i el 5% restant en lleure i altres.
  - Per tant, la despesa estimada, tenint en compte tots els visitants, durant el període de la brama 2017 es situa entre 55.587 i 56.540 euros

## 2.4. Tendències que s'estan imposant que tenen una especial rellevància pels mercats de turisme de natura i actiu

Tal com documenta el manual "Le tourisme tout naturellement", s'està consolidant un canvi de valors de la nostra societat que tendeix cap a la calma, el silenci, el temps, el medi ambient, la salut i la sostenibilitat. I aquest canvi de valors és crucial per al turisme. Els estudis d'hàbits de consum mostren el creixement del segment LOHAS.

Segons CREST (Centre for Responsible Travel), els viatgers prefereixen empreses que es gestionin de forma «green» o «eco-friendly». Consideren que les empreses turístiques han de ser «sostenibles» igual que esperen tenir wifi gratuït o check-in online. El 66% dels consumidors estaria disposat a pagar més a marques que acrediten implicació en valors socials i mediambientals (2015, +11% sobre any anterior).

Segons World Travel & Tourism Council, l'aposta cap a un model de desenvolupament més sostenible es pot considerar la base de la gestió de destins al segle XXI. "Els propers 20 anys es caracteritzaran per la **integració en la gestió empresarial dels problemes generats pel canvi climàtic**, donant suport a la transició a una economia baixa en carboni, reforçant la capacitat de resiliència a nivell local als efectes de l'escalfament global del planeta, **promovent el valor dels viatges responsables i l'ecologia en la cadena de valor dels productes.**"

En aquest context, la Comissió Europea identifica que les tendències del turisme en el futur es caracteritzaran per:

- demanda d'**experiències saludables i singulars**, en entorns **sostenibles**;
- disseny de productes dirigits a uns **objectius molt més segmentats**;
- model de turisme i mobilitat alineats amb la **lluita contra el canvi climàtic**;
- estreta relació entre **activitat física, salut i benestar**, que afavoreix al turisme actiu;
- aprofitar les grans oportunitats per **comunicar i comercialitzar** a gran escala **a través de les TIC**.

Sobre l'evolució dels mercats de turisme actiu i de natura, és interessant tenir en compte el document publicat per ATTA (Adventure Travel Trade Association) "[20 Adventure Travel Trends to Watch in 2018](#)" sobre les tendències a tenir en compte per aquest segment de mercat. El document proposa als agents turístics implicats en la cadena de valor d'aquest producte la necessitat de continuar innovant els productes que ofereixen i el màrqueting, per diferenciar-se de les empreses que comercialitzen turisme de masses.

Entre aquestes tendències destaquem les que hem considerat que poden estar més relacionades amb l'àmbit d'aquest estudi:

- El turisme d'aventura continua en creixement, per tant: els destins necessiten monitoritzar la qualitat de les experiències que s'ofereixen i l'impacte ambiental que poden generar. Per això, és important conèixer experiències d'altres territoris de característiques similars.

- La inestabilitat crea canvis en els fluxos turístics, com s'ha evidenciat en molts destins els últims anys.
- Els "bots" seran els protagonistes dels nous serveis d'atenció al client. Es tracta d'aquesta nova tecnologia que permet disposar d'un assistent virtual que respon a les preguntes i demandes i alhora té capacitat d'aprendre, en funció de les interaccions amb els usuaris. Petits operadors estan començant a implementar una primera fase dels "bots" a través d'assistents virtuals. La Generalitat de Catalunya ha posat en marxa aquesta tecnologia @gencatbot per explicar notícies a la ciutadania a través de Telegram.
- La realitat virtual es convertirà en una de les grans eines de màrqueting i també en un component més de l'experiència turística a través de centres d'interpretació, museus, allotjaments, espais de lleure...
- El "Solo Traveler" continua creixent: no es tracta únicament de solters, sinó de persones que no comparteixen els seus interessos de lleure o els períodes de vacances amb les seves parelles.
- L'experiència local és "el més innovador" en turisme d'aventura: Cada vegada més el lema "like a local" s'imposa en les propostes de visita a ciutats i destinacions de tot tipus. El contacte amb els locals, compartint activitats, festes, gastronomia, aprenentatge, etc. és un element cada vegada més apreciat.
- El fenomen "slow" impacta també en les destinacions de turisme d'aventura. En la mateixa línia, el lema "slow" s'està imposant en les propostes de descoberta del territori. No es tracta només de com arribar i moure's sinó d'una filosofia més àmplia que significa dedicar temps a gaudir del que s'observa i no només "col·leccionar" llocs visitats.
- La cerca de salut, benestar i creixement personal, tendència a l'alça, també en la configuració dels itineraris. Aquests elements no són el principal motiu d'elecció d'un destí, però estan creixent. Apareixen noves activitats com els "banys de bosc", sessions de meditació, creixement personal, ioga... com a complement de l'activitat principal.
- Augment del turisme de rutes o "trail tourism"; per això, l'àmbit territorial de les experiències turístiques és molt variable. Des de propostes d'observació de fauna que incorporen espais situats a distàncies considerables, fins a l'interès per rutes de senderisme, ciclisme... sempre de llarg recorregut.
- Productes dirigits exclusivament a dones.
- Intensificació de productes d'hivern, que ha permès que destins molt aïllats del nord d'Europa tinguin una nova capacitat per atreure visitants.
- Evitar els riscs de la massificació turística «overtourism» i/o manca de visitants (massa crítica) «undertourism».
- Aproximació integral al desenvolupament turístic, és a dir, en el moment de promoure la creació de productes turístics, és important formular una estratègia integral que, entre d'altres, inclogui una planificació a llarg termini, estratègies de capacitat de càrrega, accessibilitat en transport públic, seguiment d'indicadors de gestió i d'impacte.

### 3. ASPECTES A TENIR EN COMPTE PER LA PROMOCIÓ I COMERCIALIZACIÓ DE PRODUCTES D'OBSERVACIÓ DE FAUNA

CBI, com s'ha esmentat, és una plataforma de intel·ligència de mercat del Ministeri d'Afers Estrangers d'Holanda publica regularment estudis i informes dels mercats de turisme actiu i de natura dels principals països OCDE. Aquests informes estan destinats a donar suport a empreses i entitats de països en vies de desenvolupament, però l'anàlisi que fa de les principals característiques d'aquests mercats i les recomanacions per la comercialització de productes són molt interessants també pel nostre país.

Per la redacció d'aquest apartat els hem tingut en compte, especialment les de turisme actiu i de natura, observació de fauna i observació d'aus.

