



Med Pearls

Estudi de recerca sobre el turisme *slow* Tendències i novetats a escala internacional Manual per a la creació de productes de turisme *slow*

ÍNDEX

CAPÍTOL 1

Conceptualització i tendències del turisme sostenible i *slow*

CAPÍTOL 2

Criteris i requisits per als paquets de turisme *slow*

CAPÍTOL 3

Estudi de mercat sobre la demanda de turisme *slow*

CAPÍTOL 4

Destinacions amb oferta de turisme *slow*

CAPÍTOL 5

Productes amb una perspectiva de turisme *slow*

CAPÍTOL 6

Esdeveniments internacionals destacats que vinculen turisme i TIC

CAPÍTOL 7

Solucions TIC innovadores aplicables a l'oferta de turisme *slow*

CONTINGUTS

Què és el turisme *slow*?

Fets i xifres

Què és el turisme sostenible?

Característiques del turisme *slow*

Perfil del turista *slow*

Què és el turisme *slow*?

El turisme *slow* o lent sensibilitza sobre l'oferta i la demanda de valors ètics, permet tornar a apoderar-se del temps, alleugereix l'ansietat i l'estrès provocats per un ritme frenètic, ajuda els hostes a tornar a connectar amb si mateixos i tot el que els envolta, crea una nova forma de consciència gràcies a una experiència més profunda i integral i, així, posa l'accent en la sostenibilitat, la responsabilitat i el respecte pel medi ambient de totes les parts implicades.

Dall'Aglia et al. (2011)

Característiques principals del turisme *slow*

- Canvis en el concepte de viatge i l'ús del temps durant el viatge
- Alternativa al turisme de masses
- Centrat en allò que és local
- Centrat en la cultura
- Sostenible i amb inquietuds mediambientals
- Canvis en la qualitat de l'experiència
- Autenticitat
- Viabilitat i creació de noves empreses

Característiques del turisme slow segons la revisió de la bibliografia de Valls et al. (2019).

Una experiència de turisme *slow* sempre ha de ser congruent en quatre àmbits fonamentals: transport, allotjament, gastronomia i activitats. Si tots ells es combinen en la proporció adequada, el turista *slow* tindrà l'oportunitat de descobrir una destinació amb una perspectiva completament nova i absolutament satisfactòria.



Fets i xifres

- El turisme *slow* es va començar a identificar com una forma independent de turisme a principis dels 2000. Va néixer fruit d'una evolució de la lògica del menjar *slow* i el moviment Cittaslow.
- El turisme *slow* també forma part de la gran categoria del «turisme sostenible» i integra una gran varietat d'activitats en què la consciència personal, la intensitat de les activitats i les relacions amb l'entorn i amb les altres persones implicades són presents.
- El turisme *slow* destaca perquè els turistes prefereixen gaudir d'una experiència genuïna i no són gaire favorables a estar connectats permanentment. Amb tot, en el turisme *slow* la tecnologia es pot fer servir per millorar l'accés a la informació, millorar l'experiència o amb finalitats publicitàries.
- L'oferta de turisme *slow* ha de fer propostes que permetin l'ús de mitjans de transport nets i lents, tant per arribar a la destinació com per moure-s'hi.
- Les activitats han d'oferir al turista l'oportunitat d'aprofundir la seva relació amb l'entorn i la població local. L'allotjament no ha de ser massiu ni estàndard, i els àpats han de ser de temporada, ajustats a la tradició local i conreats amb criteris sostenibles.

Què és el turisme sostenible?

Tradicionalment, el turisme sostenible s'ha definit com un tipus de turisme que «satisfà les necessitats dels turistes i les regions amfitriones d'avui dia i alhora protegeix i millora les oportunitats de futur». També s'ha definit com una activitat «concebuda per donar pas a una gestió de tots els recursos que satisfaci les necessitats econòmiques, socials i estètiques i, alhora, mantingui la integritat cultural, els processos ecològics essencials, la diversitat biològica i el sistema de manteniment de vida».

Cernat, L.; Gordon, J. (2007). «Is the Concept of Sustainable Tourism Sustainable? – Developing the Sustainable Tourism Benchmarking Tool», document de la UNCTAD.

Busca aquests objectius:

- Fa un ús òptim dels recursos ambientals emprats.
- Respecta l'autenticitat sociocultural de les comunitats amfitriones.
- Genera i reparteix els beneficis econòmics entre totes les parts interessades (visitants, proveïdors, comunitats amfitriones, etc.).

Cinc idees clau per quantificar el turisme sostenible

#1: La demanda (declarada) de turisme sostenible va en augment arreu del món.

#2: La demanda de turisme sostenible no és igual a tots els països.

#3: La demanda de turisme sostenible varia en funció de l'edat dels turistes.

#4: La demanda declarada de turisme sostenible no és igual a la demanda real.

#5: El turisme no podrà evitar la preocupació creixent per la sostenibilitat.

Què és el turisme sostenible?

Principals mercats de demanda del turisme sostenible

Per tal de determinar quins són els set països amb més potencial per ser mercats emissors de turisme *slow* cap a la regió mediterrània (i, més en concret, cap als països que formen part del projecte Med Pearls) s’han adoptat dos criteris:

- 1) Que pertanyin a la llista de principals mercats turístics emissors cap als països del Med Pearls: s’ha de tenir en compte l’impacte a totes les destinacions en conjunt (les destinacions del Med Pearl es consideren una destinació única).
- 2) Que pertanyin a la llista de països que es preocupen més pel medi ambient i, per tant, tenen més probabilitats de tenir un concepte sostenible de la seva conducta a l’hora de viatjar.

França
Alemanya

Països baixos
Suècia
Suïssa

Regne Unit
Estats Units

Lloc	País
1	Alemanya
2	França
3	Regne Unit
4	Estats Units
5	Països Baixos
6	Rússia
7	Àustria
8	Suïssa
9	Bèlgica
10	Canadà
11	Xina
12	Suècia

Taula 2.1. Llista de principals mercats turístics emissors cap als països del Med Pearls, basada en les dades de l’OMT (2018) i l’INE (2018) (elaboració pròpia).

Lloc	País
1	Dinamarca
2	Luxemburg
3	Suïssa
4	Regne Unit
5	França
6	Àustria
7	Altres països nòrdics: Finlàndia, Suècia i Noruega
8	Alemanya
9	Països Baixos
10	Japó

Taula 2.2: Llista dels països amb millor índex d’acompliment ambiental. Font: Resultats IAA 2020, Universitat de Yale

Característiques del turisme *slow*

Slow

Definit com a «temps, inactivitat, peresa» en oposició a «el temps és or». Aquesta filosofia porta a fer servir vehicles lents, agendes lentes i l'«assimilació lenta dels paisatges canviants».

Sostenibilitat

L'impacte de l'activitat turística sobre l'entorn, l'economia i la societat locals.

Autenticitat

Capacitat de crear i oferir una experiència característica, no artificial i fortament connectada amb la cultura i les tradicions locals i, alhora, oposada als «productes i serveis estàndard/globalitzats».

Aventura

El turisme d'aventura com a viatge que inclou almenys dos dels tres elements següents: activitat física, entorn natural i immersió cultural. Els viatges que incorporin els tres elements proporcionaran als turistes l'experiència d'aventura més completa.

Creativitat

Oferir oportunitats per al creixement creatiu personal es tradueix en un compromís més gran amb els usuaris i turistes perquè permet que visitants i amfitrions siguin creatius junts.

Emoció

Capacitat de generar moments memorables que fan que l'hoste se'n vagi essent una persona diferent, marcada per una integració autèntica i una experiència gratificant.

Alteritat

L'«esfera de les relacions entre persones amb opinions, creences, coneixements i cultures diferents» que creen «oportunitats profitoses d'intercanvi entre elles». Especialment, la relació entre l'hoste i la població local, l'oferta turística i els hostes mateixos.

Perfil del turista *slow*

	Turista <i>slow</i>	Turista convencional
Inspiració	Des dels llibres de viatges fins a internet	Internet
Reserva	Per telèfon o correu electrònic (per tenir un contacte més directe), però també per internet	Amb motors de reserves a internet, però també per correu electrònic
Ús d'Operadors Turístics (<i>emissors</i>)	Només si és imprescindible	Sí
Informació i mapes de la destinació	Des de les guies de viatges (en paper) fins al mòbil	Mòbil o tauleta
Fer fotografies	Càmera analògica, si és possible o mòbil	Mòbil
Ús de les xarxes socials per compartir el viatge o fotografies	Tendència a l'alça	Sí, sempre
Actitud personal envers la destinació, la gent i l'entorn	«Desconnexió» de la vida quotidiana i «connexió» plena amb la destinació	Connexió permanent amb la vida quotidiana (mòbil) i poca (o cap) connexió amb la destinació.

Comparació entre els perfils de turistes *slow* i convencionals. Font: Elaboració pròpia i extractes de Moira, Mylonopoulos i Kondoudaki (2017).

CAPÍTOL 1

Conceptualització i tendències del turisme sostenible i *slow*

Perfil del turista *slow*

Turista <i>slow</i>	Turista convencional	
Lleuger i essencial. Probablement compra roba local a la destinació	Pesat (equipatge innecessari), comprat i portat del lloc d'origen	Equipatge i roba
Preferència per mitjans de transport alternatius, sobretot tren o autobús. També compartits, ecològics i sense presses.	Preferència per les línies aèries de baix cost o els vehicles d'ús exclusiu	Mitjans de transport fins a la destinació
Preferència pel transport públic, compartit, ecològic i sense presses.	Els que permeten moure's amb rapidesa (per exemple, vehicles d'ús exclusiu)	Mitjans de transport dins la destinació
Allotjament amb autòctons o en petits negocis familiars i acollidors	Grans cadenes hoteleres	Allotjament
Cuina local i tradicional / menjar i beguda ecològics	Menjar ràpid, menjar d'hotel, menjar internacional	Menjar
Agenda flexible o inexistent	Tot està inclòs en un programa	Agenda
Preferència pel contacte directe amb la natura o la població local. Sense intermediaris	Amb intermediaris. Mínim contacte amb la població local	Activitats

Comparació entre els perfils de turistes *slow* i convencionals. Font: Elaboració pròpia i extractes de Moira, Mylonopoulos i Kondoudaki (2017).

CONTINGUTS

Directrius i classificació

Requisits generals

Requisits del transport

Requisits del menjar

Requisits de les activitats

Requisits de l'allotjament

Al full tècnic es presenten els criteris i requisits més importants que cal complir per crear paquets i experiències de turisme *Slow* atractius per a agències de viatges receptives i turistes.

DIRECTRIUS

- Genera experiències que ajuden a preservar la identitat de la destinació.
- Ofereix serveis i productes en consonància amb la geografia local i la temporada.
- Ofereix experiències transcendents.
- Ofereix una combinació de productes integrats.
- Crea aliances amb altres actors turístics locals.
- Elabora una narrativa atractiva.
- Es comunica proactivament.
- Estableix relacions de llarga durada amb els clients/usuaris.

CLASSIFICACIÓ

El full tècnic es classifica en diferents apartats, en què es presenten les característiques que hauria de tenir un paquet de turisme *slow* perfecte, tenint en compte els següents aspectes:

CARACTERÍSTIQUES GENERALS

TRANSPORT

TRANSPORT

MENJAR

ALLOTJAMENT

Perquè un paquet turístic es consideri *slow*, ha de complir uns requisits obligatoris mínims. Com més requisits compleixi el paquet, més en acord amb la «filosofia del turisme *slow*» estarà.

CARACTERÍSTIQUES GENERALS

S'han marcat les caselles dels requisits obligatoris.

- ☒ El paquet consisteix en una experiència turística en grups petits (unes 15 persones com a màxim) o individual.
- ☒ El paquet pot ser guiat (guia local) o autoguat (amb ajuda permanent).
- ☒ L'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva que ofereix el paquet té una idea/oferta/filosofia de turisme sostenible i responsable.
- ☒ L'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva crea aliances amb altres actors turístics locals.
- ☒ L'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva s'esforça activament per promoure la imatge dels paquets i la destinació a través de diferents plataformes mediàtiques i mitjans de comunicació.
- ☒ L'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva fomenta la igualtat social dels productes i serveis contractats a proveïdors locals.
- ☒ El paquet pretén minimitzar l'impacte sobre els recursos locals i l'entorn.
- ☒ L'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva es troba preferiblement al mateix lloc on es produeix l'experiència o bé prou a prop com per garantir el bon funcionament sobre el terreny i els vincles amb les comunitats i la cadena de valors locals.
- ☒ Totes les parts i el personal que participen en el paquet han de tenir unes condicions laborals justes.
- ☐ L'experiència té lloc a zones amb pocs fluxos turístics, com ara zones rurals, costaneres o muntanyoses i també ciutats petites o pobles.
- ☐ El paquet s'anuncia a llocs web i canals de vendes amb una perspectiva sostenible.
- ☐ L'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva es compromet a establir una relació de llarga durada amb les parts i els proveïdors turístics.
- ☐ L'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva fomenta la formació del personal i la formació continuada com a part del sistema de gestió de la sostenibilitat. Tot el personal rep formació sobre polítiques socials i mediambientals.
- ☐ L'operador turístic de l'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva ha aplicat polítiques de compra que afavoreixen els productes i serveis sostenibles i locals, inclosos els materials de construcció, els béns d'equipament, el menjar, la beguda i els consumibles.
- ☐ L'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva comunica les seves accions respecte de la gestió sostenible, la responsabilitat social i l'ètica en les relacions laborals.
- ☐ L'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva fa servir les noves tecnologies en les seves accions publicitàries i comunicatives (per exemple, fullets electrònics, canals de contacte electrònics, etc.).
- ☐ L'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva té un lloc web modern i actualitzat en diferents llengües (almenys en anglès).
- ☐ L'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva està disposada a proporcionar informació als clients pels mitjans convencionals però també per les xarxes socials.

