

Premi de recerca Yvette Barbaza - 2015

EL PASTURISME: UN PRODUCTE TURÍSTIC NOU PER A LES COMARQUES GIRONINES? ANÀLISI DE RECURSOS I PROPOSTES DE FUTUR

Neus Monllor i Rico
Emma Soy i Massoni



Premi de recerca Yvette Barbaza - 2015

EL PASTURISME: UN PRODUCTE TURÍSTIC NOU PER A LES COMARQUES GIRONINES? ANÀLISI DE RECURSOS I PROPOSTES DE FUTUR

Neus Monllor i Rico
Emma Soy i Massoni

ÍNDEX

0. Agraïments	11
1. Resum	15
2. Introducció	19
3. Objectius	21
4. Metodologia	23
4.1. Cerca bibliogràfica i de casos d'èxit	23
4.2. Treball de camp	23
4.2.1. Selecció de les explotacions i entrevistes	24
4.2.2. Disseny dels qüestionaris	25
4.2.3. Taules de treball	25
4.3. Anàlisi de les dades	25
4.4. Jornades especialitzades	26
5. Marc conceptual	29
5.1. Per què el pasturisme?	29
5.2. L'emergència del turisme vivencial	30
5.3. El paper estratègic de la pastura	33
5.4. Un producte turístic que reivindica el territori	34
6. Els recursos vinculats a la pastura i el turisme	39
6.1. Recursos naturals	39
6.2. Recursos humans	42
6.3. Recursos tècnics	44
7. Pasturisme: proposta de definició i tipologies	47
8. Resultats	51
8.1. Experiències de turisme vivencial vinculades a la pastura a Catalunya	51
8.1.1. Agents impulsors i dinamitzadors	52
8.1.2. Agents impulsors i dinamitzadors	53
8.1.3. Experiències referents de pasturisme	57

8.2. Perfil i característiques de les explotacions de pastura entrevistades	60
8.2.1. El perfil de la persona titular de l'explotació	61
8.2.2. L'explotació agrària	62
8.3. Explotacions de pastura amb oferta turística estructurada a les comarques de Girona	64
8.3.1. Descripció de l'oferta turística	64
8.3.2. Motivacions per iniciar i dur a terme l'activitat turística	66
8.3.3. Tipologia de client	68
8.3.4. Grau de satisfacció	68
8.3.6. Formació i recursos complementaris	68
8.3.7. Cooperació amb altres agents o iniciatives del territori	69
8.3.8. Perspectives de futur	70
8.4. Explotacions amb potencialitat d'oferir oferta turística estructurada a les comarques gironines	71
8.4.1. Motivacions per crear un servei turístic	71
8.4.2. Anàlisi dels punts forts i dels punts dèbils	71
8.4.3. Formació i recursos complementaris	72
8.5. La valoració dels turistes	73
8.5.1. Els turistes	73
8.5.2. Motivacions	73
8.5.3. Satisfacció	74
9. Diagnosi	77
10. Reflexions	79
11. Pla d'Implementació del Pasturisme a les Comarques Gironines 2017-2020	83
12. Bibliografia	97

Índex d'annexos

Annex 1. Explotacions agràries amb oferta turística de pasturisme a les comarques gironines

Índex d'il·lustracions

Il·lustració 1. Tipologies de pasturisme

Il·lustració 2. Els principals tipus d'agents relacionats amb el pasturisme

Il·lustració 3. Distribució de l'oferta turística de les explotacions segons les tipologies de pasturisme

Il·lustració 4. Factors que han motivat iniciar l'activitat turística a les explotacions agràries

Il·lustració 5. Interès de les explotacions amb oferta turística estructurada a participar en accions de comunicació, promoció, treball en xarxa i jornades formatives

Il·lustració 6. Punts forts i punts dèbils identificats per les explotacions incloses a la mostra de més a menys importants

Il·lustració 7. Interès de les explotacions amb potencialitat d'oferir activitat turística estructurada a participar en accions de comunicació, promoció, treball en xarxa i jornades formatives

Il·lustració 8. Ordre d'importància de les motivacions que expressen els turistes que els han dut a fer l'activitat turística a les explotacions

Il·lustració 9. Grau de satisfacció de diferents aspectes de l'activitat

Índex de taules

Taula 1. Tipologies de turisme sostenible i vivencial

Taula 2. Exemples de recursos actuals relacionats amb la pastura

Taula 3. Tipologies de pasturisme

Taula 4. Exemples de tipologies de pasturisme a Catalunya

Taula 5. Mostra d'explotacions incloses a aquest estudi

Taula 6. Perfil de les persones titulars de les explotacions agràries

Taula 7. Descripció de les explotacions agràries incloses a la mostra d'aquest estudi

Taula 8. Exemples de les descripcions que han facilitat les explotacions sobre la seva oferta turística

Taula 9. Descripció de l'oferta turística que duen a terme les explotacions incloses a la mostra d'aquest estudi

Taula 10. Percentatge de les explotacions agràries que necessiten ajuda econòmica

Taula 11. Grau de cooperació amb agents del territori ordenats de més a menys intensitat de cooperació segons la tonalitat de blau on blau fosc significa una cooperació més alta i blau clar una cooperació més baixa

Índex de mapes

Mapa 1. Valors estètics, simbòlics, d'identitat, productius i històrics del paisatge que tenen relació amb la pastura

Mapa 2. Superfície afectada per l'abandonament de l'activitat agrària i superfície afectada pels incendis forestals durant el període 1986-2008 a les comarques gironines

Mapa 3. Situació de les explotacions agràries incloses a la mostra de l'estudi

00. AGRAÏMENTS

Escriure els agraïments és agraït, perquè és sinònim de feina feta i de persones que hi han participat. El treball que teniu a les mans és fruit d'una llarga llista de passes i esdeveniments que acaben articulant una idea que finalment i sortosament es converteix en una realitat. En aquest cas, el camí va arrencar al Ripollès, territori eminentment de pastura, dibuixat a cop de ramat, integrat en la mirada de la seva gent, cuinat amb el xup-xup de la tradició gastronòmica, viscut per moltes generacions de pastors i pastores transhumats amants de la seva terra. Va ser al Ripollès on l'any 2014 va néixer el concepte que avui ja es pot llegir en el títol d'aquesta publicació. Vull agrair als ramaders i les ramaderes del Ripollès que aquell any m'obriessin les portes de les seves explotacions agràries per tal que jo pogués conèixer la realitat del seu dia a dia. És gràcies a totes les portes obertes de bat a bat que avui aquest text és escrit perquè demà esdevingui una eina útil. Gràcies també a Albert Puigvert i a Gerard Soler, que van confiar en aquesta amalgama de pastura i turisme, i que, des de les seves mirades, paraules i fets, em van esperonar a continuar treballant-hi.