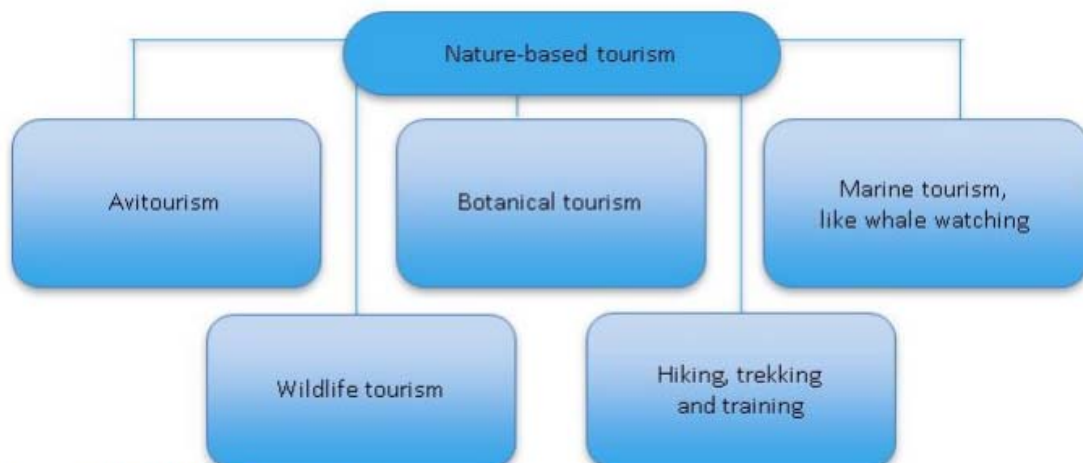
#### 3.1. Definició del producte

El turisme de natura es basa en experiències directament relacionades amb la natura. Gaudir de la natura és el principal motiu per viatjar. Es centra en el gaudi i observació de:

- paisatges naturals,
- flora i fauna
- estils de vida de persones que viuen en ambients naturals.

Inclou una àmplia varietat d'activitats "suaus", com ara l'acampada, el senderisme, les passejades en vaixell, les visites a espais protegits, la observació de la vida silvestre...

El CBI identifica sub-segments de turisme de natura



Source: [The Nature Conservancy](#)

## 3.2. Perfil del visitant

El perfil general d'aquest segment es caracteritza per tenir un nivell socioeconòmic i cultural alt i per ser uns viatgers experimentats. L'entorn natural dels llocs que visiten motiva aquests viatgers que els agrada conèixer i interactuar amb les comunitats locals que hi viuen. L'informe identifica tres grans tipologies, que són:

### Seniors

El turisme de natura és especialment popular entre els europeus més grans, fent d'aquest el grup més gran. Tenen entre 50 i 70 anys d'edat i ja no tenen càrregues familiars. Sovint són viatgers experimentats que gaudeixen d'entorns naturals i tranquils i busquen noves experiències. Busquen una bona relació qualitat-preu i estan disposats a pagar més per experiències úniques. Generalment busquen estàndards de comoditat més alts que els grups d'edat més joves.

#### Consells:

- *Centrar-se en els viatgers sèniors, ja que és el segment més gran.*
- *Destacar les característiques úniques i autèntiques del vostre producte en el vostre màrqueting.*
- *Oferir guies bons i coneixedors, ja que aquest segment està molt interessat en la interpretació i educació ambiental.*
- *Utilitzar tant internet com els mitjans tradicionals per a la promoció adreçada a aquest col·lectiu.*

### Viatgers adults

El grup de viatgers amb edats entre 18 a 44 anys són el segon segment més gran per a la natura i el turisme ecològic. La majoria tenen molta experiència en viatjar i/o han treballat o estudiat a l'estranger. Cada vegada tenen més interès a explorar noves destinacions més allunyades. En destaquem dos grups:

#### Disposen d'ingressos elevats i poc temps:

Són professionals amb ingressos alts però amb poc temps per viatjar. Tenen majoritàriament entre 31-44 anys. Sovint viatgen en parella, encara que també hi ha un mercat de solters. Busca experiències inusuals d'"una vegada al llarg de la vida" i busquen integrar-se al màxim amb els llocs que visiten. El confort és important per a ells.

#### Disposen de pressupostos diaris més petits, però molt temps:

Aquest grup té entre 18 i 30 anys. Penseu en els motxillers i els viatgers de llarga distància. Els pressupostos diaris són reduïts, però viatgen durant llargs períodes de temps, entre un mes i un any. Prefereixen un allotjament més econòmic. Volen participar/implicar-se amb les comunitats locals i compartir experiència i productes locals. Sovint combinen els seus viatges amb activitats de voluntariat en projectes comunitaris o de conservació.

Consells:

- *Combinar propostes d'allotjament i experiències, preparades conjuntament amb altres proveïdors locals.*
- *Emfatitzar les experiències úniques d' "una sola vegada a la vida " en la vostra promoció.*
- *Oferir diferents opcions d'allotjament i activitats que puguin combinar-se. D'aquesta manera, els clients poden crear paquets de viatge personals que s'adaptin als seus pressupostos.*
- *És interessant treballar amb organitzacions de voluntariat de confiança.*

### Famílies amb nens

Aquest és també un segment important i creixent. Les famílies són cada cop més exigents pel que fa a la relació qualitat/preu. Volen bones instal·lacions i un equilibri adequat de seguretat i diversió. Busquen propostes de vacances en les que puguin combinar diversió amb l'enriquiment cultural. Les vacances *tot inclòs* són especialment populars per la seva comoditat i control sobre les despeses. La consciència eco comença a l'escola, fent que els nens estiguin molt interessats en viatges ecològics.

Consells:

- *Orientar-se a les famílies oferint un allotjament familiar. Per exemple, opcions d'habitacions contigües, un programa d'activitats per infants, un parc infantil, una piscina...*
- *Empaquetar el vostre producte amb experiències memorables i a l'abast de la família. Incloure diversió, activitats educatives úniques i segures.*
- *Oferir descomptes especials i preus tot inclòs per a les famílies.*
- *El mercat turístic familiar és molt ampli. És recomanable treballar amb operadors especialitzats en vacances actives per famílies.*

### Birdwatchers

En el segment dels observadors d'ocells (birdwatchers) s'identifiquen tres grups específics.

#### Twitchers

Es tracte d'un petit segment del grup d'observadors d'ocells, generalment homes, que volen veure com més ocells millor. Per això porten el seu propi equip (binocles, telescopis, ...) i viatgen grans distàncies per afegir nous ocells a la seva llista. Aquests perfils de viatgers no es mostren gaire interessats en altres activitats.

#### Casual birders

Aquest segment representa gairebé 1/3 del total. El principal motiu del viatge no és veure ocells, sinó que solen ser viatgers interessats en activitats de natura i turisme actiu, que realitzen activitats d'observació d'aus si se'ls presenta l'ocasió durant els viatges.

### Birdwatching enthusiasts

Aquest segment representa gairebé la meitat de tot el grup d'observadors d'ocells. Solen ser grans apassionats de la natura i les aus i tenen un coneixement profund de la fauna del destí que visiten. Aquest grup viatja de manera més pausada que el grup de "Twitchers", els agrada també gaudir d'estones de relax i d'altres activitats de tipus cultural.

## **3.3. Requisits a tenir en compte a l'hora de preparar productes adreçades a aquests mercats**

Per als consumidors europeus d'aquesta tipologia de productes hi ha alguns aspectes que cada cop són més determinants en el procés de selecció que les empreses i les destinacions han de tenir en compte. Entre aquests, destaquem els següents:

### **Paisatges naturals ben conservats**

Els viatgers europeus trien, sobretot, unes vacances naturals per gaudir d'entorns singulars, i en bon estat de conservació. Sovint, això és més important que el nivell de les instal·lacions. Els agraden els atractius naturals com cascades, parcs naturals i reserves.