TRANSPORT

S'han marcat les caselles dels requisits obligatoris.

- ☒ El paquet inclou i fomenta l'ús de mitjans de transport sostenibles.
- ☒ El paquet inclou almenys un transport sostenible, com la bicicleta o la bicicleta elèctrica, el segway, caminar, els vehicles elèctrics o qualsevol altre mitjà de transport respectuós amb el medi ambient.
- ☒ El paquet presenta itineraris per rutes menys concorregudes.
- ☐ Els mitjans de transport sostenibles formen part de l'experiència i les activitats del paquet.
- ☐ L'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva emprèn accions per reduir o compensar les emissions de CO2.
- ☐ L'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva proporciona informació i facilita l'ús del transport públic local.
- ☐ La major part de proveïdors de transport du a terme processos per minimitzar els impactes negatius sobre el medi ambient.
- ☐ L'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva organitza els trasllats dels grups durant l'experiència tenint en compte l'opció més eficient.
- ☐ L'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva ofereix el trasllat de l'equipatge als participants que optin per una ruta de *soft mobility* ("mobilitat tova": transport no motoritzat)
- ☐ L'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva té opcions per a les persones amb mobilitat reduïda.
- ☐ S'ofereixen GPS o aplicacions de transport per als viatges autoguiats.

MENJAR

S'han marcat les caselles dels requisits obligatoris.

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Es proporciona informació sobre l'origen, els productors, els plats típics i la qualitat del menjar. | <input type="checkbox"/> El paquet inclou tastos gastronòmics o visites a productors locals. |
| <input checked="" type="checkbox"/> Els productes gastronòmics que s'ofereixen durant el viatge són locals o venen de productors locals. | <input type="checkbox"/> El personal de servei i els xefs tenen formació sobre la importància d'informar de l'origen i la qualitat dels productes emprats. |
| <input checked="" type="checkbox"/> El paquet promou la gastronomia com a part de la cultura i la tradició de la destinació. | <input type="checkbox"/> Tots els proveïdors implicats tenen el compromís de reduir l'impacte negatiu sobre el medi ambient i evitar el malbaratament d'aliments. |
| <input type="checkbox"/> Els productes que s'ofereixen durant el viatge són de temporada, orgànics i de comerç just. | <input type="checkbox"/> Els menús que se serveixen són adequats per al tipus d'activitat (és a dir, excursionisme o ruta ciclista) i l'hora del dia ideal per a l'activitat (per exemple, esmorzar a primera hora per als observadors d'ocells). |
| <input type="checkbox"/> Preferiblement, els restaurants i serveis relacionats amb la gastronomia inclosos en el paquet tenen reconeixements i certificacions com les etiquetes d'orgànic i comerç just o el reconeixement de la denominació d'origen. | <input type="checkbox"/> Es rebutgen els plàstics d'un sol ús per a objectes reutilitzables (per exemple, per als envasos de pícnic). |
| <input type="checkbox"/> El paquet inclou una activitat de collita o compra d'un mercat local. | <input type="checkbox"/> S'inclou un codi QR a cada menú o cada plat de la carta per trobar més informació sobre la zona d'origen, el valor nutricional i qualsevol dada rellevant. |

TRANSPORT

S'han marcat les caselles dels requisits obligatoris.

- | | |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Les activitats del paquet aspiren a protegir i promocionar el patrimoni natural i cultural (tangible i intangible). | <input type="checkbox"/> El paquet evita les experiències culturals artificioses i controvertides que no respecten la cultura autòctona. |
| <input checked="" type="checkbox"/> Les activitats del paquet ajuden a conèixer millor la identitat local. | <input type="checkbox"/> El paquet inclou diversos nivells d'activitats per a tots els tipus de turistes. |
| <input checked="" type="checkbox"/> El paquet combina activitats d'alguns d'aquests camps: natura, cultura, benestar o gastronomia. | <input type="checkbox"/> Les activitats del paquet són experiències que s'ajusten a la temporada en què es duen a terme. |
| <input checked="" type="checkbox"/> Els guies i els proveïdors d'activitats són experts locals de renom que tracten l'entorn i les comunitats locals amb respecte. | <input type="checkbox"/> En l'oferta d'activitats s'inclouen itineraris i paquets que tenen en compte les necessitats dels turistes amb requisits d'accessibilitat específics. |
| <input checked="" type="checkbox"/> En les activitats es fomenten la conducta i els valors del turisme responsable. | <input type="checkbox"/> Les activitats incrementen l'orgull i la confiança de les comunitats locals i fomenten el respecte entre turistes i amfitrions. |
| <input type="checkbox"/> Les activitats del paquet permeten que els visitants connectin amb la història i les tradicions locals de la destinació de moltes maneres: festes i tradicions, gastronomia, artesanía, etc. | <input type="checkbox"/> L'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva explica als clients quines són les normes de les zones protegides o qualsevol informació considerada rellevant per protegir/respectar la població autòctona, el lloc i l'entorn. |
| <input type="checkbox"/> Les activitats del paquet inclouen un component d'aprenentatge. | <input type="checkbox"/> L'empresa de gestió de destinacions / agència de viatges receptiva evita l'ús d'objectes de plàstic d'un sol ús i sensibilitza la clientela perquè no deixi residus a la natura. |
| <input type="checkbox"/> Les activitats del paquet comporten la participació de grups locals com ara comunitats ètniques, representants d'ONG, creadors d'opinió, institucions locals, etc. | <input type="checkbox"/> Les innovacions tecnològiques són presents per l'ús d'aplicacions, realitat virtual o altres solucions innovadores. |
| <input type="checkbox"/> Les activitats del paquet donen als participants temps i espai per a la introspecció i l'autoreflexió. | |

ALLOTJAMENT

S'han marcat les caselles dels requisits obligatoris.

- ☒ Els allotjaments són negocis locals o familiars.
- ☒ Els tipus d'allotjament són granges, masies, cases rurals, càmpings, hotels petits, etc.
- ☒ Els allotjaments treballen amb proveïdors locals.
- ☒ Els allotjaments ofereixen un servei proper i personalitzat i dediquen temps a rebre els clients i informar-los sobre la rodalia i les possibles activitats de la zona.
- ☒ Els allotjaments estan en contacte amb els productors locals i compren i incorporen els seus productes locals en el seu menú diari.
- ☐ Els allotjaments emprenen accions per estimular un procés de canvi i animar la direcció i la resta de personal a innovar.
- ☐ El nombre reduït d'habitacions als allotjaments permet un tracte proper i personalitzat.
- ☐ Els allotjaments estan envoltats d'un paisatge natural/rural.
- ☐ Els allotjaments són accessibles per als clients amb requisits d'accessibilitat específics.
- ☐ Els allotjaments estan preparats o certificats per allotjar clients amb requisits tècnics específics: ciclistes, excursionistes, observadors d'ocells.
- ☐ Els allotjaments informen de les seves accions en relació amb la sostenibilitat i els reconeixements en aquest sentit.
- ☐ Els allotjaments tenen reconeixements o premis a la sostenibilitat i la conducta responsable.
- ☐ Els allotjaments tenen una política definida de sostenibilitat.
- ☐ Els allotjaments que s'ofereixen en el paquet organitzen sessions de formació per al seu personal sobre sostenibilitat i turisme *slow*.
- ☐ Els allotjaments apliquen polítiques que fomenten la contractació de personal autòcton, tant permanent com temporal.
- ☐ Els allotjaments tenen polítiques d'estalvi d'energia que s'apliquen i se supervisen.
- ☐ Els allotjaments tenen una política activa per reduir el consum d'aigua que s'aplica i se supervisa.
- ☐ Els allotjaments han elaborat i aplicat una política sòlida de reducció de residus i reciclatge, amb objectius quantitatius per reduir els residus no reutilitzables o reciclables.
- ☐ Les àrees comunes tenen pantalles LED per proporcionar informació sobre la zona, la predicció meteorològica o qualsevol altra informació útil per als visitants.

CONTINGUTS

França

Alemanya

Països Baixos

Suècia

Suïssa

Regne Unit

Estats Units



En fer aquest estudi, s'ha conclòs que aquests set països són els que tenen més potencial com a mercats emissors de turisme *slow* cap a la regió mediterrània i, més en concret, als països que formen part del projecte Med Pearls.

- S'han adoptat dos criteris:

- 1) Que pertanyin a la llista de principals mercats turístics emissors cap als països del Med Pearls: tenint en compte l'impacte a totes les destinacions en conjunt (les destinacions del Med Pearl es consideren una destinació única).
- 2) Que pertanyin a la llista de països que més es preocupen pel medi ambient i, per tant, tenen més probabilitats de tenir un concepte sostenible de la seva conducta a l'hora de viatjar.

FRANÇA

- A escala mundial, França ocupa el cinquè lloc pel que fa a despesa turística i el segon a la llista de mercats turístics emissors cap als països del Med Pearls en conjunt.
- Les vacances centrades en l'exploració i el respecte per la natura, que eviten les activitats turístiques que incrementen la contaminació i escullen opcions de mobilitat tova, són cada vegada més populars.
- Els francesos també són coneguts per gaudir de les especialitats gastronòmiques autòctones.

Arribades de turistes francesos als països del Med Pearls el 2018

País	Nombre de turistes
Espanya	11.343.649*
Egipte	217.533
Grècia	1.524.001
Jordània	48.399
Itàlia	7.640.667
Palestina	N/A

- **Població:** gairebé 68 milions
- **Edat mitjana:** 41,7 anys
- **Despesa turística internacional:** 47.900 milions d'USD
- **Destinacions favorites (2018):**
 - 1 Espanya
 - 2 Itàlia
 - 3 Regne Unit
 - 4 Portugal
 - 5 Alemanya
 - 6 Marroc
 - 7 Grècia
- **Estacionalitat:** el 2018 els francesos van fer les vacances d'estiu el juliol (26 %) i l'agost (33 %). També solen viatjar durant els mesos d'abril i maig per les vacances de primavera.

* El 2018, 4.166.047 turistes francesos van visitar Catalunya. Font: INE (Institut Nacional d'Estadística).

FRANÇA

Perfil del turista *slow*

Com que no hi ha estudis publicats sobre el perfil dels turistes *slow* francesos en concret, a continuació es presenten com a referència dos perfils que comparteixen alguns aspectes amb el perfil dels turistes *slow*: el perfil de turista excursionista i el perfil de turista explorador.

EXCURSIONISTA

- Als excursionistes francesos els agrada explorar paisatges i busquen el plaer de caminar.
- Quan escullen una destinació, busquen sobretot un equilibri entre paisatges i clima.
- Tipus de vacances
 - Muntanya 79 %
 - Costa 31 %
 - Camp 29 %
 - Escapades urbanes 7 %
- Activitats
 - Activitats *slow* 62 %
 - Activitats culturals 52 %
 - Activitats esportives 39 %

EXPLORADOR

- Els exploradors francesos són persones instruïdes i sovint jubilades o d'una edat propera a la jubilació.
- Volen gaudir del fruit del seu treball regalant-se unes vacances farcides d'activitats interessants i oportunitats d'aprendre.
- Els entusiasma explorar tant els entorns urbans com els paisatges naturals.
- Activitats
 - Activitats estimulants o plenes d'acció.
 - Activitats pràctiques per aprendre.
 - Viure la vida urbana.
- Vacances ideals
 - Tenir temps de gaudir com cal de les coses, especialment de la bellesa de la natura.
 - Veure i conèixer la cultura local autèntica, més enllà dels llocs turístics evidents.
 - Parlar amb les persones autòctones (taxistes, cambrers, etc.).
 - Gastar una mica més per assegurar-se que obtenen el màxim del viatge.