El camí va continuar amb l'articulació d'una proposta per al Premi Yvette Barbaza, que no hauria estat cap realitat si Jaume Guillamon no m'hagués esperonat a escriure i a plasmar la idea en un document, a recollir tot el que em rondava pel cap i ordenar-ho per presentar una candidatura amb cara i ulls. I, ves per on, la proposta es va presentar i el jurat la va valorar. Moltes gràcies a totes les persones que hi va confiar, suposo que per curiositat o per intuïció; en tot cas, és gràcies a vosaltres que aquest estudi avui és a les vostres mans.

Confesso que hi va haver un moment en el qual Arrels a Taula comportava més feina de la que jo podia assumir, fet que em va portar a obrir la proposta i a trobar la persona que realment ha fet possible el desenvolupament del concepte de pasturisme i la seva plasmació en una recerca apassionant. El febrer de 2016 Emma Soy va pujar al carro del pasturisme i vam decidir emprendre juntes l'aventura. Sort de la seva empenya, sort de la seva perseverança i sort del seu amor a la pagesia, a la seva terra i a la nostra tasca investigadora. Gràcies, Emma, per fer possible aquest treball i per fer equip al meu costat.

Tant l'Emma com jo volem agrair al Patronat de Turisme Costa Brava Girona el suport i l'entusiasme, especialment a Isabel Godoy i a Jaume Marin, que han confiat des del principi fins al final que arribaríem a bon port. Gràcies per les vostres orientacions i per ajudar-nos en tot el procés d'investigació.

Finalment, volem dedicar aquest treball a totes les persones que des d'albada fins al crepuscle us dediqueu en cos i ànima a la cura de la terra i dels seus fruits. A totes les que feu possible que nosaltres ens alimentem d'una manera saludable i a totes les que estimeu l'entorn en el qual es pot desenvolupar el pasturisme. Desitgem de tot cor que aquest treball de recerca esdevingui un catalitzador per a les vostres propostes, per al vostre dia a dia, per a la vostra viabilitat i per aconseguir els somnis que us esperonen a continuar treballant per una pagesia viva i plena d'esperança.

Neus Monllor i Rico

Emma Soy i Massoni



Foto: Neus Monllor, Pallars Jussà

01. RESUM

El pasturisme és un concepte nou que neix amb l'objectiu de dinamitzar les activitats de turisme experiencial vinculades al món de la pastura. Gràcies a la recerca d'*El pasturisme: un producte turístic nou per a les comarques gironines? Anàlisi de recursos i propostes de futur*, s'ha pogut treballar el significat del pasturisme i la identificació dels principals punts forts i febles que hi fan referència, amb l'objectiu d'adoptar accions estratègiques que enforceixin la proposta de valor d'un producte turístic nou.

El treball de camp s'ha portat a terme durant el 2016 i ha consistit en la revisió documental amb relació al turisme vivencial i a experiències ja existents, en l'organització de dos grups de treball amb agents estratègics, en l'elaboració de set entrevistes a explotacions de pastura amb oferta turística estructurada i a sis explotacions amb potencialitat d'oferir-la, en el recull de trenta enquestes a turistes que han experimentat una visita de pasturisme i en la realització de diverses entrevistes en profunditat a agents estratègics de les comarques gironines.

El primer resultat de la recerca és la definició del pasturisme com una *experiència turística basada en l'activitat agrària i alimentària vinculada a la pastura amb l'objectiu de gaudir, descobrir i conèixer el món ramader, els seus paisatges, les persones que els fan possibles i els aliments que produeixen, amb una repercussió positiva per a la població local i el desenvolupament rural*. El pasturisme presenta diferents categories en funció de la relació que el turista té amb la pastura i amb l'experiència sensorial que el producte li ofereix. Es distingeixen el pasturisme passiu, el pasturisme indirecte, el pasturisme directe amb demostració i el pasturisme directe amb experiència.

El segon resultat de la recerca és la constatació d'una realitat emergent a les comarques gironines i a altres territoris catalans d'una nova tipologia de turisme vivencial que s'està organitzant i articulant com a oferta turística innovadora, emmarcada en una modalitat de turisme sostenible vinculat als productes agroalimentaris locals. Les experiències turístiques són de caràcter privat, però en la majoria de casos s'organitzen conjuntament amb entitats de promoció econòmica del territori que identifiquen el turisme vivencial com una oportunitat de dinamització local. Un altre fet rellevant és que la major part de les experiències turístiques són de creació recent, fet que posa sobre la taula les necessitats incipients que tenen les empreses que posen en pràctica el pasturisme, sobretot per professionalitzar la seva funció i millorar els recursos disponibles.

Finalment, la recerca proposa l'execució d'un pla d'implementació del pasturisme a les comarques gironines amb l'objectiu d'enfortir les experiències que ja funcionen i fomentar-ne de noves. Es proposen algunes accions com la creació d'una guia sobre pasturisme, d'un pla formatiu per a les empreses o d'un lloc web sobre pasturisme.



Foto: Peralada. Pere Duran. Arxiu Imatges PTCBG

02. INTRODUCCIÓ

Les comarques gironines es caracteritzen per una rica diversitat de paisatges, tradicions i cultures que han marcat al llarg dels segles una identitat arrelada a la terra. La geografia solemne que camina des de la costa fins a l'alta muntanya, passant per les planes agràries, les conques fluvials i els massissos litorals, fan d'aquest territori un espai únic, tant per viure com per descobrir.

Una de les activitats tradicionals que ha dibuixat amb més cura el paisatge gironí a través de la història és l'activitat agrària, tant l'agrícola com la ramadera i silvícola. La relació de les persones amb l'entorn per produir aliments és un dels oficis més ancestrals i majestuosos de la nostra cultura. En aquest escenari tant els pastors i les pastores com els ramats, els camps, els boscos i les pastures són una part imprescindible d'un passat que ha dibuixat el present que som avui.

Conscients que l'activitat ramadera basada en la pastura es redueix a marxes forçades any rere any, l'activitat turística s'identifica com un complement a les rendes de les explotacions agràries, que basen la producció en el treball vinculat a la pastura. Conèixer de primera mà la realitat actual del que significa tenir cura d'un ramat, fer formatge de pastor o elaborar propostes gastronòmiques amb producte local de pastura són alguns dels reclams que emergeixen per esperonar l'activitat ramadera tradicional a continuar el seu llegat amb una mirada posada en el futur.

És en aquest escenari que sorgeix la idea de crear un producte turístic nou basat en la descoberta del sorprenent món de la pastura i de tot el que significa. Les comarques gironines són una destinació turística madura capaç d'acollir propostes innovadores i creatives que aportin valor al que ja existeix per donar resposta a una nova tipologia de turista que cerca l'experiència del que és autèntic, únic i vital. El pasturisme s'identifica com una oportunitat estratègica per crear un producte turístic nou a les comarques gironines.