*Consells:*

- *Destacar els atractius naturals diferents i 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 local i cultura.*

### **Qualitat de l'experiència d'observació**

Aquests tipus de viatgers volen gaudir de la natura i observar la fauna salvatge en els seus hàbitats naturals. Generalment prefereixen destins amb una àmplia varietat d'espècies animals. La presència d'espècies úniques, icòniques o en risc d'extinció fa que aquests destins siguin encara més atractius.



Consells:

- *Oferir informació detallada de les diferents espècies d'animals que es poden trobar a la destinació, posant especial èmfasi en les espècies icòniques i en risc d'extinció.*
- *Assegurar que la descripció del producte turístic es correspongui fidelment amb la realitat. Una bona idea és crear un calendari assenyalant les millors èpoques de l'any per veure certes espècies, i no garantir mai l'avistament d'espècies si no es té la seguretat de que es complirà.*

### **Sostenibilitat**

Els viatgers de natura generalment es preocupen per l'impacte del turisme sobre el medi ambient, prefereixen que el turisme tingui un mínim impacte social en els llocs que visiten. Volen que els diners que gasten beneficiïn directament els llocs que visiten i a les comunitats que hi viuen

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 a la comunitat.*
- *Incorporar pràctiques sostenibles i respectuoses amb el medi ambient, com ara: aixetes i dutxes d'estalvi d'aigua, cuines solars, productes locals, ús d'energia solar...*

### **Professionalitat dels guies**

Per oferir productes turístics de fauna excel·lents, és imprescindible un gran coneixement dels ecosistemes, la flora i la fauna existent al destí. Per això, els guies locals han de ser grans coneixedors del medi, saber quins llocs són segurs i quins no, saber reaccionar en cas d'emergències, adaptar-se a les diferents èpoques de l'any, situacions meteorològiques...

Consells:

- *Oferir serveis de guies professionals, que tinguin estudis i coneixements amplis sobre el medi i, si poden ser locals, encara millor.*
- *Assegurar que els guies locals tinguin un bon nivell d'idiomes, oferint diverses alternatives en funció de l'idioma i perfil del client.*

### **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 la naturalesa i la cultura del lloc. No obstant això, cada vegada són més exigents pel que

fa als estàndards d'instal·lacions i comoditat. Valoren els equipaments nets, ben mantinguts i llits còmodes, amb una bona oferta gastronòmica.

*Consells:*

- *Donar als establiments d'allotjament el look i la sensació de la vostra zona.*
- *Destacar els elements autèntics de l'allotjament en el vostre màrqueting.*
- *Per atraure viatgers ecològics, destacar els elements sostenibles del vostre allotjament.*
- *Per obtenir més informació sobre ecolodges, consulteu The International Ecotourism Society*

*Pel que fa a allotjaments per birdwatchers:*

- *Convertir l'allotjament en "birder-friendly" per exemple instal·lant nius, fonts d'aigua, "menjadores", posant a disposició guies d'ocells de la zona...*
- *Oferir diferents opcions als clients d'aquest perfil.*
- *Emfatitzar sobre el fet de ser un allotjament "birder-friendly" en les accions de marketing.*

## **Seguretat**

La salut i la seguretat són importants pels viatgers ecològics europeus i sovint s'informen sobre la seguretat de la destinació. Els vehicles i l'allotjament també han de ser segurs. Els guies haurien de tenir bon coneixement, i han de saber quins llocs són segurs per visitar i quins no.

*Consells:*

- *Prestar atenció a les mesures de seguretat.*
- *Per exemple, els operadors 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: detectors de fums, extintors, sortides d'emergència, kits de primers auxilis i assistència mèdica durant les 24 hores.*

## **Flexibilitat**

Els viatgers europeus busquen, cada cop més, experiències de vacances individuals. Volen aprofitar al màxim les seves vacances. Exigeixen itineraris més flexibles, que s'adaptin a les seves demandes. No obstant això, encara valoren la seguretat i els beneficis d'un paquet. Els operadors de turisme poden oferir paquets de vacances flexibles amb components estàndard i opcionals. Amb aquests components els clients poden crear unes vacances a mida.

*Consells:*

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

### **Activitats complementàries**

La majoria d'europaus interessats en turisme de natura també s'interessen en realitzar altres tipus d'activitats durant els seus viatges, especialment les relacionades amb la cultura local. Aquestes activitats poden ser visites a llocs emblemàtics, activitats d'aventura a espais naturals com caiacs o trekking, excursions i activitats històriques i culturals. El contacte i interacció amb la població local també representen una part important dels viatges.

*Consells:*

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

## 4. EXEMPLES DE PRODUCTES DE TURISME D'OBSERVACIÓ DE FAUNA

---

### 4.1. Metodologia d'anàlisi dels productes

L'anàlisi dels productes que proposen els operadors dels principals països europeus emissors de turisme de fauna és un indicador clau de quines són les tendències generals del mercat i permet una apreciació de les motivacions i hàbits de la clientela. D'aquesta manera, identificant els productes i experiències similars, s'analitza el dinamisme turístic que generen empreses i institucions que segueixen una línia similar a la de Boumort. Tot i que es pugui afirmar que la demanda canalitzada a través d'operadors és sovint minoritària, les seves motivacions i pautes de consum són representatius del conjunt.

Per aquest motiu, una de les primeres tasques que s'ha realitzat ha estat la preparació d'una fitxa de l'operador que incorpora adreça, tipologia, principals característiques dels productes que ofereix i destinacions de la programació, entre altres.

De la mateixa manera, una fitxa de cada producte seleccionat identifica de forma sintètica quins són els tipus de productes i experiències turístiques que es proposen, a quin tipus de públic van adreçades, com estan organitzades les empreses que les ofereixen, què està inclòs en el paquet i com contractar-les. El contingut de la fitxa ha estat el següent:

- *Agència que organitza la ruta.*
- *País al qual pertany l'agència*
- *Ruta: Títol de la ruta en l'idioma original.*
- *Enllaç. Link al web on es promou el producte*
- *Descripció: Traducció de la ruta al català i/o comentaris per contextualitzar-la. Sempre que sigui possible, amb les paraules utilitzades a la presentació.*
- *Producte principal: Es tracta del producte principal que destacaríem d'aquesta ruta. S'han previst diverses opcions.*
- *Productes associats: Se n'indiquen d'altres que hi puguin estar relacionats; per exemple, gastronomia si es fa alguna activitat d'aprendre a cuinar, cultura si es visiten monuments o senderisme, com a complement d'un de fauna.*
- *País ruta: País en el qual transcorre la ruta.*
- *Destinació: Regió o zona per on transcorre la ruta. Només estan desglossades les de 4 països: França, Espanya, Itàlia i Portugal. En la resta de països, no s'indica res. Si interessa posar la zona específica, es comenta a observacions.*
- *Tipus viatge: Es preveuen 4 opcions:*
  - *amb guia i sense guia*
  - *amb guia*
  - *individual sense guia*
  - *No indica*
- *Nits: Per unificar criteris, s'indiquen les nits de durada del producte i no els dies.*
- *Possibilitat d'allargar.*
  - *Opcions SI / NO INDICA si la ruta ofereix explícitament l'opció d'allargar l'estada, ja sigui continuant el producte que es proposa o amb alternatives de lleure i relax.*