ALEMANYA

- A escala mundial, Alemanya ocupa el tercer lloc pel que fa a despesa turística i el primer a la llista de mercats turístics emissors cap als països del Med Pearls en conjunt.
- La majoria d'alemanys valora la importància de reduir la seva petjada de carboni a l'hora de viatjar. Malgrat que els encanten el sol i les vacances a la platja, als turistes alemanys els agraden les activitats a l'aire lliure i passar les vacances envoltats de natura.

Arribades de turistes alemanys als països del Med Pearls el 2018

País	Nombre de turistes
Espanya	11.414.481*
Egipte	1.707.382
Grècia	4.381.448
Jordània	74.174
Itàlia	13.518.339
Palestina	2.646

- **Població:** 80 milions
- **Edat mitjana:** 47,8 anys
- **Despesa turística internacional:** 94.200 milions d'USD
- **Destinacions favorites (2019):**

- 1 Espanya
- 2 Itàlia
- 3 Àustria
- 4 Grècia
- 5 França
- 6 Benelux
- 7 Croàcia
- 8 Europa de l'Est
- 9 Països nòrdics
- 10 Turquia

- **Estacionalitat:** el període en què més es viatja és el tercer trimestre. Gairebé la meitat dels turistes alemanys decideix viatjar durant les vacances d'estiu. El segon trimestre és el segon període en què més es viatja per les vacances de primavera.

* El 2018, 1.413.212 turistes alemanys van visitar Catalunya. Font: INE (Institut Nacional d'Estadística).

ALEMANYA

Perfil del turista *slow*

Com que no hi ha estudis publicats sobre el perfil dels turistes *slow* alemanys en concret, a continuació es presenten com a referència dos perfils que comparteixen alguns aspectes amb el perfil dels turistes *slow*: el perfil de turista excursionista i el perfil de turista explorador.

EXCURSIONISTA

- Als excursionistes alemanys els agrada explorar paisatges, busquen el plaer de caminar i també tenen un interès cultural.
- Quan escullen una destinació, els excursionistes alemanys busquen sobretot un equilibri entre paisatges i clima i aspectes pragmàtics com ara el preu, l'allotjament, etc.
- Tipus de vacances
 - Muntanya 60 %
 - Costa 37 %
 - Camp 34 %
 - Escapades urbanes 18 %
- Activitats
 - Activitats *slow* 75 %
 - Activitats culturals 64 %
 - Activitats esportives 42 %

EXPLORADOR

- Els exploradors alemanys són persones instruïdes i viatjades, saben què volen i basen les seves decisions en les seves experiències.
- El seu objectiu és aprofundir els seus coneixements i aprendre tan com puguin de les seves vacances.
- Gaudeixen de les visites a llocs icònics, però també els agrada viure la natura.
- Activitats
 - Tastar les especialitats gastronòmiques autòctones.
 - Conèixer la història i el patrimoni.
 - Visitar llocs famosos/icònics.
- Vacances ideals
 - Farcides d'oportunitats d'aprofundir els seus coneixements.
 - Visitar els llocs històrics i icònics.
 - Seguir el pla ben documentat.
 - Tastar l'oferta gastronòmica autòctona.
 - Visitar parcs i la vida rural.

PAÏSOS BAIXOS

- Als neerlandesos, en general, els interessa establir contacte amb les persones autòctones, conèixer la seva cultura i els seus costums, fer activitats a l'aire lliure i tastar la gastronomia local. Els Països Baixos ocupen el cinquè lloc a la llista de mercats turístics emissors cap als països del Med Pearls en conjunt.
- Els Països Baixos són un dels primers països que han analitzat els esforços nacionals per assolir els 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible.

Arribades de turistes neerlandesos als països del Med Pearls el 2018

País	Nombre de turistes
Espanya	3.848.545*
Egipte	189.679
Grècia	1.014.998
Jordània	19.376
Itàlia	2.163.791
Palestina	N/A

- **Població:** 17 milions
- **Edat mitjana:** 42,8 anys
- **Despesa turística internacional:** 21.100 milions d'USD
- **Destinacions favorites (2017):**
 - 1 Alemanya
 - 2 França
 - 3 Espanya
 - 4 Bèlgica
 - 5 Itàlia
 - 6 Àustria
 - 7 Regne Unit
 - 8 Grècia
 - 9 Portugal
 - 10 Estats Units
- **Estacionalitat:** als Països Baixos hi ha tres grans períodes per fer vacances: sis setmanes durant el juliol i l'agost; també tenen vacances a la tardor, i per Nadal. A més a més, hi ha vacances escolars des de "l'Aniversari del Rei" (27 d'abril) fins a mitjan maig.

* El 2018, 733.605 turistes neerlandesos van visitar Catalunya. Font: INE (Institut Nacional d'Estadística).

PAÏSOS BAIXOS

Perfil del turista *slow*

Com que no hi ha estudis publicats sobre el perfil dels turistes *slow* neerlandesos en concret, a continuació es presenten com a referència dos perfils que comparteixen alguns aspectes amb el perfil dels turistes *slow*: el perfil de turista excursionista i el perfil de turista ciclista.

EXCURSIONISTA

- Als excursionistes neerlandesos els agrada explorar paisatges i busquen el plaer de caminar.
- Quan escullen una destinació, busquen sobretot un equilibri entre paisatges, allotjament i clima.
- Tipus de vacances
 - Muntanya 53 %
 - Costa 30 %
 - Camp 23 %
 - Escapades urbanes 22,50 %
- Activitats
 - Activitats *slow* 76 %
 - Activitats culturals 65 %
 - Activitats esportives 32 %

CICLISTA

- Normalment, el turista ciclista neerlandès:
 - Té entre 30 i 49 anys.
 - Sol viatjar amb una altra persona.
 - És de classe social alta.
- Activitats
 - Activitats estimulants o plenes d'acció.
 - Anar en bicicleta és l'activitat principal quan reserva unes vacances ciclistes.
 - En general, també li interessen les excursions, les activitats culturals i la gastronomia.

SUÈCIA

- Els suecs viatgen amb freqüència i gasten molt allà on passen les vacances. Busquen països amb un clima càlid i experiències turístiques culturals i exclusives.
- Els turistes suecs són conscients del canvi climàtic. Com viatgen i la sostenibilitat són factors clau a l'hora d'anar de vacances.

Arribades de turistes suecs als països del Med Pearls el 2018

País	Nombre de turistes
Espanya	2.042.965*
Egipte	70.861
Grècia	508.794
Jordània	11.717
Itàlia	489.840
Palestina	N/A

- **Població:** 10 milions
- **Edat mitjana:** 41,1 anys
- **Despesa turística internacional:** 15.300 milions d'USD
- **Destinacions favorites (2019):**

- 1 Espanya
- 2 Dinamarca
- 3 Noruega
- 4 Alemanya
- 5 Regne Unit

- **Estacionalitat:** el juliol és el mes més popular per anar de vacances. També es viatja durant els mesos de maig i agost. A la primavera i a la tardor, als suecs també els agrada anar de vacances. Sempre busquen destinacions càlides.

* El 2018, 212.329 turistes suecs van visitar Catalunya. Font: INE (Institut Nacional d'Estadística).

SUÈCIA

Perfil del turista *slow*

Com que no hi ha estudis publicats sobre el perfil dels turistes *slow* suecs en concret, a continuació es presenta com a referència el perfil de turista explorador que comparteix aspectes amb el perfil dels turistes *slow*:

EXPLORADOR

- Els exploradors suecs són principalment persones solteres, parelles i parelles amb els fills independitzats.
- Són turistes flexibles que busquen descansar a un ritme relaxat que els permeti gaudir del paisatge natural.
- També són madurs i oberts de mires, amb un gran interès per la cultura, les arts i la història. Còmodes amb si mateixos, busquen estabilitat i familiaritat per relaxar-se, tot i que no els interessa tastar la gastronomia local.
- Activitats
 - Conèixer la vida costanera, el paisatge i les platges.
 - Tastar les especialitats gastronòmiques autòctones.
 - Conèixer la vida rural i el paisatge.
- Vacances ideals
 - Paisatges naturals pintorescos.
 - Vida costanera i platges.
 - Viatjar amb la parella.
 - Ritme lent i comoditat.
 - Tastar la gastronomia local.

SUÏSSA

- La flexibilitat del seu calendari laboral i els seus ingressos elevats, entre altres aspectes, converteixen els suïssos en turistes molt preuats a totes les destinacions.
- Els suïssos són turistes experimentats que busquen productes i destinacions de qualitat. També estan compromesos amb el medi ambient i adoren les activitats a l'aire lliure.

Arribades de turistes suïssos als països del Med Pearls el 2018

País	Nombre de turistes
Espanya	1.884.783*
Egipte	110.405
Grècia	520.814
Jordània	8.096
Itàlia	3.215.894
Palestina	N/A

- **Població:** 8,4 milions
- **Edat mitjana:** 42,7 anys
- **Despesa turística internacional:** 16.000 milions d'USD
- **Destinacions favorites:**
 - 1 França
 - 2 Itàlia
 - 3 Alemanya
 - 4 Espanya
 - 5 Àustria
 - 6 Regne Unit
- **Estacionalitat:** el 2017 un 66 % dels ciutadans suïssos va organitzar les seves vacances durant l'estiu (per sobre de la mitjana europea). Dos de cada cinc van agafar dues setmanes, un 25 %, una setmana i un 18 %, tres setmanes.

Molts viatges es van concentrar entre el maig i l'octubre. La temporada alta acostuma a ser entre el juny i l'agost.

* El 2018, 245.387 turistes suïssos van visitar Catalunya. Font: INE (Institut Nacional d'Estadística).

SUÏSSA

Perfil del turista *slow*

Com que no hi ha estudis publicats sobre el perfil dels turistes *slow* suïssos en concret, en aquesta secció es fa referència a les dades provinents d'un estudi realitzat per l'Institut d'Estudis d'Opinió Sotomo :

- Els suïssos associen la natura amb l'harmonia i el descans, però no amb l'asceticisme ni la renúncia a la comoditat.
- L'excursionisme es considera una activitat que contraresta la pressió d'una societat cada vegada més competitiva i digitalitzada.
- A Suïssa l'excursionisme és, sens dubte, un esport popular i es considera una activitat relaxant com llegir, escoltar música o veure la televisió.
- Els dos factors essencials perquè una excursió triomfi són el bon temps i uns paisatges naturals atractius.
- Activitats a la natura
 - Excursionisme i tresc
 - Natació
 - Submarinisme

REGNE UNIT

- Les tendències del mercat turístic emissor del Regne Unit preveuen l'augment del nombre de turistes que busquen experiències autèntiques. La preocupació per l'impacte de les vacances sobre les comunitats autòctones i el medi ambient també creixerà. Dues de les principals tendències que cal observar són el turisme *slow* i l'increment de l'atenció sobre l'impacte provocat pel turisme. Gran part de la població britànica valora la importància de reduir la seva petjada de carboni.
- El Regne Unit ocupa el tercer lloc a la llista de mercats turístics emissors cap als països del Med Pearls en conjunt.

Arribades de turistes britànics als països del Med Pearls el 2018

País	Nombre de turistes
Espanya	18.502.722*
Egipte	435.722
Grècia	2.942.763
Jordània	50.449
Itàlia	6.006.577
Palestina	N/A

- **Població:** 65 milions
- **Edat mitjana:** 40,6 anys
- **Destinacions favorites (2019):**

- 1 Espanya
- 2 França
- 3 Estats Units
- 4 Itàlia
- 5 Alemanya
- 6 Grècia
- 7 Portugal
- 8 Països baixos
- 9 Turquia

- **Estacionalitat:** les vacances d'estiu són la temporada alta. No obstant, els britànics viatgen en altres períodes, coincidint amb les vacances escolars: les vacances de febrer, les de Setmana Santa, les d'estiu, les de tardor i les de Nadal.

* El 2018, 2.106.301 turistes britànics van visitar Catalunya. Font: INE (Institut Nacional d'Estadística).

REGNE UNIT

Perfil del turista *slow*

Com que no hi ha estudis publicats en què es descrigui detalladament el perfil dels turistes *slow* britànics, a continuació hi ha un apartat amb alguns dels trets que els caracteritzen, inclosos els hàbits i les tendències, complementat amb les tendències clau del turisme sostenible i *slow* al Regne Unit el 2020.

- Tendències clau del turisme sostenible/*slow* al Regne Unit el 2020:

- L'auge del turisme *slow*

A l'era digital, quan tot passa de pressa, s'observa que cada cop és més freqüent que els turistes decideixin abaixar el ritme i conèixer les destinacions a un nivell més profund, fent connexions més genuïnes amb la població local i la seva cultura al llarg del camí.

- Més atenció als impactes mediambientals del turisme

Els consumidors són cada vegada més conscients de l'impacte mediambiental i social de les seves vacances. Després d'anys de sensibilització sobre temes concrets com el benestar animal, els residus plàstics i el canvi climàtic, s'ha avançat en la conscienciació dels consumidors.