03. OBJECTIUS

L'objectiu general de la recerca és avaluar la viabilitat de la implantació del pasturisme com un producte de turisme vivencial innovador a les comarques gironines.

Objectius específics de la recerca:

- Definir el marc en què s'ubica el pasturisme mitjançant la ressenya de casos d'èxit i la bibliografia especialitzada de turisme experiencial d'altres territoris.
- Inventariar els recursos presents a les comarques gironines per portar a terme el pasturisme.
- Definir el concepte i les tipologies de pasturisme.
- Analitzar les experiències actuals i potencials d'activitats turístiques vinculades a la pastura a les comarques gironines.
- Proposar un pla d'implementació del pasturisme a les comarques gironines.

Objectius derivats de la implantació del pasturisme a les comarques gironines:

- Posicionar la destinació turística de la Costa Brava i el Pirineu de Girona com la primera que ofereix el pasturisme.
- Enfortir els vincles entre les microempreses locals (agràries, gastronòmiques i turístiques).
- Oferir una oportunitat per a la diversificació de les fonts d'ingressos de l'activitat agrària de les comarques gironines.
- Incrementar les oportunitats de generar nous ingressos al sector ramader gironí mitjançant l'activitat turística.
- Facilitar la creació de clients nous i fidelitzar els que ja existeixen a partir de les activitats experiencials de descoberta del producte agroalimentari local.
- Millorar l'entorn gràcies a l'augment de l'activitat de silvopastura dels ramats.
- Sensibilitzar els consumidors envers els productes de pastura (carn i derivats làctics).
- Recuperar activitats tradicionals vinculades a la geografia gironina.

04. METODOLOGIA

4.1. CERCA BIBLIOGRÀFICA I DE CASOS D'ÈXIT

La primera fase ha sigut la recerca documental i bibliogràfica que ha permès contextualitzar la proposta del pasturisme en un marc conceptual tant pel que fa al turisme vivencial com als processos de desenvolupament rural. La cerca bibliogràfica també ha permès descriure els recursos i els agents implicats en les activitats de pastura i de turisme.

La primera fase també ha comptat amb la cerca i l'anàlisi de casos existents a diferents territoris, aptes per ser categoritzats com a pasturisme. Aquesta fase ha sigut rellevant per descriure iniciatives en diferents àmbits geogràfics tant de naturalesa pública com privada, mostrant una gran varietat de possibilitats segons les realitats territorials de cada cas. Alhora ha permès identificar un conjunt de característiques comunes que ajuden a dotar al concepte de pasturisme d'unes bases per construir una proposta de turisme vivencial d'interès més enllà de les comarques gironines. La cerca dels casos s'ha fet a través de la recerca en línia, de la consulta de fullets turístics i de consultes al personal tècnic de dinamització local de diferents àmbits. La cerca de casos comprèn la descripció tant d'experiències de dinamització i promoció conjunta en un àmbit territorial concret on s'inclouen experiències de pasturisme, com experiències concretes d'explotacions classificades en les quatre tipologies de pasturisme descrites al marc conceptual. Els exemples d'explotacions no inclouen casos de les comarques gironines, que queden recollides en els apartats on es descriuen els resultats del treball de camp, el qual s'ha centrat en el territori gironí.

4.2. TREBALL DE CAMP

El treball de camp es considera la segona fase de la recerca i consisteix a seleccionar una mostra d'explotacions agràries de l'àmbit de comarques gironines, tant les que tenen l'oferta del producte turístic estructurat com les que s'ha identificat que els agradaria iniciar aquesta activitat. També s'hi han inclòs enquestes a turistes usuaris del producte turístic.

4.2.1. SELECCIÓ DE LES EXPLOTACIONS I ENTREVISTES

La selecció de les explotacions que s'havien d'incorporar a la mostra s'ha fet a partir d'una llista d'explotacions de pastura que ofereixen producte turístic o bé que s'identifiquen com a explotacions potencials a oferir-lo. La llista s'ha construït d'acord amb les accions següents:

- Cerca en línia de llocs web propis de les explotacions agràries.
- Cerca en línia de llocs web d'iniciatives de desenvolupament rural d'un àmbit concret.
- Consulta del lloc web de la iniciativa «Benvinguts a pagès».
- Consulta a oficines de turisme i organismes que treballen en temes de desenvolupament rural de les comarques gironines a través del correu electrònic.

La selecció de les explotacions s'ha fet mitjançant trucades per assegurar que la pastura és una part rellevant del sistema productiu i també en funció de la disponibilitat de fer l'entrevista, bé sigui telefònicament, enviant l'enquesta per correu electrònic o visitant l'explotació agrària. La mostra inclou tretze explotacions: set amb oferta turística estructurada i sis amb potencialitat d'oferir producte turístic estructurat. El treball de camp es va dur a terme durant els mesos d'octubre i novembre de 2016. L'annex I inclou una descripció en format de fitxa de les explotacions que actualment ofereixen producte turístic a les comarques gironines, d'una manera més o menys estructurada. De les quinze explotacions agràries que s'inclouen a l'annex I, deu formen part de la mostra d'aquest estudi.

El treball de camp també inclou entrevistes en format de qüestionari breu a turistes usuaris del producte. En aquest cas s'ha col·laborat amb dues explotacions agràries a fi de deixar qüestionaris en paper des del mes d'agost fins a l'octubre de 2016, i que els mateixos titulars els facilitessin als turistes. A mitjan novembre es van recollir trenta qüestionaris emplenats.

Finalment el treball de camp també ha incorporat entrevistes a actors estratègics que s'han mostrat interessats en la temàtica, com el president de l'associació impulsora de Visita Granges, a la Garrotxa, o el personal tècnic de l'Àrea de Promoció i Desenvolupament Local de l'Ajuntament de la Bisbal d'Empordà.

4.2.2. DISSENY DELS QÜESTIONARIS

S'han dissenyat tres qüestionaris, els quals han servit per recollir dades de:

- Explotacions agràries amb oferta turística estructurada.
- Explotacions agràries amb potencialitat d'oferir producte turístic estructurat.
- Turistes usuaris del producte turístic.

Els dos primers casos han tingut com a objectiu descriure, entre d'altres, el perfil dels titulars i de l'explotació, les motivacions, les satisfaccions, els punts forts, els punts febles, les perspectives de futur, la cooperació amb agents, les necessitats de formació, els recursos complementaris, etc. Pel que fa als turistes, l'objectiu ha estat recollir dades del seu perfil així com de les seves motivacions per fer les activitats i de les satisfaccions un cop fetes. Els models de qüestionaris es poden consultar als annexos II, III i IV.