- *Tipus de client: S'han previst 6 opcions:*
  - *adults majoritàriament*
  - *adults*
  - *viatges amb nens/famílies*
  - *dones*
  - *sèniors*
  - *nens i joves (colònies)*
- *Allotjament: Tot i que de vegades és multiresposta, s'ha preferit indicar únicament l'allotjament principal en cas que n'hi hagi més d'un durant el trajecte. A observacions es pot afegir la informació complementària. En cas que hi hagi diverses opcions, se'n tria una i la resta s'indica a observacions*
- *Tipus de pensió: Es refereix al règim alimentari.*
- *Itinerància: S'han previst 3 opcions, per saber si les rutes comporten un canvi continu d'allotjament o no.*
- *Dificultat: S'han previst 5 opcions, en funció del grau de dificultat de les activitats que indica cada operador.*
- *Tipus terreny: Es refereix a la zona on es fa l'activitat: des de litoral a alta muntanya. Hi ha 8 opcions predeterminades.*
- *Espai protegit: S'entra aquesta opció únicament si en la ruta s'indica explícitament. Si sabem que sí que hi és i no s'indica, es pot incloure a Observacions.*
- *Mesos: Es marquen els mesos en els quals s'ofereix la ruta, sense considerar si és durant tot el mes o únicament alguns dies.*
- *Moneda: S'ha previst en euros, lliures o dòlars americans.*
- *Preu: S'indiquen com a màxim 3 preus, en funció de les temporades.*
  - *Preferiblement preu Standard, és a dir, en habitació doble compartida, i serveis únicament de terra, sense vols o transport des de l'origen. Si ho inclouen, s'especifica a observacions.*
  - *En cas d'opcions de dos allotjaments, es tria el preu només d'un i s'indica a observacions: s'ofereix possibilitat d'allotjar-se en altres tipus d'allotjaments, a preus diferents.*
- *Itinerari: Distància i/o durada dia per dia (km o milles) o en temps (hores) en el cas de senderisme o cicloturisme. A més d'un apartat de notes a cada un dels dies, per indicar una breu descripció del que es fa.*
- *Imatges: La fitxa inclou un parell de fotos, de les que mostra l'operador.*
- *Observacions*
- *S'ha incorporat informació d'utilitat: aspectes sobre els quals es vol atreure l'atenció dels clients potencials i consideracions específiques com a producte d'observació de fauna. Si es disposa d'aquesta informació:*
  - *Espècies principals de fauna que s'observen*
  - *Equipaments específics del territori que s'utilitzen: observatoris (hides), miradors, plafons interpretatius, centres d'interpretació, etc.*
  - *Material que aporta l'empresa: 4x4 adaptats per a l'observació de fauna, prismàtics, telescopis, guies de camp, fitxes d'identificació d'espècies, etc.*
  - *Desplaçaments interns: 4x4, bus, a peu, en bicicleta*

En la fitxa model també es van incorporar els dos punts següents, però la informació al respecte ha sigut menys abundant –i, en alguns casos, inexistent.

- *Mesures per evitar impactes de l'activitat en la fauna: distàncies mínimes de seguretat, punts d'observació regulats, silenci durant l'observació, adhesió a algun codi de bones pràctiques, acords amb organismes de gestió de l'ENP, etc.*
- *Instruments de contribució a la conservació de la natura i altres temes de sostenibilitat del producte: % del preu del producte destinat a projectes de conservació, col·laboracions amb estudis de seguiment d'espècies, accions de compensació de CO2, visitor's payback, certificacions de sostenibilitat turística, etc.*

Primer s'han identificat touoperadors especialitzats en **turisme de fauna** i/o birdwatching, senderisme, natura, ecoturisme i descoberta. L'anàlisi d'aquests productes permet conèixer qui són els seus clients, quins tipus d'activitat realitzen, quina és la imatge que transmeten els operadors sobre la zona que visiten (paraules clau, activitat principal i associades).

Aquesta informació i la forma en què es dissenyen i comuniquen els productes és una guia que pot ser d'utilitat per als establiments i empreses locals, en la configuració d'ofertes atractives adreçades a aquests i altres mercats. Concretament, s'han identificat i s'analitza el contingut de 17 productes que mantenen certa relació amb el projecte que es vol dur a terme a Boumort, a partir d'una selecció prèvia de 40 productes de 26 empreses i operadors diferents.

## 4.2. Productes analitzats

Algunes de les característiques que comparteixen aquests 17 productes són les següents:

- *Inclouen un guia que t'acompanya i completa l'experiència amb explicacions que enriqueixen el viatge. Solen ser experts i amants de la fauna i el territori, així que els comentaris t'apropen a la realitat i fan el viatge més íntim, com si anessis amb un amic. Molts reviews recalquen la proximitat amb el guia.*
- *Molts operadors són petits, ja que es centren en oferir un producte de la zona on estan establerts, amb guies locals i assessorament a l'hora de recórrer el territori.*
- *Majoritàriament, els allotjaments són hotels/establiments rurals de categoria mitjana, amb algun alberg, hide o wild camping, sempre enfocat a la millor manera d'observar la fauna. Molts ofereixen itinerància de més allotjaments per conèixer en un sol viatge diferents tipus de fauna o escenaris.*
- *El tipus de client més habitual són adults, ja que són productes amb un objectiu concret que exigeix perseverança i seny. No obstant això, hi ha algun producte dirigit a famílies (normalment incorporen un vehicle de transport).*
- *La majoria de productes estan disponibles tot l'any, tot i que alguns –degut a factors externs com la hibernació dels animals, el període d'aparellament o les condicions meteorològiques– es concentren en mesos o períodes concrets.*
- *La dificultat de les rutes és baixa, ja que l'objectiu principal no és el trekking/senderisme, sinó més aviat l'observació de fauna que es deriva de les caminades en entorns naturals.*
- *L'opció més comú és la de viatge que inclou allotjament i esmorzar; no obstant això, el règim alimentari s'ajusta a les necessitats del producte i varia en funció del tipus*

de ruta. Alguns ofereixen opció de pícnic i altres esmorzar i sopar perquè la part central del dia quedi lliure a la voluntat dels clients.

- La majoria de productes tenen lloc a Espanya, ja sigui d'operadors nacionals o europeus, tot i que també n'hi ha a França, Polònia, Sud-Àfrica i Finlàndia.