- Aviació elèctrica

El futur de l'aviació va cap a les aeronaus elèctriques, ja que els avenços tecnològics i la demanda creixent de mitjans de transport més sostenibles han convertit el concepte dels vols elèctrics comercials en un horitzó molt real.

- Tracte personalitzat

Les empreses de viatges estan creant nous tipus de productes turístics flexibles i immersius que satisfan les diferents preferències per assegurar-se que atreuen diferents tipus de turistes.

ESTATS UNITS

- Els Estats Units són un mercat madur amb turistes experimentats que busquen experiències exclusives. A escala mundial, els Estats Units ocupen el segon lloc pel que fa a despesa turística i el quart de mercats turístics emissors cap als països del Med Pearls en conjunt.
- Els turistes d'aventura i els turistes de la tercera edat són dos segments importants que viatgen en consonància amb la filosofia del turisme sostenible/*slow*. També són famosos per gaudir de la gastronomia i els vins locals.

Arribades de turistes nord-americans als països del Med Pearls el 2018

País	Nombre de turistes
Espanya	2.949.710*
Egipte	287.796
Grècia	1.097.445
Jordània	120.384
Itàlia	4.091.952
Palestina	54.880

- **Població:** 332 milions
- **Edat mitjana:** 38,5 anys
- **Despesa turística internacional:** 144.200 milions d'USD
- **Destinacions favorites (2018):**

- 1 Mèxic
- 2 Canadà
- 3 França
- 4 Itàlia
- 5 Regne Unit

- **Estacionalitat:** als turistes nord-americans els agrada viatjar a l'estranger tot l'any. Hi ha pics estacionals durant les vacances de primavera, entre els mesos d'abril i maig; durant l'estiu, entre el juny i el juliol, i pels volts de les vacances de Nadal, al desembre. Normalment al desembre es produeix el nombre més alt de sortides internacionals, ja que els nord-americans aprofiten les vacances de Nadal sobretot per visitar amics o anar a llocs amb climes més càlids. Els pics turístics estacionals són més aplicables a les famílies que han de viatjar durant les vacances escolars.

* El 2018, 1.374.482 turistes nord-americans van visitar Catalunya. Font: INE (Institut Nacional d'Estadística).

ESTATS UNITS

Perfil del turista *slow*

Com que no hi ha estudis publicats sobre el perfil dels turistes *slow* nord-americans en concret, a continuació es presenten com a referència dos perfils que comparteixen alguns aspectes amb el perfil dels turistes *slow*: el perfil de turista d'aventura i el perfil de turista "sightseer".

D'AVENTURA

- Buscar activament experiències turístiques noves.
- Considera que viatjar és tenir experiències noves i enriquidores.
- Gaudeix treballant en idees noves.
- Abraça el món i n'aprecia els matisos quan viatja.
- Li agrada més que a la majoria aprendre coses noves.
- Activitats
 - Excursionisme
 - Visitar amics i familiars
 - Acampar

SIGHTSEER

- Les persones jubilades tenen estalvis per gastar, però potser estan lligades i necessiten temps per planificar.
- Són persones adinerades.
- Activitats
 - Visitar llocs famosos/icònics.
 - Conèixer la història i el patrimoni.
 - Tastar les especialitats gastronòmiques autòctones.
- Vacances ideals
 - Una aventura cultural en què es pugui aprendre i créixer (història, art, música, arquitectura).
 - Molta socialització amb la població autòctona.
 - Molt per veure i per fer (físicament i mentalment).
 - Algunes experiències inesperades.
 - Una mica de luxe i sofisticació.

CONTINGUTS

Reserva forestal d'Ajlun (Jordània)

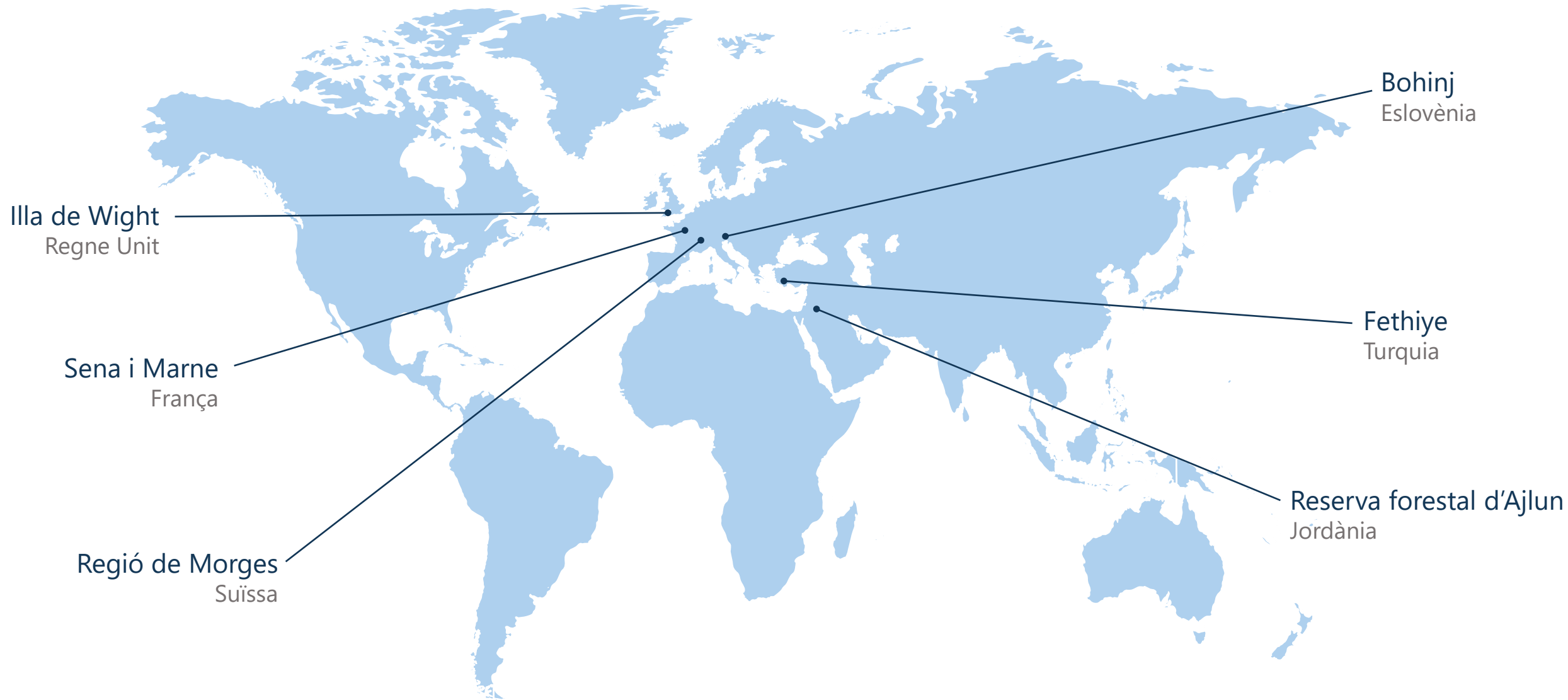
Bohinj (Eslovènia)

Fethiye (Turquia)

Illa de Wight (Regne Unit)

Regió de Morges (Suïssa)

Sena i Marne (França)



Reserva forestal d'Ajlun (Jordània)

Com una de les 100 primeres destinacions sostenibles del 2018, la reserva forestal d'Ajlun ofereix als visitants una manera d'explorar aquest bosc fent turisme *slow* gràcies a activitats que impliquen les comunitats locals. A més, la reserva compta amb un allotjament integrat en l'entorn d'acord amb uns criteris sostenibles.

Població

11.047 habitants al municipi d'Ajlun, segons el cens del 2019.

194.700 habitants a la província d'Ajlun, segons el cens del 2019.

Distincions i estratègies

- La Reial Societat per a la Conservació de la Natura de Jordània (RSCN).
- Una de les 100 primeres destinacions sostenibles del 2018.
- Llista verda de la UICN.
- Estudi de cas: La innovació dels nous circuits turístics i el seu efecte sobre el procés turístic a Ajlun.

Més informació

L'allotjament a la reserva és respectuós amb el medi ambient, ja que té plaques fotovoltaïques a la teulada per estalviar energia d'una manera sostenible. A més, l'arquitectura i l'estil s'integren en la reserva forestal.



La reserva forestal d'Ajlun té un allotjament dins dels seus límits. Aquest allotjament es troba en una gran extensió d'herba envoltada de garrofers, roures, festucs i maduixeres. Hi ha cinc cabanes amb serveis privats, terrassetes obertes tot l'any i deu bungalows per a quatre persones amb dutxes i lavabos a la vora que obren des de mitjan març fins a finals d'octubre.



A la reserva forestal d'Ajlun hi ha dos restaurants que serveixen menjar casolà tradicional de la zona. Els hostes de la reserva forestal d'Ajlun poden gaudir d'àpats casolans a casa dels habitants de la zona i els amfitrions també poden ensenyar als hostes com es preparen.



A la reserva forestal d'Ajlun, el mitjà de transport més habitual és el cotxe, amb el qual els visitants es poden moure sense dificultat. Segons el Sr. Othman Altawalbeh, director de la reserva forestal d'Ajlun, intenten desplegar altres opcions sostenibles, com ara autobusos públics o buguis, però encara estan en una fase de pensar com fer-ho, perquè la reserva és enorme.



A la reserva forestal d'Ajlun hi ha un gran nombre d'activitats adreçades a apropar els visitants a l'entorn i els llocs que visiten per mitjà de l'exploració i l'aprenentatge actiu a través de les seves famoses vies i les activitats amb la població autòctona.



En termes generals, l'RSCN ha publicat el seu calendari amb actes generals, com ara els debats sobre natura, les conferències de l'RSCN i les celebracions de dies internacionals (Dia del Voluntariat, Dia del Canvi Climàtic, etc.).

Bohinj (Eslovènia)

Bohinj es pot considerar una destinació de turisme *slow* per la seva estratègia, basada en aplicar el compromís amb la sostenibilitat d'una manera transversal, tal com demostren els seus reconeixements i la seva participació en el projecte Alpine Pearls, que és una bona pràctica de mobilitat sostenible a les zones rurals.

Població

5.222 habitants, segons el cens del 2020.

Distincions i estratègies

- Membre d'Alpine Pearls.
- Destinació verda d'Eslovènia: plata.
- Alps Julians: reserva de la biosfera de la UNESCO.
- Destinació europea d'excel·lència: menció.
- Bohinj és líder en turisme responsable.
- Entre les 10 millors regions de la guia Lonely Planet Best in Travel 2018: Alps Julians, Eslovènia.
- Certificació *De Bohinj*.

Més informació

Com una de les destinacions selectes d'ALPINE Pearls, té una orientació sostenible i un compromís per preservar el medi ambient, la biodiversitat i l'estil de vida tradicional.



L'allotjament segueix les tendències d'impacte mínim sobre l'entorn natural. Els visitants poden triar entre quedar-se en un hotel o escollir un altre tipus d'allotjament, com ara finques agroturístiques, càmpings, refugis de muntanya, etc. Alguns allotjaments també tenen la certificació *De Bohinj*.



La cuina de Bohinj i els seus ingredients locals són imprescindibles per tenir una experiència genuïna de Bohinj. Conviden els turistes a visitar les fondes amb la certificació *De Bohinj* per tastar els plats tradicionals que hi serveixen amb una presentació contemporània. Hi ha ingredients de producció local que s'afegeixen als productes gastronòmics tradicionals.



La mobilitat verda es fomenta amb les targetes de mobilitat d'estiu i hivern de Bohinj, que ofereixen diversos avantatges als usuaris, com ara transport públic gratuït per Bohinj i aparcament gratuït. Els visitants poden caminar, anar en bicicleta, muntar a cavall o agafar un bus turístic per voltar pel Parc Nacional de Triglav i la regió.



Bohinj i la seva rodalia ofereixen un gran nombre d'experiències al bell mig de la natura: excursionisme, bicicleta i bicicleta de muntanya, esports aquàtics, pesca, etc. Després de fer-ne algunes, els turistes es poden relaxar i fer activitats de benestar. La marca "*From Bohinj*" (*De Bohinj*) també certifica les experiències turístiques que encaixen en la perspectiva del turisme *slow*.



Alguns dels actes amb una perspectiva de turisme *slow* són: el Festival Internacional de les Flors Alpines, "La Vetllada Sota el Tell", el cap de setmana ètnic de Bohinj, el Festival Internacional del Formatge i el Vi i el Ball de les Vaques de Bohinj.