4.2.3. TAULES DE TREBALL

Al llarg de la recerca s'han organitzat dues taules de treball amb els agents i els objectius següents:

- Personal docent especialitzat en turisme de la Universitat de Girona, amb l'objectiu de contrastar la proposta teòrica del concepte de pasturisme a l'inici de la recerca.
- Personal tècnic i responsable de turisme i desenvolupament rural d'entitats i organismes de les comarques gironines, amb l'objectiu d'exposar el projecte, rebre aportacions dels diferents territoris i recollir propostes d'explotacions per incloure-les a la mostra.

4.3. ANÀLISI DE LES DADES

Les dades recollides durant el treball de camp s'han ordenat en una base de dades d'Excel i posteriorment s'ha fet una anàlisi qualitativa i quantitativa mitjançant estadística descriptiva bàsica. Els resultats es mostren a l'apartat «Resultats» amb el suport de taules i gràfics per facilitar-ne la lectura i la interpretació.

4.4. JORNADES ESPECIALITZADES

La proposta de pasturisme ha estat presentada en tres ocasions:

- I Congrés de la Transhumància de Catalunya, el 21 d'octubre de 2016, a Santa Margarida i els Monjos.
- Jornada «Turisme i producte local en territori de muntanya», el 3 de novembre de 2016, a Vallfogona de Ripollès.
- Classe a l'assignatura «Gestió de recursos turístics» del Grau de Turisme de la Universitat de Girona, el 6 de març de 2017, a Girona.



Foto: La Vall del Bac. Maria Geli Pilar Planagumà. Arxiu imatges PTCBG

05. MARC CONCEPTUAL

5.1. PER QUÈ EL PASTURISME?

La idea de desenvolupar el concepte de pasturisme neix de la intuïció que les comarques gironines, i sobretot els seus espais de muntanya, són territoris que presenten els elements necessaris per articular un producte turístic nou vinculat a la pastura i al turisme.

Es projecta que l'articulació d'un producte turístic que basi la proposta de valor en l'experiència d'estar en contacte amb el món ramader i tot el que això suposa té unes externalitats positives que se sumen a una estratègia de desenvolupament local sostenible. El sector agrari es troba en un atzucac: és imprescindible perquè el turista trobi el paisatge que desitja, però continua sent l'esglaó més desprestigiat de la cadena de valor agroalimentària (Aldomà, 2009; Ventura, 2010).

Es parteix de la concepció que el pasturisme ha de ser capaç de reivindicar el paisatge en fer-ne un atractiu viu i dinàmic, posicionar productes agroalimentaris locals a la centralitat del producte turístic, i construir un relat que permeti fer emergir les activitats tradicionals agroramaderes des d'una perspectiva de nous productes de turisme vivencial. L'emergència en els darrers anys de noves tendències de turisme sostenible arreu del món són un bon indicador de la demanda creixent que experimenta l'activitat de lleure en contacte directe amb la natura i el paisatge. El pasturisme es projecta com una modalitat de turisme sostenible en què l'element central de la proposta experiencial és la pastura.

El pasturisme és un concepte nou que proposa Monllor (2014) per primera vegada a *Estudi de la capacitat de compravenda dels productes agroalimentaris del Ripollès*. Monllor identifica una oportunitat nova per al territori, en integrar les necessitats locals del sector ramader amb les del sector turístic. Si no es posa fre a la davallada del sector primari, a mitjà termini serà el sector turístic el que tindrà un problema molt greu davant la manca de conservació de l'entorn natural, el principal reclam pel qual el turista sovintge destinacions turístiques rurals com les que es volen reivindicar. La idea incipient del pasturisme que es va formular l'any 2014 al Ripollès és la que ha permès la materialització d'aquesta investigació, gràcies al suport del Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

5.2. L'EMERGÈNCIA DEL TURISME VIVENCIAL

Una de les darreres tendències en innovació turística és el turisme vivencial. La persona que fa vacances ja no cerca únicament un destí turístic, sinó que cerca una experiència única, sensorial i memorable (Vogeler i Hernández, 2002). Tal com detalla Rivera (2013):

Una nova generació de turistes més experimentada, amb coneixements adquirits i apresos, està predisposada a consumir singularitat, creant nous nínxols de mercat i oportunitats de desenvolupament de segments menys convencionals que poden englobar-se dins dels principis del turisme responsable i experiencial i la seva aposta pel contacte intercultural autèntic i no desigual entre turistes i comunitats amfitriones, de manera que en aquests casos el contacte pot, fins i tot, arribar a convertir-se en la base de l'experiència turística.

El turisme vivencial es dirigeix a una tipologia de turista amb noves exigències, co-neixedor de la realitat i amb experiències prèvies d'altres destins turístics. Aquesta persona cerca històries reals, sap *preguntar al paisatge* i n'espera una història verídica. Es deixa acompanyar pel contacte local, valora rebre un tracte de persones professionals, formades i sensibles a les seves demandes, i espera que el lloc i les persones que l'habiten el sorprenguin (Rojas i Camarero, 2008). Aquesta tipologia de turista cerca allò que encara és realment autèntic, com ara el contacte humà, la vivència sensorial, el plaer del menjar local, la fusió amb la natura i, per sobre de tot, sentir-se part activa de les seves vacances (Cohen, 2005). És un turista que, sent conscient que ho és, no acostuma a consumir productes turístics clàssics, evita les congregacions i cerca d'una manera amable i *slow* el que és únic, el que està amagat als ulls de la majoria (Petrini, 2005). Aquest client vol que les vacances el *marquin*, i està disposat a pagar un preu just per un servei que satisfaci les seves necessitats sempre que li aporti els elements de qualitat i originalitat que cerca.

Per donar resposta a aquesta demanda nova, en els darrers anys s'identifiquen empreses de turisme que articulen la proposta de valor en productes de turisme vivencial,¹ en el que hom anomena *economia de l'experiència* (Àvila i Barrado, 2005). El que *genera valor és el fet de viure i experimentar*, ja sigui participant en activitats tradicionals, en tasques agràries o en noves propostes innovadores vinculades a la pagesia i als seus productes. Les empreses turístiques noves que han emergit en els darrers anys ofereixen aquesta mirada propera a la realitat social, cultural i territorial d'allò que es visita i s'experimenta.

Es constata que, tant a escala local com internacional, és un mercat que augmenta i que s'estructura a partir de recursos endògens que només els llocs amb història i històries són capaços d'articular. Per tant, és una tipologia de turisme que fa valer allò que és propi de cada lloc i que el turista ha de descobrir d'una manera respectuosa amb l'entorn i les persones. Des d'un punt de vista internacional, s'identifiquen experiències com la de «Sheep Farms»,² a Nova Zelanda, en què s'ofereixen activitats vinculades a diferents elements de pastura, com són els ramats d'ovelles; o la del municipi de Cogne,³ als Alps italians, en què s'organitzen diferents activitats de descoberta al llarg de l'any en les quals la pastura és un dels elements centrals. Al País Basc també es reivindiquen activitats vinculades als espais naturals, com per exemple la del Parc Natural d'Urkiola,⁴ en què es vinculen experiències d'ecoturisme amb el coneixement de temes relacionats amb els mons agrari, ramader i forestal.