La relació de productes que s'han seleccionat és la següent:

Agència/operador	Nom del producte	Observacions del producte
<b>AUDOUIN BIRDING TOURS - Espanya (Tarragona)</b>	<a href="#">Birds and Bears in Northern Spain</a>	Es visitaran <i>hides</i> on es poden utilitzar telescopis per observar els ossos amb seguretat.
<b>Destinos Manchegos - Espanya (Daimiel)</b>	<a href="#">Entreparques Lagunas de Ruidera Tablas de Daimiel y Cabañeros</a>	Ruta pensada perquè es gaudeixi dels parcs naturals i nacionals de la província de Ciudad Real.
<b>Discovering Doñana - Espanya (Huelva)</b>	<a href="#">Excursión privada de día completo</a>	Grups d'1 a 4 persones. Inclòs: vehicle 4 x 4, conductor-guia, prismàtics, telescopi, guia de camp.
<b>Tarannà Viatges - Espanya (Barcelona)</b>	<a href="#">Viaje a Sudàfrica en familia</a>	Producte familiar que permet conèixer la Ciutat del Cap i els seus atractius per a nens, així com la Ruta Jardí.
<b>Wildlife Spain - Espanya (Barcelona)</b>	<a href="#">Tour oso y lobo Sierra de Culebra y Fuentes del Narcea, Degaña e Ibias</a>	Possibilitat de llogar el material d'observació + guia WWS. Visita al millor bosc atlàntic del continent europeu: el de el Bosc de Muniellos.
<b>Wildwatching Spain - Espanya (León)</b>	<a href="#">Fin de semana de observación de berrea para dos personas</a>	Dos dies consecutius d'observació de la brama del cérvol, el bram potent dels mascles i les seves disputes per racons preciosos de la Cordillera Cantàbrica i els Pirineus.
<b>Destinations Merveilles - França</b>	<a href="#">Bisons, loups et dauphins</a>	Originalitat de la ruta gràcies a la riquesa d'una regió entre el mar i la muntanya.
<b>Reserve Des Monts d'Azur - França</b>	<a href="#">Safaris guidés en calèche</a>	Tenen safaris d'1 dia en carro + paquets amb allotjament dins la reserva. Circuit pensat per apropar la fauna als més petits.
<b>Zigzag Randonnées - França</b>	<a href="#">Pyrénées : animaux et fleurs des pyrénées en famille</a>	Cada dia està centrat en un animal o tema diferent. Flexible quant a activitats a fer. Propostes d'altres visites i activitats complementàries.

<b>NABU Reisen Birdingtours - Alemanya</b>	<a href="#">Vogelparadiese in Spanien</a>	Producte pensat per a professionals ornitòlegs o aficionats a l'observació de fauna. Mida del grup: fins 7-15 persones.
<b>Nature Trek - Regne Unit</b>	<a href="#">Nature Photography - in the Spanish Pyrenees</a>	Pràctica i comprensió de la càmera, observació d'ocells i animals, pícnic i passejades per paisatges espectaculars.
<b>Explore! - Regne Unit</b>	<a href="#">Brown Bear Week end</a>	Cap de setmana llarg localitzant animals salvatges en un indret recòndit de Finlàndia, Lentiira. Una de les nits en un hide.
<b>Responsible Travel - Regne Unit</b>	<a href="#">South Africa and Swaziland Safari</a>	Safari pensat per a famílies, però amb diverses opcions per escollir.
<b>Walks Worldwide - Regne Unit</b>	<a href="#">Walking with Bears</a>	Es posa en valor l'exclusivitat de passar per zones normalment restringides als turistes. I el fet que és un viatge de senderisme on potser es veuran ossos o el seu rastre.
<b>SNP NATUURREIZEN - Holanda</b>	<a href="#">Ebrovallei en Pyreneeën volgereis</a>	Paisatges únics a les estepes dels Monegros i a les gorgues de la Sierra de Guara, varietat de la flora mediterrània i d'alta muntanya, guies de viatges d'aus SNP que saben molt bé on cal anar.
<b>Wild Poland - Polònia</b>	<a href="#">Bison Safari</a>	Visitar el bosc de Białowieża (Patrimoni de la Humanitat), observar el bisó europeu en el seu hàbitat natural, seguir el recorregut dels llops a l'hivern, entrar en contacte amb la part més tradicional de la Polònia Oriental i visitar el casc històric de Warsaw.
<b>Transfrontier Parks Destinations - Sud-àfrica</b>	<a href="#">Berg to Bush Trail</a>	Guanyadors del WTM World Responsible Tourism Awards com a Tour-operador el 2017.



### 4.3. Anàlisi de productes: Similituds i diferències amb la Reserva de Boumort

A continuació exposem un extracte dels operadors i productes analitzats que inclou similituds o diferències respecte als productes turístics de la zona de Boumort.

**Audouin Birding Tours** és una empresa petita amb seu a Tarragona fundada per Cristian Jensen i especialitzada en birdwatching. Ofereix viatges de tot tipus centrats en l'avistament d'ocells, sobretot a Espanya i al Marroc. Treballa amb col·laboradors, d'entre els quals destaquem Jaume Soler, de l'empresa DÀURICA. Mostren una actitud oberta envers propostes de clients per adaptar les rutes..

El producte que s'ofereix, *Birds & Bears in Northern Spain*, consisteix en l'observació d'ocells i ossos al Parque Natural de Somiedo i als Picos de Europa. Aconsellen que es dugui a terme durant el mes de setembre, que és quan els ossos recol·lecten fruits vermells i fruita per passar l'hivern; l'avifauna hi és abundant i variada. Es visitaran miradors amagats on es poden utilitzar telescopis per observar els ossos amb seguretat. De les set nits, les primeres són en albergs i refugis i les tres últimes en un hotel familiar al poble muntanyenc d'Espinama.

Diferències/similituds amb Boumort: el tipus de fauna és diferent, però també s'utilitzen *hides*. L'operador és molt proper i pot programar fàcilment a la zona del Pallars.

**Destinos Manchegos** és una empresa petita, jove i de tracte personalitzat que organitza viatges, escapades o visites guiades per la terra de Don Quixot. Tenen la seu al poble de Daimiel, envoltat d'una riquesa que es veu reflectida en productes com sortides en kayak, visites guiades d'observació de flora i fauna a diversos parc de la zona. Pertanyen a l'Associació de Turisme Actiu de Castella-la Manxa "Descubrenos.es" i al Quixot Convention Bureau - Ciudad Real; des del 2007 gestionen "Divinum Vitae". L'empresa està vinculada a una de les concessions de Cabañeros.

El producte que s'ofereix, *Entreparques: LAGUNAS DE RUIDERA + TABLAS DE DAIMIEL + CABAÑEROS*, pretén agrupar en un mateix cap de setmana tres dels parcs més importants de Castella – La Manxa. De la mateixa manera, gràcies a les visites en tot terreny el producte resulta accessible a tot tipus de públic i es pot convertir en escapada familiar. Es pernocta en un hotel simpàtic de 3 estrelles, Doña Manuela, per entrar en contacte amb la vida castellano-manxega.

Diferències/similituds amb Boumort: tipus d'empresa i producte relacionat als que es programen actualment a Boumort, tot i que la fauna difereix. Hem escollit aquest producte per l'interès d'agrupar més d'un parc en un *pack* de diversos dies que, en el cas del Pallars, podria ser amb el Parc natural de l'Alt Pirineu i amb el Parc nacional d'Aigüestortes i l'Estany de Sant Maurici.