Fethiye (Turquia)

Fethiye és un bon exemple de destinació de turisme *slow* pel seu compromís per implicar les comunitats autòctones en el sector turístic. El projecte *Sabor de Fethiye* és una prova que connectar les comunitats agropecuàries locals amb hotelers i majoristes del sector turístic funciona i crea una situació avantatjosa tant per als consumidors com per als productors.

Població

162.686 habitants, segons el cens del 2019.

Distincions i estratègies

- Etiqueta *Sabor de Fethiye*

Taste of Fethiye era un projecte de cinc anys dirigit per The Travel Foundation que oficialment es va concedir el 2016 a FETAV (una ONG de Fethiye dedicada al turisme, la promoció, el medi ambient i la cultura) i ofereix un model reproduïble per connectar amb èxit les comunitats agropecuàries locals de Fethiye amb els hotelers i majoristes d'un sector turístic pròsper.

El projecte consistia a:

- Crear una cadena de subministrament local.
- Construir una marca i fer publicitat.
- Promoure les tradicions locals i crear experiències gastronòmiques.
- Estendre els beneficis al conjunt de la comunitat.
- Generar beneficis econòmics locals.
- Establir connexions comercials locals.
- Protegir els recursos mediambientals.



A Fethiye hi ha establiments considerats allotjaments verds i complexos ecològics per la iniciativa Travelife, un programa que mesura l'impacte de l'establiment sobre els aspectes següents: l'entorn, la comunitat, el patrimoni cultural i l'economia actual. Diversos establiments van formar part del projecte *Sabor de Fethiye*.



La gastronomia de Fethiye és variada i rica i inclou productes i mariscos frescos de la zona. Un exemple d'experiència gastronòmica és visitar el mercat del peix de Fethiye, on els visitants no només troben menjar, sinó que a més fan un tast de la vida local, tot gaudint de la música tradicional mentre passegen i fins i tot compren productes locals. Gràcies al projecte *Sabor de Fethiye*, els productes autòctons de les explotacions agràries afegixen valor al sector turístic.



Per moure's per la zona, les opcions que animen els visitants a no desplaçar-se en vehicle privat són: línies de minibus, línies d'autobús i línies marítimes.



Les activitats de turisme *slow* que permeten als visitants explorar i gaudir de la zona són equitació, excursionisme, tresc i submarinisme.



Pel que fa a activitats de turisme *slow* que ajuden a conèixer millor les tradicions i el patrimoni cultural de la zona, cada estiu a Fethiye se celebra el Festival de Música Clàssica.

Illa de Wight (Regne Unit)

L'illa de Wight s'ha promocionat com una destinació de turisme *slow* perquè té tots els ingredients per ser-ho. La seva estratègia es basa en els criteris de turisme sostenible i *slow* dels seus allotjaments, les activitats proposades i els actes que s'hi celebren. Per acabar, disposa d'una guia de turisme *slow* i el seu lema inclou el terme «*slow*»: Slow Wight.

Població

141.538 habitants, segons el cens del 2018.

Distincions i estratègies

- Reserva de la biosfera de la UNESCO
- Visit Isle of Wight (Oficina de Turisme)
- Accions de turisme sostenible: programa Green Star, programa de targetes clau Southern Vectis, ambaixador turístic, recomanacions per a la familiarització i guia de turisme *slow*.

Més informació

L'activitat promocional se centra a mostrar el ritme de vida tranquil de l'illa, el seu entorn i la seva preservació, a més de destacar-ne la gastronomia i la vida local.



L'illa de Wight té una àmplia oferta d'establiments que compleixen els criteris del turisme *slow*: des d'encantadors hotels tradicionals a la costa fins a B&B de qualitat; des d'impressionants allotjaments independents fins a establiments familiars situats a parcs de vacances i càmpings. Moltes ofertes d'allotjament *slow* també són allotjaments rurals.



Els productes locals són un reflex del paisatge i la costa tan característics de l'illa. Els visitants troben una selecció variada d'ingredients de producció local i poden gaudir del sabor autèntic de l'illa. La destinació té una guia per a cuinòfils. S'anomena Taste of the Wight (sabor de Wight) i és la guia gastronòmica local i gratuïta.



L'illa promou la mobilitat sostenible. S'ofereixen diverses opcions perquè els visitants puguin recórrer cada centímetre dels 37 x 21 quilòmetres de l'illa.



A continuació s'esmenten algunes de les activitats de turisme *slow* que es poden fer a l'illa de Wight: activitats d'aventura *slow*, observació d'ocells, ciclisme, pesca, equitació, navegació i esports aquàtics i passejades.



A l'illa de Wight hi ha diversos actes i festivals al llarg de l'any. Alguns d'aquests actes compleixen els criteris del turisme *slow*, pel tema o per la manera de celebrar-se: l'Isle of Wight Walking Festival, el Cap de Setmana de Jazz, el festival Rhythmtree i Walk the Wight Your Way, entre altres.

Regió de Morges (Suïssa)

La regió de Morges és la primera zona turística de Suïssa que s'anuncia com a destinació de turisme *slow*, tot mostrant als habitants una manera lenta d'explorar un lloc amb les seves activitats insígnia, l'entorn, la cultura, etc. A més, s'hi ha dut a terme el programa Destinació de turisme *slow* per situar la regió de Morges com a referent del turisme *slow*.

Població

82.632 habitants, segons el cens del 2018.

Distincions i estratègies

- UNESCO Palafittes
- Morges Région Tourisme
- Etiqueta VilleVerte Suisse

Més informació

La ciutat de Morges és la primera del cantó francòfon que es proclama obertament destinació de turisme *slow* i centra la seva promoció en quatre variants del turisme *slow*: menjar *slow*, pernoctació *slow*, viatge *slow* i vi *slow*.

La regió vol esdevenir un autèntic eix del turisme *slow* a Suïssa. De fet, és la primera destinació del país amb el lema «Regió de Morges, destinació *slow*» per fer del turisme *slow* l'element comú del seu missatge.



La regió de Morges té una àmplia oferta d'allotjaments de qualitat. Els hotels de la regió destaquen pel seu alt grau d'hospitalitat. A la regió hi ha molts hotels que combinen comoditat i modernitat. La major part dels hotels es concentra al centre de la ciutat, a la vora del llac Ginebra, dona als Alps i compleix els criteris de turisme *slow*: els establiments solen ser especials i propietat de persones autòctones.



La regió té una autèntica especialització gastronòmica i que els seus nombrosos artesans conviden a descobrir: productes locals del senyor Dufaux, Le Petit Frigo, Mes Vignerons, la granja Creteigny i la cerveseria de la costa.



La regió de Morges anima els visitants a desplaçar-se amb opcions de mobilitat sostenible, com ara bicicletes i autobusos, que els permeten evitar els vehicles privats.



La regió de Morges està plena de llocs interessants i ofereix un gran nombre d'activitats. Des d'actes culturals fins a tastos de vins o activitats esportives, l'entorn permet que l'oferta sigui molt variada, gràcies al llac i l'enorme quantitat de vinyes i museus de la regió.



A la regió de Morges se celebren diversos actes i festes per convidar els turistes a descobrir el patrimoni cultural i gastronòmic del territori d'una manera que encaixa amb el turisme *slow*, com ara: els dissabtes gastronòmics, el tast de les noves anyades, el Festival de les Tulipes, el mercat de tardor, etc.

Sena i Marne (França)

El 2019 la regió de Sena i Marne va centrar la seva estratègia turística en el desenvolupament del turisme *slow* i animava els visitants a gaudir de la zona d'una manera sostenible i amb un impacte reduït. Tenint en compte la ubicació de la regió, a prop de l'Illa de França, aquesta destinació és un bon exemple de l'aplicació d'una perspectiva de turisme *slow* a les zones properes a una ciutat.

Població

1.397.665 habitants, segons el cens del 2019.

Distincions i estratègies

- Provins, Patrimoni Mundial de la UNESCO.
- Fontainebleau, Patrimoni Mundial de la UNESCO.
- Oficina de Turisme Sena i Marne Attractivité.

Més informació

En el seu fullet turístic es destaquen algunes de les activitats i llocs que es troben a la regió de Sena i Marne. Es recomana als visitants que «es prenguin el temps per observar, escoltar i assaborir els plaers de la taula o amaran-se de natura».



Hi ha una àmplia oferta d'establiments atípics per als turistes i visitants que desitgin allunyar-se dels hotels «convencionals» i provar altres tipus d'allotjament més propers al concepte del turisme sostenible i *slow*. Aquests establiments són, per exemple, cases d'arbre, cabanes, cases flotants de luxe, tipis, caravanes o hotels bombolla.



Una de les maneres en què el departament de Sena i Marne vol promocionar el seu turisme *slow* és convidant els turistes i visitants a aturar-se a assaborir la gastronomia local, com el formatge brie de Coulommiers o els tradicionals caramels de Nemours.



El departament de Sena i Marne volia fer evolucionar el turisme *slow* convidant i animant els visitants a descobrir la regió en vaixell, en bicicleta i a través del menjar mentre gaudeixen de la seva estada. Això, per exemple, ha estat possible gràcies a la prèvia creació d'un gran nombre de rutes ciclistes accessibles des de diferents estacions de tren de la regió de Sena i Marne.



Sena i Marne ofereix moltíssimes experiències i activitats originals de turisme *slow*. Algunes d'aquestes experiències són anar a cavall pel camp, deixar-se endur pel corrent en una sortida en canoa, anar en bicicleta per les diferents rutes i familiaritzar-se amb els plats tradicionals i els productes locals. També representa una oportunitat de conèixer la història i el patrimoni cultural dels pobles de Sena i Marne, a més dels llocs turístics més bonics de la regió.



A Sena i Marne se celebren actes, festivals, exposicions i tallers culturals i gastronòmics tot l'any. Alguns actes encaixarien en la definició de *slow*, com La Cave du Jazz, Les Tabarderies, Printemps de Paroles, etc.

CONTINGUTS

Els quatre ingredients principals dels paquets de turisme *slow*

Una mina de records (Dolcevita)

Estada de benestar, ioga i passejades pels Abruços (Ecovoyageurs)

Visita (i enamora't de) la Toscana (Km Zero Tours)

Experiència al Luberon (The Luberon Experience)

Viatge gastronòmic i enològic per Croàcia i Eslovènia (Responsible Travel)

Del Duero a l'Alentejo (Voyageurs du Monde)

Els quatre ingredients principals dels paquets de turisme *slow*



Flexible i tranquil. Permet que els turistes gaudeixin del paisatge amb els cinc sentits. En consonància amb el desig dels turistes de sentir cada pas del viatge.



Els turistes tenen prou temps per establir una relació més profunda amb l'entorn, els diferents llocs i la gent que coneixen al llarg del trajecte. Deixa espai per a la introspecció, la reflexió i el creixement personal.



Busca establiments on els turistes puguin aturar el temps. L'espai i el servei han d'estar dissenyats amb cura: l'arquitectura i la decoració han d'estar integrades en l'entorn, màxima atenció als detalls. Una experiència completa que s'ha de gaudir íntegrament.



Ofereix plats locals i tradicionals amb productes autòctons. Fa que els turistes apreciïn que el menjar s'ha preparat amb amor i cura i que, per tant, exigeix temps per assaborir-lo i sentir-lo. Els menús han d'estimular tots els sentits.

UNA MINA DE RECORDS

Aquest és un bon exemple de paquet de turisme *slow*, perquè permet que els turistes se submergeixin a Sardenya i la seva cultura quan la recorrin en bicicleta, un mitjà de transport ecològic.

- Ruta ciclista guiada pel sud-oest de Sardenya.
- A pedal per rutes lluny dels llocs més concorreguts.
- Carreteres poc transitades i bellesa del paisatge.
- Acol·lidors allotjaments familiars per sentir l'hospitalitat local.
- Hotels i restaurants selectes per tastar els plats típics i els vins locals.
- L'estada es completa amb la combinació d'un gran nombre d'activitats: turisme actiu, natura i gastronomia.
- Guies servicials, experts i entusiastes.

Operador turístic

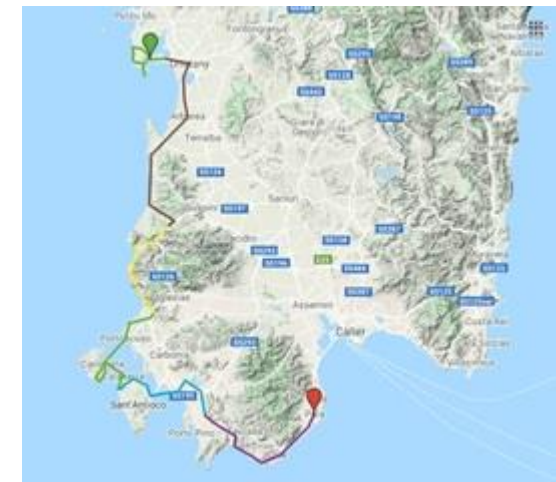
País
(de l'empresa)

Itàlia

Destinació

Sardenya (Itàlia)

- **Tipus:** ruta guiada amb guies ciclistes experimentats.
- **Dimensions del grup:** 18 persones com a màxim.
- **Durada:** 8 dies
- **Allotjament:** Hotels locals de tres estrelles.
- **Activitats:** Ciclisme, visites turístiques, visites culturals.
- **Preu:** a partir de 1.190 €/pax.