Les comarques gironines tenen destins turístics consolidats, que en els darrers anys se sumen a propostes noves com el turisme familiar, el turisme de natura en espais naturals protegits o el turisme actiu. Tot i així, es detecta una mancança amb relació a una proposta que articuli un producte turístic innovador que tingui la seva raó de ser en el sector primari i, més concretament, en el món dels ramats. Aquest és un dels motius pels quals es proposa el pasturisme com un producte turístic nou que s'articuli en el marc de les noves tendències de turisme sostenible i vivencial, en què l'activitat turística esdevé suportable ecològicament a llarg termini, viable econòmicament i equitativa des d'una perspectiva ètica i social per a la població local (Donaire, 2005).

¹ Vegeu <http://aborigenbarcelona.com>; <http://twobirdsonestone.es/es> i <http://livingadventure.com>

² Vegeu <http://new-zealand.tourism.net.nz/nz/Sheep-Farms>

³ Vegeu <http://www.cogne.org>

⁴ Vegeu <http://alluitznatura.com/web/experiencias-de-euskadi-saboreala/experiencias/?lang=ca>

Aquest també és el context en el qual es defineixen altres conceptes com el de turisme rural o ecoturisme, tipologies que poden compartir alguns dels atributs amb el pasturisme, sobretot els que tenen a veure amb el lloc en el qual es desenvolupa, que en els tres casos és el món rural i la natura. Segons l'informe *Ecoturisme a Catalunya* del Consell Assessor per al Desenvolupament Sostenible, es defineix l'ecoturisme com:

Una forma ambientalment responsable de viatjar o visitar àrees naturals poc alterades amb l'objectiu de gaudir, apreciar i estudiar llurs atractius naturals i manifestacions culturals associades — presents i pretèrites —, a través d'un procés que promou la conservació, té un impacte ambiental baix i propicia una implicació social i econòmica beneficiosa per a les poblacions locals.

La taula següent resumeix les tipologies principals de turisme en què es pot veure integrat, parcialment o totalment, el concepte de pasturisme.

Taula 1. Tipologies de turisme sostenible i vivencial

Tipologies de turisme sostenible i vivencial	Existeix una estratègia	Promoció des del Patronat de Turisme Costa Brava Girona	Comparteix atributs amb pasturisme
Ecoturisme	Ecoturisme a Catalunya. Una alternativa de turisme sostenible a la natura, CADS (2009).		X
Turisme de natura als espais naturals protegits	Pla de Foment del Turisme de Natura als Espais Naturals Protegits de Catalunya, Direcció General de Turisme i la Direcció General de Polítiques Ambientals (2015).		X
Turisme actiu i de natura	El Club de Màrqueting de Natura i Turisme Actiu.	X	X
Turisme familiar	Segell oficial que distingeix els municipis com a destinació de turisme familiar i que depenen de l'Agència Catalana de Turisme.	X	X
Turisme gastronòmic	El Club de Màrqueting d'Enogastronomia.	X	X
Turisme cultural	El Club de Màrqueting de Cultura.	X	X

Dissenyar el pasturisme com a producte turístic nou i com una oportunitat tractora per a l'especialització d'un segment de l'oferta de turisme vivencial a les comarques gironines s'identifica com una oportunitat estratègica per enriquir una destinació madura i per cooperar amb les accions de desenvolupament local que tenen lloc des del territori.

5.3. EL PAPER ESTRATÈGIC DE LA PASTURA

La pastura és un element identitari de les comarques gironines. Històricament els ramats formaven part del paisatge, i els moviments de bestiar, a través de les rutes de transhumància, eren habituals en les dinàmiques de la pagesia gironina (Vilà i Valentí, 1949). Els ramats i el seu trànsit estacional modulaven els paisatges agroforestals en mosaic fins que l'abandonament progressiu d'aquesta activitat va donar pas als monocultius econòmics moderns, que vzan començar a generar un paisatge molt més monòton i dissociat dels usos tradicionals (Gordi, 2009). Aquesta evolució és la que ha anat desdibuixant la funció ecològica de l'activitat agrària i ramadera, i en molts casos ha provocat la pèrdua de l'ecotò agropolità (Izquierdo, 2008), que relligava d'una manera molt més amable el món rural i l'urbà.

Actualment moltes de les pràctiques tradicionals vinculades a la pastura estan desapareixent a raó d'una amalgama complexa de factors. Aquest fet porta intrínsec una pèrdua cultural vinculada a les tradicions ramaderes, al mateix temps que es redueixen els efectes multifuncionals beneficiosos de l'activitat ramadera sobre el medi i la societat, com ara el manteniment de camins, de pastures de camps oberts o d'espais forestals ben gestionats. El paisatge evoluciona i es desequilibra, amb els riscos ambientals, socials i econòmics que aquests fets comporten.

Les comarques gironines necessiten ramats de pastura per potenciar el valor estratègic de l'activitat agrària. Produir aliments amb una mirada integrada al medi és una de les maneres més intel·ligents de continuar la llarga tradició ramadera del territori. La realitat mostra la gran dificultat actual dels pastors i els ramaders per continuar amb dignitat la seva activitat professional. La globalització de l'alimentació comporta que la qualitat hagi de competir amb la quantitat, una equació en la qual la pagesia local mai no en sortirà ben parada.

Per la seva banda, en un escenari de reducció dràstica de l'activitat ramadera i de les persones que s'hi dediquen, sorprenentment emergeix una generació de nova pagesia que aposta pel sector amb una visió multifuncional de la pastura i els ramats (Ploeg, 2008; Monllor, 2011; Pérez-Victoria, 2010);⁵ persones, la majoria novvingudes al sector agrari, que lluiten perquè els ramats i l'activitat que se'n deriva tinguin el seu lloc en la vida dels espais rurals. Els motius que els porten a dedicar-se a l'activitat són diversos, tot i que destaquen la cerca de viure en un entorn agradable, treballar en contacte amb la natura i contribuir a millorar l'entorn i l'alimentació saludable.

El sorgiment de noves experiències de pastura al territori gironí es veu potenciat pel gran valor que generen a través dels seus productes agroalimentaris de molta qualitat, sobretot de carn i derivats làctics; aliments únics carregats d'identitat i nutrició, peces que mostren el sentit d'una passió, reflexos d'una manera de viure i treballar que dona com a fruit productes exclusius (López-Moreno *et al.*, 2016; Monllor *et al.*, 2014). Aquesta és una de les grans joies que donen sentit al pasturisme com una experiència turística innovadora en la qual la pastura és la protagonista i l'alimentació complementa l'oferta.