**Discovering Doñana** és una empresa petita amb seu a El Rocío que des de 1990 gestiona excursions en tot-terreny pel Parque Nacional de Doñana i la comarca, ja siguin de naturalesa, fotografia o d'observació d'aus. Ofereixen tres tipus de tours: de mig dia (5h), de tot el dia (10h) o en grups (variable). Els guies s'adapten a les necessitats dels clients: pot ser una visita familiar tranquil·la o un servei especialitzat amb un guia expert

que parla anglès. Cal tenir en compte que les aus varien molt en funció de l'estació (es recomana no visitar el parc a l'estiu). Els llocs d'interès natural i ornitològic que rodegen Doñana són les serres del nord, les maresmes costeres, les llacunes interiors i els camps del Valle del Guadalquivir.

El producte que ofereixen, *Excursión privada de día completo*, té una durada de 10 hores i no inclou pernoctació. Es visita Andalusia, els boscos i aiguamolls del nord del Parc Nacional de Doñana, els arrossars de Isla Mayor i altres llocs d'interès. El públic a qui es dirigeix és aficionats a l'observació de fauna i fotografia i es recomana que els grups siguin d'1-4 persones. El preu per a 3 persones és de 225€ i cal pagar 85€ més per persona extra. El tour inclou el vehicle (Land Rover Defender de 6-8 places, Land Rover Freelander de 5 places o un vehicle més gros), una guia de camp, un conductor-guia, prismàtics i telescopi. El preu no inclou dinar.

Diferències/similituds amb Boumort: també es tracta d'una empresa local que organitza els productes, molt semblant a les que actuen a la zona de Boumort.

**Tarannà** és una agència de viatges gran especialitzada experta i pionera al món dels viatges per tot el món, responsables i adaptats a les necessitats de cada client. Viatges d'aventura, solidaris, ètnics, safaris, culturals, trekking, centrats en arquitectura, viatges d'autor, de nuvis, etc. Els viatges programats a Espanya es centren en l'aventura i la naturalesa, sobretot a Astúries i a Andalusia. Compromís de sostenibilitat amb la societat i el medi ambient. Disposen del distintiu Etiqueta Responsable de Asociación + Responsables. Tenen associada una agència de receptiu <http://incomingbarcelona.net>, amb productes de dia o curta estada.

El producte que s'ofereix, *Viaje a Sudáfrica. En familia*, és un safari familiar de 12 dies molt complet centrat en l'observació de fauna de la reserva d'Amakhalai Knysna i en la coneixença de Ciutat del Cap i els atractius per a famílies que ofereix. Proposta original des del punt de vista familiar, d'observació d'animals exòtics i d'experiència única.

Diferències/similituds amb Boumort: les diferències són notables respecte a la destinació però, en canvi, és interessant com es presenta un producte d'observació de fauna per a famílies. De la mateixa manera, l'agència que ho programa té un bagatge important en temes de turisme sostenible i és a prop, amb seu a Barcelona. Ofereixen sortides curtes de dia per a afiliats al seu Club (per exemple, un parell de sortides la tardor de 2018 a Boumort, coincidint amb la brama: [www.taranna.com/prepirineo-tierra-berrea-aves-rapaces](http://www.taranna.com/prepirineo-tierra-berrea-aves-rapaces)).

**Wildlife Spain** és una empresa petita amb seu a Barcelona centrada en l'observació d'aus i animals salvatges a la península Ibèrica (Monfragüe, Astúries, Doñana, Andalusia, Sierra de la Culebra, etc.). Ofereixen la possibilitat de veure els "BIG FIVE" (els Cinc Grans animals ibèrics): linx, llop, os, àguila imperial i voltor negre. Els seus tours promouen un turisme pròxim, sostenible, de qualitat i exclusiu, ja que ofereixen experiències úniques dins finques privades dels Parcs Nacionals i altres espais naturals protegits. Són membres de The International Ecotourism Society, Pure Life Experiences i TOFT, al mateix temps que gestionen una web més internacional, [www.ecowildlife.es](http://www.ecowildlife.es).

El producte que s'ofereix, *TOUR OSO Y LOBO - Sierra de Culebra y Fuentes del Narcea, Degaña e Ibias*, s'adreça sobretot a ornitòlegs aficionats a l'observació de fauna i a la fotografia. Ofereixen quatre dies en una reserva de la biosfera que amaga el millor bosc

atlàntic del continent europeu: el bosc de Muniellos. També s'hi poden veure altres animals a part del llop ibèric i l'os bru: cérvols, cabirols, senglars, àguiles reals... Es pernocta en allotjaments rurals. El preu inclou guies locals i naturalistes, transports i transferències i material d'observació.

Diferències/similituds amb Boumort: a part de la fauna principal també hi ha observació de cérvols, cabirols i ocells. El tipus de terreny manté algunes similituds amb Boumort. L'operador també té la seva seu a Barcelona.

**Wildwatching Spain** és una agència de viatges espanyola especialitzada en turisme de naturalesa, birding, trekking o wildlife art. Dissenyen rutes ecoturístiques i temàtiques, així com viatges a mida i per empreses, tallers de fotografia de fauna i paisatge, rastreig de fauna i senderisme i fotografia. El públic a qui es dirigeix solen ser adults; operen principalment a Espanya, però també a Noruega, Finlàndia, Escòcia, Índia, la Patagònia i parcs nacionals d'USA.

El producte que s'ofereix, *Fin de semana de observación de berrea para dos personas*, es centra en l'experiència d'observar la brama del cérvol acompanyats de guies professionals, ja sigui a Boca de Hurgano (León) o a Vielha (Lleida). El producte compta amb 3 excursions guiades al Parque regional de Picos de Europa i al Pirineu. Els grups s'han de dividir en 6 persones per distribuir-se en vehicles; el transport es duu a terme en tot terreny i també es pot disposar de material. Es pernocta en hotel i el moment idoni per observar aquest fenomen és entre setembre i octubre.

Diferències/similituds amb Boumort: paral·lelismes pel que fa al tipus de fauna i producte que s'ofereix.

**Destination Merveilles** és una agència petita especialitzada en excursions guiades o autoguiades de llarga distància per la Riviera, la Provença, Cinque Terre, la Vallée des Merveilles i el parc Nacional de Mercantour. Grups petits de 5 a 15 persones, garantia de turisme professional, de qualitat i proximitat. Alt respecte pel patrimoni i el medi ambient (distintiu de Turisme de Qualitat i Marque Esprit Parc National). Pertany a l'associació "Sentiers croisés".

El producte que s'ofereix, *Bisons, loups & dauphins*, és una proposta original que barreja mar i muntanya per tal que s'entri en contacte amb els prehistòrics cavalls de Prjevalski, l'imposant bisó d'Europa i el llop, sense oblidar el gran nombre de mamífers marins que viuen al Mediterrani. Quatre nits pel Parc nacional del Mercantour, el Parc regional dels Préalpes d'Azur i el santuari marí del Pélagos en família per observar la fauna d'una manera responsable i sostenible.