VARIACIONES*

- **Paquet original (8 dies, 7 nits)**

Ruta guiada d'una setmana dissenyada per descobrir Sardenya en bicicleta. Una ruta per carretera per submergir-se al sud de Sardenya. Un paquet que permet als turistes no només gaudir del paisatge que envolta la carretera, sinó també conèixer la cultura italiana visitant llocs culturals i allotjant-se en establiments locals.

- **Variació 1: Mitja ruta 1 (4 dies, 3 nits)**

Una possible adaptació seria escurçar la durada a mitja setmana i centrar-se en una part de la ruta.

- **Variació 2: Mitja ruta 2 (4 dies, 3 nits)**

Una possible adaptació seria escurçar la durada a mitja setmana i centrar-se en una part de la ruta.

- **Variació 3: Ruta pel nord de Sardenya (8 dies, 7 nits)**

Una possible adaptació seria una ruta que passaria pels pobles i paisatges del nord de Sardenya.

- **Variació 4: Mitja ruta pel nord de Sardenya 1 (4 dies, 3 nits)**

Una possible adaptació seria una ruta que passaria pels pobles i paisatges del nord de Sardenya.

- **Variació 5: Mitja ruta pel nord de Sardenya 2 (4 dies, 3 nits)**

Una possible adaptació seria una ruta que passaria pels pobles i paisatges del nord de Sardenya.

- **Variació 6: Ruta centrada en el ciclisme i el benestar (8 dies, 7 nits)**

Una possible adaptació seria afegir un dia d'activitats relaxants com ara circuits de spa, sessions de ioga, espectacles i actes locals, artesanía tradicional, etc. a la ruta original.

* Aquestes variacions són propostes. L'objectiu és inspirar, donar idees i assenyalar com es pot adaptar un paquet de turisme *slow*.

ITÀLIA: ESTADA DE BENESTAR, IOGA I PASSEJADES PELS ABRUÇOS

Aquesta és una bona opció de paquet de turisme *slow*, perquè crea una experiència per explorar i descobrir una destinació combinant activitats relacionades amb la introspecció i el creixement personal. Aquest paquet consisteix en una ruta de tres dies en què els visitants exploraran els Abruços, al sud d'Itàlia, i inclou activitats com ara sessions de ioga, meditació, classes de cuina, iniciació a la pintura naturalista i excursions per veure les esglésies, els castells, els palaus i els paisatges dels Abruços.

- Una estada completa i variada que combina natura, cultura i benestar.
- Visites a pobles medievals.
- Immersió al cor de la natura verge.
- Classes de cuina i tast de productes locals.
- Allotjament en cases rurals.

Operador turístic

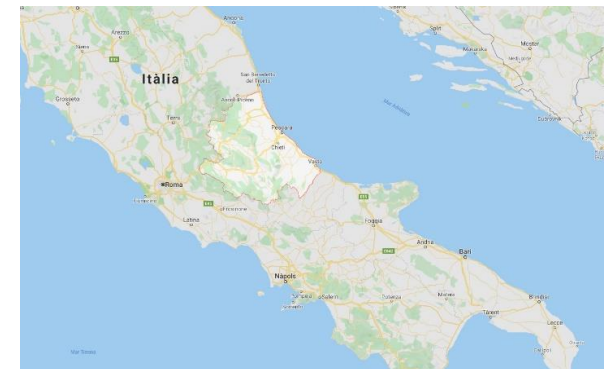
País
(de l'empresa)

França

Destinació

Els Abruços (Itàlia)

- **Tipus:** ruta guiada.
- **Dimensions del grup:** entre 8 i 15 persones com a màxim.
- **Durada:** 3 dies
- **Allotjament:** establiments de turisme rural
- **Activitats:** classes de meditació i ioga, gastronomia.
- **Preu:** a partir de 440 €/pax.



VARIACIONS*

▪ Paquet original (3 dies, 2 nits)

Ruta de tres dies i dues nits pensada per descobrir i submergir-se en la cultura i la gastronomia italianes, a més de gaudir d'activitats de benestar. Durant aquests tres dies, els participants gaudiran d'àpats saludables amb fruita i productes frescos, practican ioga i faran activitats de consciència plena (*mindfulness*).

▪ Variació 1: Ruta d'una setmana (7 dies, 6 nits)

Allargar la durada del paquet a una setmana és una alternativa que permetria als turistes gaudir d'aquest paquet a un ritme més relaxat. La idea seria fer el mateix amb més temps i, per tant, permetre que els participants se submergeixin profundament en l'experiència.

▪ Variació 4: Ruta d'una setmana en bicicleta i a peu (7 dies, 6 nits)

Aquesta opció és una variació que afegeix la bicicleta i permetria als participants descobrir la zona en bicicleta, amb una ruta guiada o amb sortides no guiades a diferents punts de la destinació.

▪ Variació 2: Ruta d'una setmana amb visites culturals (7 dies, 6 nits)

Aquesta variació afegeix algunes activitats culturals i allarga la durada del paquet. La idea seria combinar les activitats originals amb sortides culturals, per exemple, per visitar pobles antics, museus, llocs històrics, etc. perquè els participants se submergeixin en la comunitat i la història de la destinació.

▪ Variació 5: Setmana del *shinrin-yoku* (bany de bosc) i les activitats de benestar (7 dies, 6 nits)

Aquesta opció es una variació que afegiria la famosa activitat *slow* de benestar del *shinrin-yoku* (bany de bosc), que consisteix a fer una excursió recreativa al bosc per relaxar-se i sentir-se bé.

▪ Variació 3: Ruta vegetariana i vegana d'una setmana (7 dies, 6 nits)

Aquesta opció és una variació que se centra en la gastronomia saludable i vegetariana. Per als participants entusiastes de l'art culinari, aquesta opció oferiria l'oportunitat de submergir-se en la gastronomia d'aquesta destinació i alhora gaudir d'activitats relacionades amb la salut en un ambient natural i tranquil. A part de les activitats del paquet original, inclouria activitats com ara tastos, cuina en directe, visites a granges locals, etc.

▪ Variació 6: Ruta de turisme *superslow* (14 dies, 13 nits)

Aquesta variació combina unes quantes activitats noves que la converteixen en la millor opció per conèixer la zona. Combina la ruta original (consciència plena i menjar saludable) amb altres activitats com ara sortides en bicicleta, visites culturals i activitats culinàries. A més, per tenir una experiència *slow* de veritat amb prou temps per gaudir de les activitats i l'entorn, el paquet duraria dues setmanes.

* Aquestes variacions són propostes. L'objectiu és inspirar, donar idees i assenyalar com es pot adaptar un paquet de turisme *slow*.

VISITA (I ENAMORA'T DE) LA TOSCANA

Aquest paquet ha estat seleccionat perquè inclou dimensions del turisme *slow* com la sostenibilitat (menjar sostenible i orgànic), l'emoció (els visitants se submergiran en el procés de la verema mentre admiren les vinyes i els paisatges), l'autenticitat (passar temps amb les comunitats autòctones) i la lentitud (els visitants gaudiran d'aquesta ruta de manera *slow*).

- Viatge de cinc dies d'immersió a la Toscana: experiència a les vinyes, contacte amb els agricultors, cuina sostenible i *slow*, tast de vins orgànics, àpats saludables locals, descobriment del patrimoni cultural i històric.
- Viure la verema.
- Compartir la vida quotidiana dels agricultors locals.
- Tastar el menjar autòcton.
- Tastar els vins de les seves vinyes.
- Submergir-se en la cultura de la Toscana.

Operador turístic



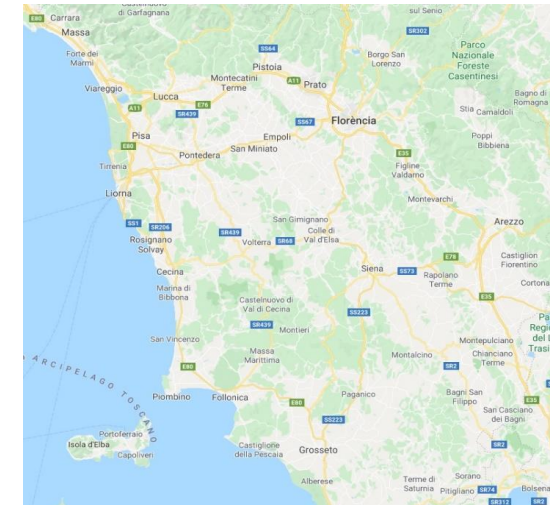
País
(de l'empresa)

Itàlia

Destinació

Toscana (Itàlia)

- **Tipus:** servei de guia privat.
- **Dimensions del grup:** -
- **Durada:** 5 dies
- **Allotjament:** cases rurals.
- **Activitats:** classes de cuina, visites a productors de vi, tastos de vi, experiència de la tòfona, visites a grangers locals i rutes culturals.
- **Preu:** a partir de 1.150 €/pax.



VARIACIONS*

▪ **Paquet original (7 dies, 6 nits)**

El paquet original consta de set dies i sis nits en una masia de la regió de Chianti. Aquest paquet està farcit d’activitats per descobrir i conèixer la gastronomia i l’enologia d’aquesta regió italiana. Així doncs, els visitants faran activitats com la verema, visites a llocs històrics i pobles i tastos, sempre acompanyats per un guia local.

▪ **Variació 1: Visita (i enamora’t de) la Toscana, experiència de dues setmanes (14 dies, 13 nits)**

Una alternativa per descobrir totes les activitats i experiències del paquet original a un ritme més pausat. La idea seria fer el mateix amb més temps i, per tant, permetre que els participants se submergissin profundament en la cultura i l’entorn.

▪ **Variació 2: Dues setmanes, dues cares de la Toscana (14 dies, 13 nits)**

Aquesta opció permetria als visitants conèixer dues àrees de la regió del Chianti. Es dividiria en dues setmanes. Durant la primera setmana l’allotjament seria una masia al Chianti. Durant la segona setmana, s’estarien en una altra masia a prop d’una altra zona de la Toscana. Així, els visitants poden conèixer més llocs de la Toscana i la seva gastronomia.

▪ **Variació 3: Visita (i enamora’t de) la Toscana, ruta vegetariana (7 dies, 6 nits)**

Aquesta opció podria ser una alternativa per als turistes vegetarians que vulguin gaudir de la Toscana i alhora sentir-se immersos i inclosos en el grup. Aquest paquet inclouria totes les activitats adaptades per a les persones vegetarianes. També hi hauria la possibilitat d’allargar el paquet fins a dues setmanes.

▪ **Variació 4: Visita (i enamora’t de) la Toscana, mobilitat sostenible (8 dies, 7 nits)**

Aquesta opció és una variació que permetria als participants viure l’experiència Visita (i enamora’t de) la Toscana amb opcions de mobilitat sostenible com ara bicicletes elèctriques, cavalls, segways, etc.

* Aquestes variacions són propostes. L’objectiu és inspirar, donar idees i assenyalar com es pot adaptar un paquet de turisme *slow*.

EXPERIÈNCIA AL LUBERON

L'Experiència al Luberon ofereix un paquet de turisme *slow* perfecte per a qui vulgui explorar i descobrir un lloc d'una manera sostenible i responsable tot gaudint del moment. L'Experiència al Luberon és un paquet d'una setmana amb guia que combina un programa ben estructurat amb el grau adequat de flexibilitat per oferir als visitants una gran selecció d'activitats per descobrir la Provença (França).

- Programa a mida en companyia dels organitzadors mateixos.
- Immersió absoluta en la destinació.
- Una estada diferent que combina cultura, gastronomia i natura.
- Grup petit de turistes afins.
- Guies servicials, experts i entusiastes.
- Flexibilitat.
- Viatge cultural, gastronòmic i històric.
- Relaxació i pau interior.
- Un tast de la Provença.