5.4. UN PRODUCTE TURÍSTIC QUE REIVINDICA EL TERRITORI

Un dels elements innovadors del pasturisme és que la seva raó de ser es basa en el fet que el territori i les persones que en tenen cura són peces imprescindibles del producte turístic. El foment de les activitats socioeconòmiques vinculades a la pastura forma part d'una estratègia de desenvolupament local en tant que dona suport a activitats professionals que treballen al territori i per al territori.

Per la seva banda, els ramats de pastura són els millors garants de la conservació del paisatge mosaic, de la biodiversitat agroramadera i del patrimoni etnogràfic. El territori agraeix que es mantinguin les relacions simbiòtiques que l'activitat humana desenvolupa, i, a més de produir aliments, és l'oportunitat per a altres accions prioritàries com la prevenció d'incendis forestals o el manteniment d'espais d'alt valor natural. I si a l'activitat de pastura s'hi afegeix la transhumància, el valor territorial dels ramats encara és més rellevant. La xarxa de camins ramaders dona sentit a un patrimoni cultural, paisatgístic i ecològic digne de ser preservat amb el seu ús ramader i amb els usos complementaris que se'n deriven (Miralles, 2005).

⁵ Un indicador d'aquest sorgiment de pastores i pastors és el web www.pasturem.cat

Amb relació a la pagesia, el complement de l'activitat agrària amb rendes turístiques pot ser una manera de millorar la viabilitat de moltes de les explotacions agràries que presenten dubtes de supervivència econòmica (Haugen i Vik 2008; Rivera, 2013). Tot i així, la diversificació planteja reptes importants per a les famílies pageses, incloent-hi les qüestions que envolten les seves identitats, estils de vida i opcions (Getz i Carlsen, 2000; Ilbery *et al.*, 1998). Estar disposats a mantenir i projectar una identitat agrària no sempre esdevé fàcil per a la pagesia. Aquest dilema condueix inevitablement a prendre decisions difícils quan una activitat turística s'inicia en una explotació agrària preexistent (Di Domenico i Miller, 2012). En aquest sentit, i amb relació a la proposta de pasturisme, cal identificar quins són els perfils de les persones i les empreses disposades a fer el pas vers una orientació turística com a complement a l'activitat productiva.

En tot cas, si les famílies pageses opten per una estratègia de diversificació i de treball en xarxa amb altres empreses del territori com restaurants, agències de viatges o empreses agroalimentàries, el grau de dinamisme en la creació de projectes nous que donin vida als espais rurals i a l'activitat agrària esdevé més gran que en un territori on les explotacions agràries opten per una estratègia d'especialització. Enfortir els vincles entre les microempreses locals (agràries, gastronòmiques i turístiques) és imprescindible per continuar generant valor al territori i mantenir viva l'activitat socioeconòmica del món rural.

També és de vital importància el fet de conèixer i reconèixer la feina dels pastors i les pastores, sense la qual es perdrien tota una sèrie de tangibles i intangibles difícilment recuperables una vegada desapareguts. Encara avui, en molts entorns, sobretot urbans, es considera una feina poc valorada i reconeguda. El pasturisme s'identifica com un element més del discurs optimista a favor de la pagesia, de la seva tasca i del seu futur.

La tendència creixent del desacoblament entre la societat urbana i el sector primari és una realitat en la qual es vol influir mitjançant el pasturisme. Hi ha evidències de l'estreta relació a tres bandes entre el contacte amb el medi rural, el coneixement que se'n té i la voluntat de contribuir a la seva conservació. És a dir, les persones que visiten amb més freqüència els espais rurals demostren tenir un millor coneixement dels ecosistemes i dels serveis que aporten a la societat. De retruc,

un elevat grau de coneixement d'aquests sistemes i dels seus beneficis tendeix a fer augmentar la predisposició d'aquestes persones a contribuir econòmicament a la seva conservació (Soy-Massoni et al., 2016).

Així doncs, per assolir un model de gestió dels espais rurals sòlid, resulta imprescindible la generació de coneixement i consciència ambiental, que neixen del contacte de les persones amb la ruralitat. De manera inversa, si la major part de la població no es mou del seu ambient urbà, difícilment es podrà obtenir el suport social i econòmic necessari per a la conservació del sector primari i el medi rural. Més enllà dels ingressos que l'activitat turística suposa per a les explotacions de pastura, s'identifica un benefici indirecte provinent de la creixent disponibilitat a esdevenir consumidors de producte local i de valor afegit dels usuaris i el seu radi d'influència.



Foto: El Ripollès. Maria Geli Pilar Planagumà. Arxiu imatges PTCBG

06. ELS RECURSOS VINCULATS A LA PASTURA I EL TURISME

L'activitat turística a les comarques gironines presenta signes d'innovació en diferents aspectes de la seva oferta, en la qual, com ja s'ha identificat prèviament, s'inclou el turisme vivencial relacionat amb el món rural, els espais naturals i els productes agroalimentaris locals. Una de les potencialitats que actualment presenta el territori és la capacitat d'emprar els seus recursos endògens per crear productes turístics nous que donin pas a oferir experiències úniques, en el nostre cas vinculades a la pastura.

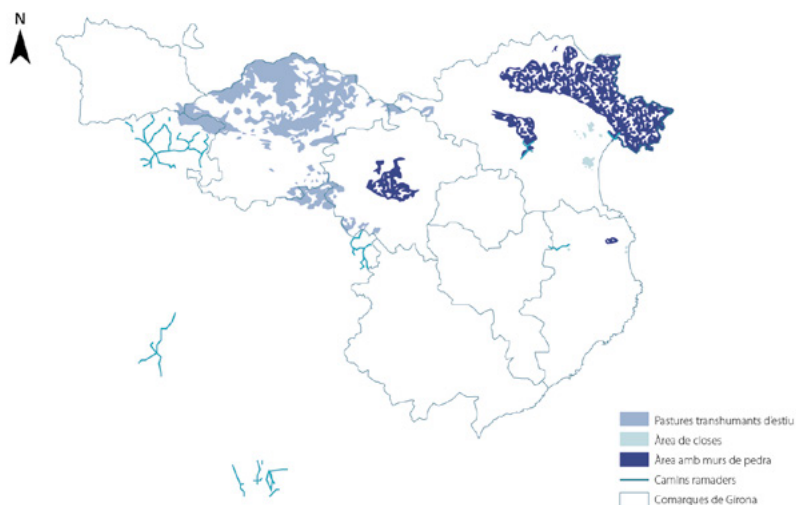
Tot seguit es detallen alguns dels recursos especialitzats que actualment presenten les comarques gironines per tal de valorar el pasturisme com una oferta nova de turisme vivencial. És un recull limitat que té l'objectiu de mostrar el potencial que actualment presenta el territori amb relació a la pastura i el turisme. Resta pendent un recull més exhaustiu de la diversitat i la quantitat de recursos tant naturals com humans i tècnics de les comarques gironines per articular professionalment el pasturisme a la destinació turística de la Costa Brava i del Pirineu de Girona.