Diferències/similituds amb Boumort: en aquest cas l'operador –tot i ser local– no és expert en observació de fauna, més aviat en activitats a la natura. És interessant per la seva relació amb la col·laboració amb el Parc natural on s'ubica, així com l'originalitat del producte mixt de mar i muntanya (a Boumort es podrien buscar alternatives amb activitats d'observació de fauna a zones fluvials o d'embassaments).

Tal com indica el seu nom, **Réserve Biologique des Monts d'Azur** és una empresa petita situada al territori del Haut-Thorenc que organitza excursions senzilles per gaudir d'un entorn verd i ple d'animals amb tota la família. La tipologia d'activitats és la següent:

aventura, benestar, pausa, esdeveniment privats, científic o brama. Al tractar-se d'una reserva d'animals excepcional, molts dels productes estan relacionats amb la fauna, tot i que també compten amb safaris a peu o amb carreta (estiu) o amb raquetes o trineu (hivern), cabanes d'observació, piscina natural, mur d'escalada... Especial atenció a la fauna i a la sostenibilitat: projectes en marxa d'experiències pilots per establir un ecoturisme responsable.

El producte que s'ofereix, *Safaris guidés en calèche*, consisteix en un recorregut en carreta d'una hora en busca d'animals emblemàtics com el bisó o el cavall de Przewalski. Pensat principalment perquè els nens es puguin apropar a la fauna de la Reserva Natural, els guies realitzen diverses parades que ajuden a comprendre el rol d'aquests herbívors dins el manteniment de la biodiversitat. Durant la primavera també es veuen cervatells amagats rere les seves mares i bisons nounats; durant la tardor, en canvi, es pot ser testimoni de la brama del cérvol, dels combats entre bisons mascles o de l'aparellament. Possibilitat d'allargar, ja sigui al restaurant o amb els allotjaments de què disposen.

Diferències/similituds amb Boumort: empresa local d'interès per la seva relació amb la Reserva biològica de Monts d'Azur, que és una de les que es van presentar en un primer moment per l'acció A2.1 d'anàlisi de territoris de característiques similars.

**Zig Zag Randonnées** és una agència de viatges petita amb seu a París que ofereix viatges de recorreguts de trekking o de senderisme arreu del món, preferentment en zones poc turístiques o salvatges on impera la natura. Funcionen amb molts treballadors externs: guies, corresponsals, acompanyants... Públic principalment adult tot i que existeix l'opció de circuits per a famílies. Alguns productes a Catalunya, sobretot a la zona de Pirineus.

El producte que s'ofereix, *Animaux et fleurs des Pyrénées en famille*, és una molt bona opció per observar la fauna i la flora dels Pirineus en família a través d'un circuit original de senderisme per la zona de Val d'Azun i Gavarnie. Cada dia es centra en un animal o "tema" diferents i a partir d'aquí es programen activitats relacionades amb l'ecoturisme i l'observació d'aus per tal que els més petits entrin en contacte el món de la natura, sempre acompanyats d'un guia naturalista. Es combinen dies sencers amb altres de "petite journée". Els grups són de 5 a 14 persones i la dificultat varia en funció del nivell general. Allotjament en hotel de 2 estrelles durant 5 nits i possibilitat de dormir en alberg, sempre a pensió completa. Opció de transport local i de préstec de material.

Diferències/similituds amb Boumort: com en el cas de l'operador *Destinations Merveilles*, la seva programació es centra en el turisme de natura de forma genèrica però, per altra banda, aquest producte adreçat a famílies combina el senderisme, l'observació de fauna i altres activitats de coneixement de la zona.

**NABU - Reisen Birdingtours** és una agència alemanya petita especialitzada en birdwatching i fauna amb seu a Heitersheim i activa des del 2002. Ofereix productes centrats sobretot en birdingtours, però també activitats associades com caiac, bicicleta i senderisme. Participa i col·labora en projectes solidaris: Plantació d'arbres al Parc Nacional La Tigra, Honduras; compromís amb la preservació de les aus. Opera a tot el món, però la majoria de productes són a Europa (bona oferta a Alemanya), s'adreça a tot tipus de públic: familiar, adult, expert, individual o sènior.

El producte que ofereix, *Vogelparadiese in Spanien*, consisteix en una ruta de 9 dies centrada en l'observació d'aus pel Parque Nacional de Doñana, la Devesa extremeña i el Parc Nacional de Monfragüe. Amb grups reduïts, un guia expert i dos allotjaments a mitja pensió (un a Trujillo i l'altre a El Rocío), aquesta proposta es centra en la fotografia i l'observació especialitzada d'aus de la mà de Roberto Cabo, un especialista amant de la natura i els animals. La dificultat és baixa i és possible allargar.

Diferències/similituds amb Boumort: s'ha triat aquest operador per la seva rellevància al mercat alemany d'observació de fauna i per la diversitat de públics als quals es dirigeix. El producte, ornitològic, manté semblances amb la fauna que atrau a molts visitants a Boumort.

**NatureTrek** és una agència de viatges important amb seu a Anglaterra que ofereix una gran selecció d'ofertes de viatge a la naturalesa guiats per experts. Els productes tenen personalitat i professionalitat i es centren en l'observació de fauna arreu del món; el programa inclou birdwatching, tours botànics i observació d'animals salvatges com balenes o tigres, tot i que també ofereixen trekking, creuers d'expedició per tot el món o tours de conservació. Al Mediterrani: Espanya, França, Itàlia i Grècia. A Espanya: Mallorca, Menorca, Canàries, Andalusia, Picos d'Europa etc. A Catalunya: ruta pels Pirineus.

El producte que s'ofereix, *Nature Photography - in the Spanish Pyrenees*, consisteix en 8 dies dedicats a la pràctica de fotografia d'ocells, insectes i flora salvatge pel Pirineu aragonès (Gola de Biniés, Berdún i la Vall de Hecho). El públic a qui va dirigit són aficionats a la fotografia de natura, ja que el guia és expert en fotografia i la zona, amb un perfecte domini de l'anglès. L'allotjament és una casa d'hostes típica de la regió a pensió completa.

Diferències/similituds amb Boumort: operador d'observació de fauna rellevant al Regne Unit. El producte, de fotografia, és comparable als que es programen actualment a la zona de Boumort i del Pallars.

**Explore!** és una agència de viatges important amb seu al Regne Unit que ofereix una alta varietat de productes d'aventura i relacionats amb la natura arreu del món, sobretot a Europa i al Mediterrani. Malgrat que els productes van adreçats principalment a adults tenen una secció de vacances actives per a famílies; entre les ofertes més habituals destaca el ciclisme (també a països com Tanzània), el trekking per zones muntanyoses i costaneres i vacances autoguiades o amb grups reduïts. Les vacances relacionades amb l'observació de fauna compten amb un apartat important a la web. És una de les grans agències de turisme de natura en què els temes de sostenibilitat hi són més visibles.

El producte que s'ofereix, *Brown Bear Weekend*, consisteix en un cap de setmana llarg localitzant animals salvatges en un indret recòndit de Finlàndia, amb especial interès en l'os bru. Els grups són de 8 a 14 persones, que van de la mà d'un guia expert tant en l'exploració del bosc, com de la fauna silvestre com en l'hàbitat dels ossos. S'entra en contacte amb la regió de Kianuu, famosa per la seva bellesa salvatge. L'allotjament és senzill i una de les nits es fa en un hide. També incorpora un dia lliure amb activitats proposades com kayak o senderisme.