Operador turístic

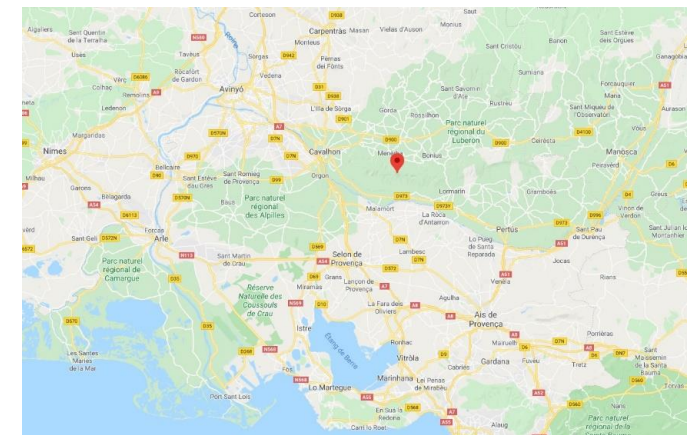
**The Luberon
Experience****País
(de l'empresa)**

França

Destinació

Provença (França)

- **Tipus:** ruta guiada.
- **Dimensions del grup:** entre 10 i 14 persones.
- **Durada:** 8 dies
- **Allotjament:** allotjaments petits.
- **Activitats:** visites culturals, visita al mercat, passejades, visita a la granja i tast de productes agrícoles, excursions de baixa intensitat, visita al celler i tast de vins.
- **Preu:** a partir de 3.300 €/pax.



VARIACIONS*

▪ **Paquet original (8 dies, 7 nits)**

Vuit dies ben organitzats amb activitats per conèixer la zona del Luberon, que inclouen visites culturals, visites a mercats, excursions a peu, visita a una granja i tast de productes agrícoles, excursions de baixa intensitat i visita a un celler amb tast de vins.

▪ **Variació 1: Experiència al Luberon en dues setmanes (14 dies, 13 nits)**

Una alternativa per descobrir totes les activitats i experiències del paquet original a un ritme més pausat. La idea seria fer el mateix amb més temps i, per tant, permetre que els participants se submergissin profundament en la cultura i l'entorn.

▪ **Variació 2: Experiència enològica i gastronòmica al Luberon (8 dies, 7 nits)**

Aquesta opció seria una variació centrada en les experiències enològiques i gastronòmiques per conèixer no només la zona i els llocs més destacats, sinó també les seves tradicions i productes gastronòmics. Aquest paquet inclouria activitats com ara tastos, cuina en directe, verema, visites a les vinyes en bicicleta elèctrica, etc.

▪ **Variació 3: Experiència enològica i gastronòmica al Luberon (14 dies, 13 nits)**

Seria una extensió de la variació 2, amb una ruta de 14 dies en total perquè els participants coneguin la zona d'una manera profunda i lenta.

▪ **Variació 4: Experiència al Luberon, mobilitat sostenible (8 dies, 7 nits)**

Aquesta opció seria una variació que permetria als participants viure l'Experiència al Luberon amb opcions de mobilitat sostenible com ara bicicletes elèctriques, cavalls, segways, etc.

▪ **Variació 5: Experiència al Luberon, mobilitat sostenible (14 dies, 13 nits)**

Seria una extensió de la variació 4, amb una ruta de 14 dies en total perquè els participants coneguin la zona d'una manera profunda i lenta.

* Aquestes variacions són propostes. L'objectiu és inspirar, donar idees i assenyalar com es pot adaptar un paquet de turisme *slow*.

VIATGE GASTRONÒMIC I ENOLÒGIC PER CROÀCIA I ESLOVÈNIA

Responsible Travel és una agència de viatges britànica especialitzada en vacances sostenibles que ofereix un servei en aquesta línia que connecta els turistes amb més de 400 petites agències de viatges especialitzades. El "Viatge Gastronòmic i Enològic per Croàcia i Eslovènia" és ideal per als turistes que adoren descobrir i conèixer la gastronomia autòctona de les destinacions que visiten. En un grup reduït, a part de conèixer les cultures de dos dels països europeus menys coneguts, viuran experiències com parlar amb la població i els experts locals, visitar granges orgàniques i submergir-se en la vida rural i els seus secrets a un ritme pausat. Així doncs, aquest paquet ha estat seleccionat perquè encaixa en el concepte de turisme *slow*.

- Viatge gastronòmic i enològic de deu dies.
- Grup reduït amb guia i acompanyat d'experts locals.
- Conèixer la població local (productors, grangers, propietaris de restaurants, etc.).
- Restaurants familiars seleccionats per tastar els plats regionals i els vins autòctons.

Operador turístic



País (de l'empresa)

Regne Unit

Destinació

Regions d'Ístria i Kvarner
(Croàcia i Eslovènia)

- **Tipus:** viatge amb guia de viatge i guies locals.
- **Dimensions del grup:** entre 16 i 20 persones com a màxim.
- **Durada:** 10 dies
- **Allotjament:** petits hotels familiars, pensions o B&B.
- **Activitats:** tastos de vi, oli, mel, oli de carabassa, tòfona i formatge; visites turístiques, culturals, a museus i a jaciments arqueològics.
- **Preu:** a partir de 3.300 €/pax.



VARIACIONS*

▪ Paquet original (11 dies, 10 nits)

El paquet original consisteix en una ruta per carretera per Eslovènia i Croàcia centrat en la gastronomia i l'enologia en què els turistes aprendran i faran diverses activitats culinàries i gastronòmiques per submergir-se en aquestes cultures.

▪ Variació 1: Experiència gastronòmica i enològica, dues setmanes (14 dies, 13 nits)

Una alternativa per viure el paquet original a un ritme més pausat. La idea seria fer el mateix programa amb més temps i, per tant, permetre que els turistes se submergissin profundament en la cultura i l'entorn de les destinacions.

▪ Variació 2: Experiència gastronòmica i enològica en caravana (11 dies, 10 nits)

Una alternativa al paquet original que oferiria als clients la possibilitat de fer la ruta per carretera en caravana.

▪ Variació 3: Experiència gastronòmica, enològica i de benestar (11 dies, 10 nits)

Aquesta variació afegeix activitats de benestar i consciència plena (*mindfulness*) al paquet original. La idea seria no només submergir-se en les comunitats locals i la seva cultura a través de la seva gastronomia, sinó també relaxar-se, desconnectar i practicar hàbits saludables.

▪ Variació 4: Experiència gastronòmica, enològica i cultural (11 dies, 10 nits)

Aquesta variació afegeix algunes activitats culturals al paquet original per als turistes que senten interès no només per la gastronomia i l'enologia, sinó també per la cultura i el patrimoni. Inclouria visites culturals a pobles i llocs històrics, així com a museus i altres llocs interessants de les destinacions.

* Aquestes variacions són propostes. L'objectiu és inspirar, donar idees i assenyalar com es pot adaptar un paquet de turisme *slow*.

DEL DUERO A L'ALENTEJO

Aquest paquet ha estat seleccionat com a exemple de proposta de turisme *slow* que combina cultura, excursions i enoturisme. Com a membre de l'Associació Francesa de Turisme Responsable, l'operador turístic Voyageurs du Monde crea paquets que encaixen en la filosofia del turisme *slow*, des de les activitats fins a l'allotjament.

Al llarg dels onze dies de viatge guiat per carretera per Portugal, els visitants descobreixen la riquesa patrimonial i la vida afable de l'interior portuguès. Aquest viatge cultural, gastronòmic i històric atreu els amants de l'arquitectura d'època, els castells amb múltiples influències i els carrerons medievals amb encant. També satisfà els desitjos de desconexió i tranquil·litat gràcies al gran nombre de passejades amb vistes al costat dels rius i les vinyes de les feixes.

- Onze dies d'experiències culturals, històriques i gastronòmiques.
- Descoberta de vins, excursions, moments de desconexió i tranquil·litat.
- Ruta per carretera lluny dels llocs més concorreguts.
- Descoberta d'una gran riquesa patrimonial i l'estil de vida plàcid de l'interior.
- Viatge cultural, gastronòmic i històric.
- Desconexió i pau interior.
- Un tast del Portugal autèntic, lluny de les masses.

Operador turístic

País
(de l'empresa)

França

Destinació

Nord i centre de Portugal

- **Tipus:** viatge amb guia francòfon.
- **Dimensions del grup:** no hi ha grup.
- **Durada:** 11 dies
- **Allotjament:** casa rural, allotjament en una vinya i *pousada* (parador).
- **Activitats:** visites culturals, tastos de vins, excursions en vaixell / embarcació de vela.
- **Preu:** a partir de 1.800 €/pax.



VARIACIONS*			
<div><div>▪ Paquet original (11 dies, 10 nits)</div><p>El paquet consisteix en un viatge guiat d'onze dies per carretera per conèixer la cultura i l'estil de vida de Portugal. Combina diferents tipus d'activitats: visites culturals i experiències gastronòmiques, així com activitats que faciliten la relaxació i la desconnexió durant el viatge.</p></div>			
<div><div>▪ Variació 1: Portugal autèntic, dues setmanes (14 dies, 13 nits)</div><p>Una alternativa per descobrir Portugal a un ritme més pausat allargant la ruta per carretera fins a dues setmanes. La idea seria fer el mateix amb més temps i, per tant, permetre que els participants se submergissin en la cultura i l'entorn i passessin més d'una nit al mateix allotjament.</p></div>	<div><div>▪ Variació 2: Descobrir Portugal en una setmana (7 dies, 6 nits)</div><p>Una variació del paquet original que oferiria als clients la possibilitat de fer la ruta per carretera en una setmana. Podrien escollir la zona del paquet original que prefereixen.</p></div>	<div><div>▪ Variació 3: Descobrir Portugal en caravana (11 dies, 10 nits)</div><p>Una variació del paquet original que oferiria als clients la possibilitat de fer la ruta per carretera en caravana.</p></div>	<div><div>▪ Variació 4: Descobrir Portugal en una setmana i en caravana (7 dies, 6 nits)</div><p>Una alternativa a la variació 3 que oferiria als clients la possibilitat de fer la ruta per carretera en una setmana i en caravana. Podrien escollir la zona del paquet original que prefereixen.</p></div>

* Aquestes variacions són propostes. L'objectiu és inspirar, donar idees i assenyalar com es pot adaptar un paquet de turisme *slow*.

CONTINGUTS

MENA ICT FORUM 2020 (Jordània)

Travel Forward (Regne Unit)

Travel Technology Europe (Regne Unit)

Web Summit (Portugal)

MENA ICT FORUM 2020 (Jordània)

Amman
www.menaictforum.com

Aquest esdeveniment orientat específicament a la regió del nord d'Àfrica i l'Orient Mitjà (MENA) és el punt de trobada de visitants i empreses que busquen tecnologies innovadores com la intel·ligència artificial, les dades massives, l'analítica o les solucions de ciberseguretat aplicables al sector turístic, inclòs el turisme *slow*.

DESCRIPCIÓ DE L'ESDEVENIMENT

El MENA ICT Forum és l'esdeveniment biennal del sector de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) a la regió del nord d'Àfrica i l'Orient Mitjà (MENA). Aquest fòrum, que se celebra a Jordània, se centra en l'ús de la tecnologia per millorar la qualitat de vida, oferir formació nova als joves i preparar-los per a un futur millor.

El fòrum pretén abordar com la tecnologia pot ajudar a superar els reptes més urgents als quals molts països han de fer front avui dia, inclosos els índexs alarmants de desocupació, l'atenció sanitària, la reconstrucció de les economies digitals i el paper de les tecnologies financeres per crear transparència i construir ponts entre les societats amb l'esperança de millorar la vida de la ciutadania.

Travel Forward (Regne Unit)

Londres
travelforward.wtm.com

Aquest esdeveniment és especialment interessant per a les empreses que busquen tecnologies innovadores i avançades com les últimes tendències del mercat i la recerca, l'experiència del client, les dades massives i l'analítica o la realitat augmentada (RA), la realitat virtual (RV), la intel·ligència artificial (IA) i l'aprenentatge automàtic per aplicar-les al turisme i, per tant, al turisme *slow*.

DESCRIPCIÓ DE L'ESDEVENIMENT

El World Travel Market és un esdeveniment del sector turístic mundial que se celebra al Regne Unit. Gairebé 46.000 professionals experts del sector turístic, ministres i representants dels mitjans internacionals es reuneixen cada any a ExCeL London per assistir a aquesta exposició turística.

Travel Forward és el principal esdeveniment de les tecnologies del turisme que forma part del World Travel Market (WTM). Té un programa de tres dies en què es combinen conferències, una exposició interactiva i una mostra d'empreses emergents.

Travel Technology Europe (TTE, Regne Unit)

Londres

www.ntm.traveltechnologyeurope.com

La conferència Travel Technology Europe és ofereix un programa interactiu d'alta qualitat que té l'objectiu de compartir les solucions digitals més innovadores dins del sector turístic.

Aquest esdeveniment podria ser especialment interessant per a les empreses de turisme *slow* que desitgen trobar i aplicar tecnologies avançades als seus negocis.