6.1. RECURSOS NATURALS

Les comarques gironines són un territori en el qual la pastura (incloent-hi pastures permanents, pastures arbustives i pastures arbrades) presenta un alt percentatge de la superfície agrària útil. Aquest fet mostra la idoneïtat de la demarcació per desenvolupar i articular el pasturisme com una tipologia de turisme que faci valer els recursos naturals, el paisatge de pastura i les activitats socioeconòmiques que hi estan associades.

Els valors estètics, simbòlics, d'identitat, productius i històrics del paisatge queden recollits al *Catàleg de paisatge de les comarques gironines*, elaborat per l'Observatori del Paisatge de Catalunya. Entre els valors identificats, el mapa següent mostra els que tenen relació amb la pastura: les pastures transhumants d'estiu, les closes de l'Empordà, les estructures amb murs de pedra seca i els camins ramaders (mapa 1). Tots aquests elements formen part dels recursos naturals i del paisatge que la pastura ha generat durant segles al territori i que avui en dia són valors materials i immaterials molt preuats per la capacitat d'oferir serveis i béns a la ciutadania.

Mapa 1. Valors estètics, simbòlics, d'identitat, productius i històrics del paisatge que tenen relació amb la pastura



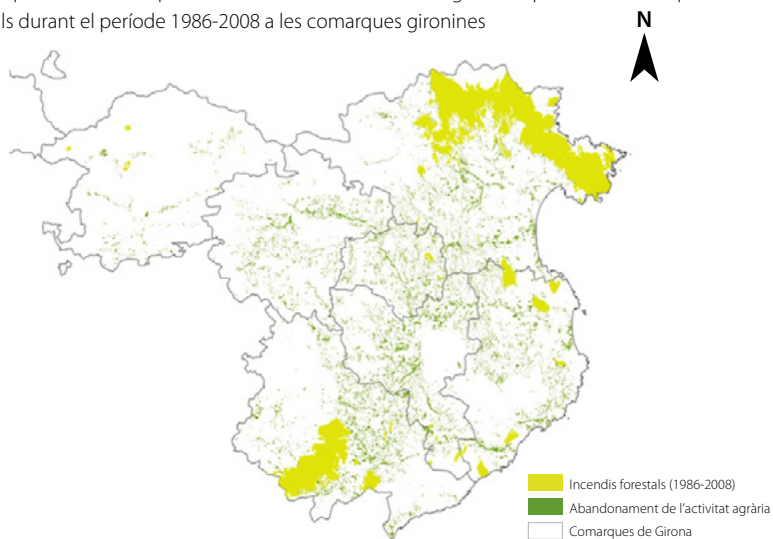
Font: Elaboració pròpia a partir de cartografia de l'Observatori del Paisatge de Comarques Gironines.

Per la seva banda, la publicació *L'evolució del paisatge forestal a les terres gironines a la segona meitat del segle XX* (Gordi, 2009) manifesta que el 1950 hi havia molta menys superfície forestal que actualment i que el bosc feia un període d'uns quinze anys que estava sotmès a una forta pressió per obtenir-ne recursos. El resultat d'aquesta situació fou el manteniment del mosaic paisatgístic. Però a partir de la dècada dels seixanta els aprofitaments forestals canviaren totalment, i bona part de la causa es degué a l'enfonsament progressiu de la demanda del carbó vegetal i la llenya, que

van ser substituïts per petroli i gas, com a noves fonts de combustible. L'augment de la superfície arbrada va ser conseqüència de la dinàmica natural de la vegetació, resultat de la reculada progressiva dels aprofitaments forestals i de l'abandonament de prats i pastures (mapa 2). Aquesta dinàmica natural fa referència a processos de successió vegetal que s'han produït a llocs on no hi ha hagut pressió antròpica, és a dir, ni aprofitaments forestals ni aprofitaments ramaders. Una altra causa que va afavorir la superfície arbrada a les comarques gironines va ser la repoblació, la qual va afectar 30.000 ha durant el període 1975-86.

En aquest sentit, a l'augment de superfície forestal, cal sumar-hi la reducció en la gestió d'aquests espais, fet que dibuixa uns paisatges d'elevada virulència respecte al foc forestal. D'aquesta manera, la contribució de la ramaderia extensiva a la prevenció d'incendis és estratègica, ja que ha sigut l'activitat agrícola i ramadera la que ha configurat el paisatge actual, un mosaic de conreus i prats i pastures que trenquen l'homogeneïtat del bosc. Només el manteniment de la ramaderia extensiva assegura la conservació d'aquesta estructura de paisatge que disminueix el risc i la virulència dels incendis. Alhora, els ramats que realitzen pasturatge de terres marginals, com erms en procés de transformació a matollar o bosc, incideixen d'una manera directa en la disminució de la biomassa d'aquests ecosistemes i contribueixen positivament a la prevenció d'incendis. El mapa següent mostra, d'una banda, la superfície on s'ha abandonat l'activitat agrària i, de l'altra la superfície afectada per incendis forestals durant el període 1986-2008. Entenem que el foment i la dinamització de l'activitat ramadera vinculada a la pastura són una manera de treballar en la prevenció de grans incendis forestals al nostre país.

Mapa 2. Superfície afectada per l'abandonament de l'activitat agrària i superfície afectada pels incendis forestals durant el període 1986-2008 a les comarques gironines



Font: Elaboració pròpia a partir de cartografia de l'Observatori del Paisatge de Comarques Gironines.

6.2. RECURSOS HUMANS

Amb relació al pasturisme, el recurs humà indispensable és la persona que treballa amb el ramat. Sense pastors i sense pastores no hi ha ramats, i sense ramats no hi ha pastura. Aquest és un dels arguments clau a l'hora d'articular la proposta de pasturisme, ja que cada vegada hi ha menys ramats que pasturin a les comarques gironines i menys persones disposades a treballar-hi.

Alguns dels indicadors que mostren aquesta tendència són la reducció del nombre d'explotacions ramaderes a les comarques gironines en el període intercensal entre el 1999 i el 2009, en què, per exemple, en el cas de l'oví es passa de 707 explotacions ramaderes l'any 1999 a 597 l'any 2009, o de 424 explotacions de cabrum l'any 1999

a 341 l'any 2009. A Catalunya aquesta tendència és similar, ja que es passa de 2.811 explotacions d'oví d'unes 870.000 ovelles l'any 1999 a 2.088 explotacions d'oví d'unes 670.000 ovelles l'any 2009. La tendència decreixent del nombre de caps d'oví i cabrum no és compartida amb altres sectors com el porcí, per exemple, el qual pateix una tendència a l'augment del nombre de caps per explotació.