Diferències/similituds amb Boumort: empresa que ja treballa a la zona del Pallars Sobirà amb un producte de vacances actives per a famílies. En canvi, el producte és a una zona diferent però podria encaixar amb el tipus de productes de Boumort i del Pallars.

**Responsible Travel** és un portal de turisme responsable que ofereix més de 1000 destins de vacances a partir d'operadors especialitzats en aventura, turisme cultural i vacances en família. La seva política es basa en un turisme responsable i respectuós i ofereixen l'opció de fer donatius quan pagues el viatge. Els productes d'Espanya es centren en cicloturisme i senderisme, però també n'ofereixen d'ecoturisme i observació de fauna.

El producte que s'ofereix, *South Africa and Swaziland Safari*, consisteix en 17 dies de ruta per a famílies a mode d'introducció als parcs nacionals i plens de fauna que recorren la Rainbow Route. Es combinen excursions amb vehicles de safari i pernoctacions a llocs típics que hi afegeixen emoció. Els punts forts són la possibilitat de veure els animals del Kruger National Park de molt a prop, passejar-se per paisatges increïbles com el del Tsitiskama National Park i disposar de guies molt ben qualificats. Safari compromès amb el turisme sostenible.

Diferències/similituds amb Boumort: en la tria d'operadors i productes s'ha volgut donar a conèixer aquest portal per l'interès en la comercialització de productes enfocats a un turisme sostenible. Malgrat les diferències entre la destinació i Boumort, la presentació del producte escollit és seductora i assimilable pel que fa a la manera d'exposar els de Boumort.

**Walksworldwide** és una empresa petita i independent amb seu a un poble d'Anglaterra que ofereix excursions de trekking i excursions de qualitat a les grans destinacions de turisme del món (autoguiades o en grup). També ofereixen assessorament i assistència pràctica en cas que vulguis planificar el teu propi viatge. La majoria de productes són a Europa (França, Itàlia, Grècia, Espanya), però també n'hi ha a Àsia, Àfrica, Orient Mitjà i Amèrica.

El producte que ofereix, *Walking with Bears*, consisteix en 8 dies per Eslovàquia per veure l'os dels Carpats a través d'un itinerari únic i exclusiu que barreja l'observació de fauna i el trekking. La dificultat és alta i està pensat per adults (grups de 4 a 8 persones); els punts forts són la possibilitat de passar per zones normalment restringides als turistes, així com els paisatges i la fauna de les muntanyes High Tatres i les seves gorgues. Es pernocta en hotel, pensió i cabanya amb mitja pensió. A l'hora d'observar la fauna es recalca que, en comptes d'esperar que apareguin els ossos, es rastreja i busca seguint petjades i rastres.

Diferències/similituds amb Boumort: de nou no es tracta d'un operador especialitzat en observació de fauna, sinó de senderisme. Tot i això, el producte de caminar entre ossos és interessant perquè passa per zones normalment restringides al públic general.

**SNP** és una agència holandesa important especialitzada en viatges actius i d'aventura, amb productes de birdwatching, senderisme, cicloturisme, ecoturisme i fotografia. Opera principalment a Europa, però també té productes a la resta del món (molts d'ells itinerants entre diverses zones). Es dirigeix a tot tipus de públic, ja sigui individual, amb grups o familiar. SNP està vinculada a ANWB (Automòbil Club d'Holanda).

El producte que ofereix, *Ebrovallei en Pyreneeeën volgereis*, consisteix en 11 dies de ruta que comença al Delta de l'Ebre i acaba al Pirineu centrada en el birdwatching professional per 4 biòtops amb manuals, taules tècniques i equip. A més, el producte inclou rutes curtes de senderisme pels Monegros, les gorgues de la Sierra de Guara i Alquézar i bona part del curs del riu Ebre, passant per algunes zones que estan tancades al públic. El pack inclou guies experts i allotjament local, trasllats amb minivan i mitja pensió.

Diferències/similituds amb Boumort: ens ha semblat important donar a conèixer la programació d'aquest operador holandès que treballa a Catalunya. Quant al producte, combina el Delta de l'Ebre amb una zona de Pirineus propera i similar a Boumort.

**WildPoland** és una empresa petita creada per dos especialistes de la fauna que ofereixen tours en pack de 8-15 dies per gaudir de l'observació de fauna, possibilitat d'assistir a festivals estacionals durant 7-9 dies o petites escapades de 4 dies per observar la vida silvestre. Disposen de 8 guies locals experts; els punts forts són els grups reduïts i la originalitat de rutes a zones verges de Polònia, on es pot veure el bisó europeu o els castors, rastrejar ossos, llops i linxs o bé visitar ciutats com Elk.

El producte que s'ofereix, *Bison safari*, consisteix en 4 dies al Białowieża Forest, l'últim bosc natural de Silèsia on encara s'hi troben més de 500 bisons europeus en llibertat i Patrimoni de la Humanitat. El pack inclou allotjament confortable, menjar típic al poble de Białowieża i guies experts en fauna. En funció de l'estació varia l'oferta del safari: a l'estiu es poden fer excursions en bicicleta i, a l'hivern, rastrejar el llop a la neu. Els grups són de 4 a 11 persones, nens han de tenir un mínim de 15 anys

Diferències/similituds amb Boumort: empresa local de dimensió reduïda que actua en una zona de Polònia que també ha estat recomanada com a model de bones pràctiques per part dels gestor de la reserva de Boumort. El producte es combina amb altres activitats, segons la temporada.

**Transfrontier Parks Destinations** és una empresa sud-africana que treballa als Parcs Transfronterers de l'Àfrica Austral i altres àrees adjacents oferint productes de safari, d'estades culturals, allotjaments i rutes de fauna amb 4x4. També gestiona, comercialitza i opera instal·lacions d'hostaleria de propietat comunitària de la zona. El turisme sostenible és un dels seus pilars principals; de fet, van guanyar el WTM World Responsible Tourism Awards com a Tour-operador el 2017. Com a punt fort, ofereixen productes amb empremta africana: safaris, allotjaments integrats en l'espai, estades culturals, rutes amb 4x4 i experiències especials de fauna, de llegendes, gastronòmiques...

El producte *Berg to Bush Trail*, consisteix en 4 dies de ruta amb 4x4 per parcs nacionals com Kruger National Park o les muntanyes Strydpoort. S'hi afegeix un punt d'aventura el *wild camping* i el creuament de rius: pur contacte amb el continent africà gràcies a factors més autèntics com llegendes i història, contacte amb gent local i la gastronomia regional. El preu s'indica en moneda local i ronda els 350 € (més barat si s'és resident). A més, es requereixen un mínim de tres vehicles.

Diferències/similituds amb Boumort: la tria s'ha dut a terme pel fet que va rebre un premi tan prestigiós com el WTM World Responsible Tourism Awards com a Tour-operador el 2017. A més, el producte incorpora temes de llegendes, un atractiu igualment rellevant a la zona del Pallars i de Boumort.