DESCRIPCIÓ DE L'ESDEVENIMENT

Travel Technology Europe, que se celebra cada any a Londres, reuneix més de 6.000 professionals de la tecnologia del turisme. És una plataforma internacional per a totes les agències de viatges i turisme d'arreu del món. Gairebé sempre s'hi parla de l'hospitalitat, els viatges, les vacances, el turisme, el comerç electrònic, els sistemes de pagament, les tecnologies de la informació, la tecnologia del turisme, els sistemes de reserva i les reserves. En aquest esdeveniment es mostren productes com les tecnologies per a les reserves, la distribució, els continguts i el màrqueting en línia a proveïdors especialitzats en automatització del negoci, programes de traducció i gestió de les relacions amb els clients (GRC), hospitalitat, atenció sanitària, lleure i hospitalitat intel·ligent interactiva.

Web Summit (Portugal)

Lisboa

<https://travelforward.wtm.com/>

Web Summit ofereix un programa d'empreses emergents gràcies al qual els assistents tenen l'oportunitat d'unir-se a una comunitat mundial d'empreses emergents relacionades amb el sector del turisme que busquen imatge de marca, finançament, crear xarxes o aprendre. Per tant, també és un esdeveniment interessant per a les empreses emergents i les petites empreses que treballen amb una perspectiva de turisme *slow*.

DESCRIPCIÓ DE L'ESDEVENIMENT

Web Summit reuneix les persones i empreses que redefeixen el sector tecnològic mundial. S'ha definit com l'esdeveniment tecnològic més important del món.

Els assistents es reuneixen amb consellers delegats i fundadors de les principals empreses del món, les empreses emergents més prometedores, inversors influents i periodistes destacats.

A aquest esdeveniment hi van les persones que fan front als grans reptes que el sector ha d'abordar avui dia. A la cimera es tracten temes que van des de la tecnologia profunda fins a la ciència de dades per dissenyar una sostenibilitat mediambiental.

CONTINGUTS

Ascape

Authenticitys

Evaneos

Nexto

Routemotion

WhaiWhai

Ascape

Ascape és una plataforma a la qual els creadors professionals de realitat virtual penen els seus vídeos turístics de 360° perquè els usuaris els consumeixin a través d'una aplicació mòbil per a dispositius iOS i Android. És un dels principals proveïdors de solucions de RV per al turisme. Treballa amb clients tant B2B com B2C.



- **Categoria:** plataformes d'economia compartida.
- **Fase:** conceptualització d'un producte turístic, promoció i comunicació.
- **Lloc web:** www.ascapex.com



APLICABILITAT AL TURISME *SLOW*

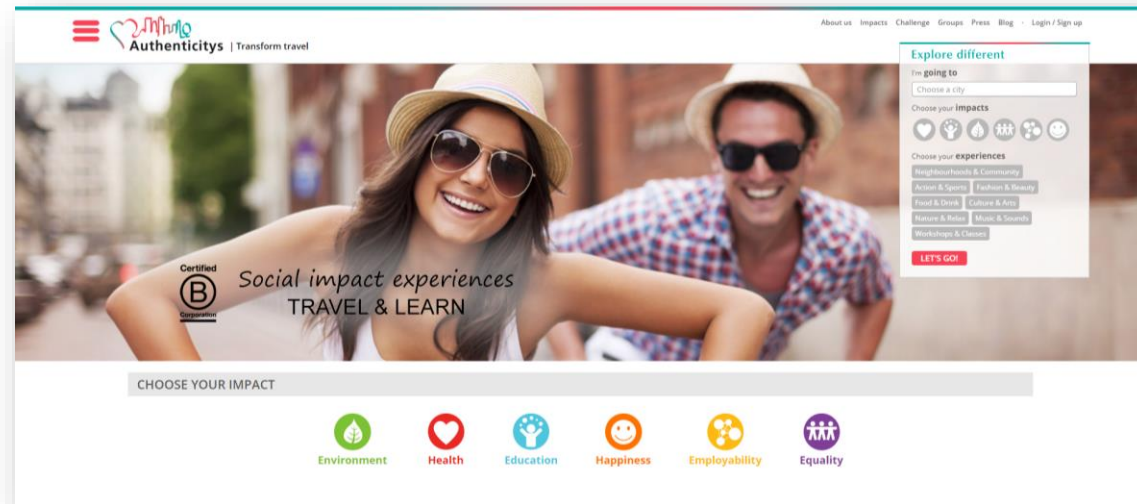
Ascape ofereix als usuaris del turisme *slow* l'oportunitat d'explorar un lloc amb la realitat virtual, una tendència al sector turístic. Una manera de percebre el concepte de turisme *slow* d'una destinació d'una manera innovadora, fent servir la tecnologia per explorar i fer-se una idea de com en seria, de meravellós, viure una experiència a la destinació. Una alternativa per promocionar una destinació o una experiència que capta l'essència del turisme *slow*.

Authenticitys

Authenticitys és una plataforma en línia que connecta els visitants amb experiències locals inoblidables que milloren la ciutat on som. Dissenyen i presenten experiències amb la seva comunitat d'emprenedors per organitzar un moment increïble que tindrà un impacte positiu sobre els turistes que visitin la ciutat.



- **Categoria:** plataformes d'economia compartida.
- **Fase:** conceptualització d'un producte turístic, promoció i comunicació.
- **Lloc web:** www.authenticitys.com



APLICABILITAT AL TURISME *SLOW*

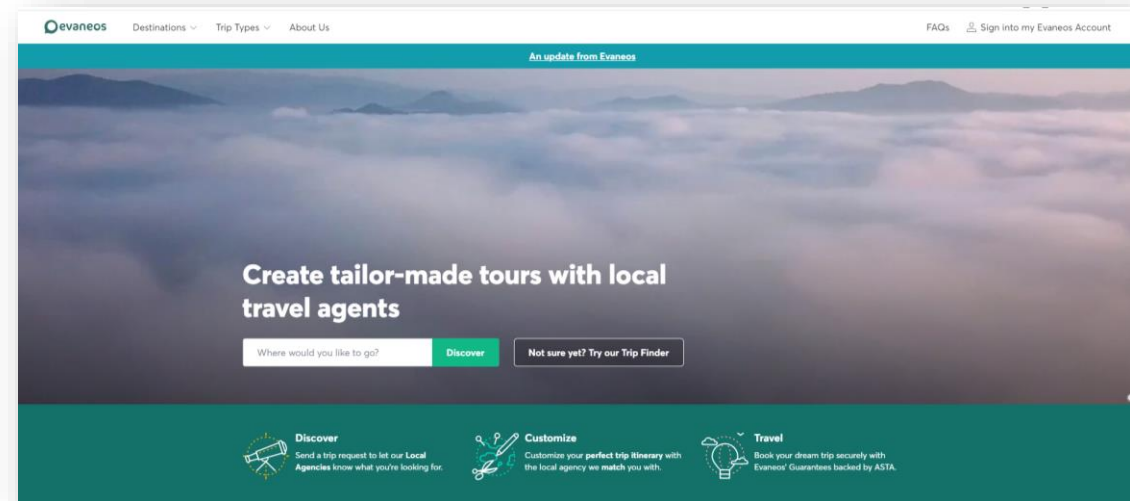
És una plataforma en línia perfecta per promocionar i comercialitzar activitats i experiències de turisme slow, ja que aquestes comparteixen la mateixa filosofia i la idea de com el turisme pot ser un bon motor per a la sostenibilitat social i mediambiental quan es viatja.

Evaneos

Evaneos és una plataforma guardonada que permet als turistes crear rutes 100 % personalitzades directament amb una agència de viatges locals de la destinació. La plataforma té una comunitat d'un milió de membres, 2.000 agències col·laboradores a 160 destinacions i més de 500.000 persones que hi han viatjat des del 2009.



- **Categoria:** viatges a mida i plataforma i vendes en línia.
- **Fase:** gestió d'un producte turístic, promoció i comunicació.
- **Lloc web:** www.evaneos.com



APLICABILITAT AL TURISME *SLOW*

Des d'una perspectiva del turisme *slow*, aquest lloc web és la plataforma perfecta perquè els turistes comencin a buscar activitats i experiències *slow* organitzades i dissenyades per operadors turístics o petites empreses locals.

Nexto

Nexto és una plataforma per a la fidelitat dels visitants, la ludificació de les visites turístiques i l'educació. Permet que els atractius turístics i les agències publicitàries de la destinació creïn històries, jocs i experiències de RA inspirats en el lloc que els usuaris reben als seus dispositius mòbils.



- **Categoria:** tecnologia mòbil.
- **Fase:** conceptualització d'un producte turístic.
- **Lloc web:** www.nexto.io/

APLICABILITAT AL TURISME *SLOW*

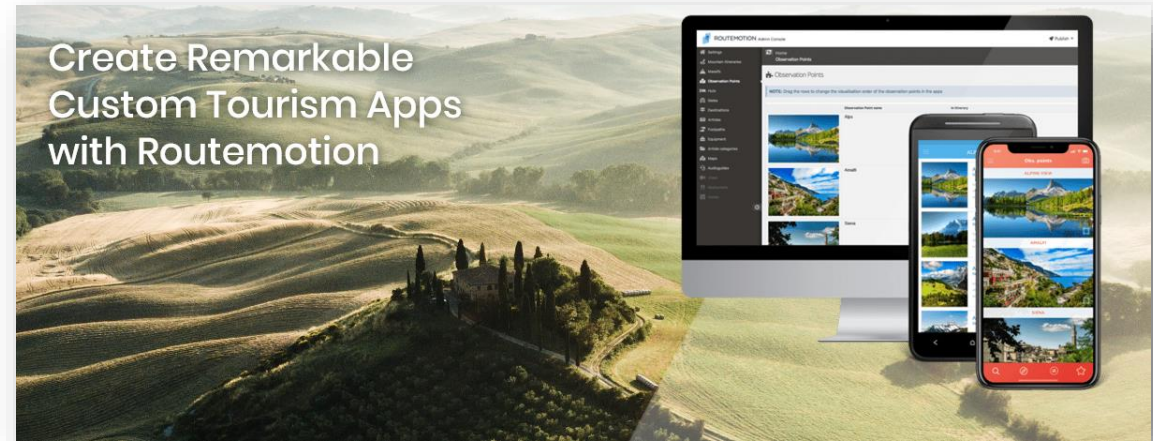
Nexto és una bona solució tecnològica i innovadora pel que fa al turisme *slow*, no només amb fins publicitaris sinó també perquè els usuaris se submergeixin en les destinacions i les coneguin per mitjà de la realitat augmentada (RA). És una aplicació autoguiada que ajuda els visitants a conèixer la destinació.

Routemotion

Routemotion és una solució SaaS (programari com a servei) que permet crear aplicacions per a mòbil personalitzades que admeten molts tipus de continguts i funcions. Aquest servei permet als representants de màrqueting crear aplicacions que promoguin el turisme a tota la regió. Routemotion s'ha dissenyat perquè l'utilitzin ciutats, pobles, museus, parcs i qualsevol altre organisme que vulgui atreure turistes i millorar la seva experiència.



- **Categoria:** tecnologia mòbil.
- **Fase:** comunicació i promoció.
- **Lloc web:** www.routemotion.com



APLICABILITAT AL TURISME SLOW

Routemotion és una solució TIC que facilita a les destinacions i altres actors turístics la tasca de dissenyar aplicacions personalitzades. Per exemple, es pot dissenyar una aplicació que proporcioni informació sobre restaurants locals, opcions sostenibles per viatjar, paquets d'experiències *slow* amb informació detallada, etc. En l'àmbit del turisme *slow*, per a les empreses de màrqueting turístic (destination marketing organizations, DMO) i les agències de viatges, aquesta eina podria ser una bona manera de crear aplicacions adreçades als turistes que busquen experiències de turisme *slow*. A més, els turistes la poden fer servir per trobar tota la oferta de turisme lent d'una destinació concreta en un sol lloc.

WhaiWhai

Les guies WhaiWhai són guies poc ortodoxes per a turistes i viatgers que busquen una experiència fora del comú. A les guies WhaiWhai els lectors viuran una cerca del tresor interactiva per diferents ciutats, desxifrant-ne els misteris i descobrint-ne els racons amb més encant.



- **Categoria:** guies i jocs.
- **Fase:** conceptualització d'un producte turístic, promoció i comunicació.
- **Lloc web:** www.whaiwhai.com



APLICABILITAT AL TURISME *SLOW*

En termes de turisme *slow*, l'aprenentatge pren un altre significat i interès. Les guies ajuden a millorar les experiències dels turistes, ja que els permeten descobrir llocs i alhora passar-s'ho bé i sensibilitzar-se sobre el medi ambient.



Med Pearls

Aquesta publicació s'ha editat amb l'ajuda financera de la Unió Europea, d'acord amb el programa ENI CBC MED. El contingut d'aquest document és responsabilitat exclusiva dels membres el projecte Med Pearls i no es pot considerar en cap cas que reflecteixi la postura de la Unió Europea ni de les estructures directives del programa.

Estudi de recerca elaborat per **aQa**
marketingconsulting