La tendència actual de pèrdua de petites explotacions ramaderes en entorns rurals per raons de rendibilitat, de relleu generacional o de canvis en els usos del sòl té efectes negatius tant des d'un punt de vista social com econòmic i ambiental. El manteniment de petites explotacions ramaderes familiars és estratègic per mantenir la seguretat alimentària, el benestar comunitari, l'economia local, la conservació de la biodiversitat natural i l'agrobiodiversitat, l'ús sostenible dels recursos, i la resiliència climàtica (FAO, 2014). Aquesta reducció en el nombre d'explotacions ramaderes està vinculada a un desinterès general pel relleu generacional de l'activitat agrària i, especialment, de l'ofici de pastor.

En aquest sentit, i amb relació al sector agrari en general, s'observa una manca de relleu generacional i un envelliment de la població agrària. Segons les dades del cens agrari, l'any 2009 a Catalunya només hi havia 7,7 titulars d'explotacions més joves de 35 anys per cada 100 titulars de 55 anys o més. Aquesta dada obre un interrogant sobre què passarà en els propers anys si continua la tendència a la baixa del relleu de les explotacions agràries familiars de la pagesia catalana, ja que l'índex del 1999 al 2009 ha caigut en un 41 %. Aquesta tendència mostra un sector amb greus problemes estructurals i de viabilitat social i econòmica que contínuament cerca alternatives de valorització per poder mantenir l'activitat al territori, però que preveu un futur incert a causa de la davallada contínua del relleu generacional de les famílies pageses (Viure, 2015).

D'altra banda, també es dona un nou fenomen emergent, tant a Catalunya com a la resta d'Europa, que és el sorgiment d'una nova generació de pagesia sense orígens agraris (Ploeg, 2008; Monllor, 2011). Es tracta de persones amb trajectòries vitals i laborals molt diverses que opten per inserir-se al sector agrari com una alternativa real per treballar i viure al món rural. D'aquesta nova generació hi ha un nombre important d'incorporacions al sector ramader amb projectes de pastura. Ho mostren, per exemple, les dades de l'Escola de Pastors de Catalunya, per la qual entre els anys 2009 i 2016 han

passat 134 alumnes, dels quals 112 han acabat els estudis i 71 es troben actualment vinculats a la professió de pastors. Aquesta tendència també es pot generalitzar a altres territoris, ja que a l'Estat espanyol actualment existeixen cinc escoles de pastors diferents. La més veterana és la del País Basc, l'Artzain Eskola de Arantzazu, que des de l'any 1997 forma una nova generació de pastors i pastores, i la més jove la de la comarca Tajo-Salor-Almonte, a Extremadura, que va començar l'any 2016.

Les tendències emergents d'incorporació d'una nova generació de pagesia al món dels ramats són un dels pilars de la proposta de pasturisme, ja que sense persones que tinguin cura del bestiar i que pasturin no és possible ni la creació ni l'articulació del producte turístic innovador. Les sinergies que la pagesia tradicional i la nouvinguda puguin desenvolupar per fer viables les activitats ramaderes que porten a terme són cabdals per assegurar un futur per als ramats i els seus recursos humans, totalment imprescindibles.

6.3. RECURSOS TÈCNICS

Els recursos tècnics vinculats a la pastura es basen en tot el que el territori pot oferir per tal de crear el producte turístic, des dels allotjaments als establiments de restauració, els esdeveniments culturals o els comerços locals. En aquest sentit, les comarques gironines presenten una oferta molt diversificada de recursos tècnics compatibles amb el pasturisme. Per exemple, amb relació als allotjaments, els que hi tenen una vinculació més gran són els establiments de turisme rural, que segons l'Idescat s'ha incrementat en deu anys, ja que ha passat de 421, amb 3.443 places, l'any 2005, a 747, amb 6.161 places, l'any 2015.

Un altre dels recursos tècnics relacionats amb el pasturisme són les activitats culturals existents quant a la divulgació i la promoció de la pastura, els pastors i els seus productes alimentaris. La mostra de la taula següent divideix les activitats i els esdeveniments en quatre categories: fires, activitats familiars, mostres gastronòmiques i museus; i n'identifica la localització i els elements que relacionen l'activitat amb la pastura. Per exemple, el Ripollès, que és una comarca eminentment ramadera i de pastura, ha dissenyat i articulat recursos diferents i complementaris relacionats amb la pastura. La comarca acull diverses fires ramaderes, mostres gastronòmiques vin-

culades al xai i el cabrit, i el Museu del Pastor, amb molt contingut relacionat amb els pastors i el seu patrimoni. Les comarques gironines, a través d'aquests recursos tècnics, tenen la vocació de divulgar els valors de la pastura pel territori i promoure el consum dels productes resultants (carn, derivats làctics, etc.) com una estratègia de desenvolupament rural i promoció econòmica.

Taula 2. Exemples de recursos actuals relacionats amb la pastura

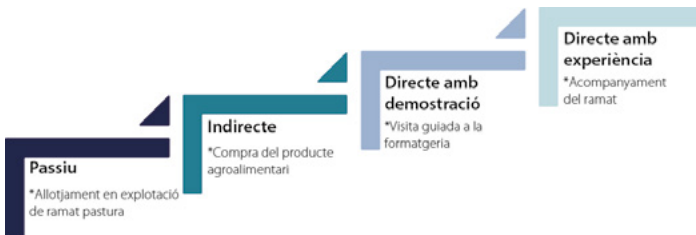
Tipologia	Nom	Localitat	Comarca	Relació amb la pastura
Fires	Fira de Sant Andreu	Torroella de Montgrí	Baix Empordà	Gossos d'atura, tallers i exhibició de llana, excursió amb pastor, etc.
	Fira de Santa Teresa	Ripoll	Ripollès	Mostra bestiar i productes, concurs, exposició, xerrada, esmorzar, etc.
	Fira de Sant Martíà	Banyoles	Pla de l'Estany	Gossos d'atura.
	Trià de Mulats d'Espinavell	Espinavell	Ripollès	Fira ramadera de compravenda de mulats o pollins que han passat l'estiu pasturant a la muntanya.
	Fira de l'Ovella i de la Llana	Pontós	Alt Empordà	Mostra de bestiar, esquilada d'ovelles, dinar a base de carn de xai, etc.
	Fira del Xai	El Pastoral	La Selva	Tast popular de xai a la brasa, conferències, portes obertes a una granja d'oví i boví, demostracions d'esquilades, exposicions, taller de feltre, demostració de tints naturals, conducció d'un ramat, exposició de fotografies de xais, etc.
Activitats familiars	Donada de sal al bestiar	Setcases	Ripollès	Activitat lúdica familiar en què es porta sal al bestiar que es troba pasturant a la muntanya.
Mostres gastronòmiques	Campanya Gastronòmica del Xai i del Cabrit del Ripollès		Ripollès	Restaurants de la comarca ofereixen plats o menús específics amb aquest producte.
Museus	Museu del Pastor	Ripoll	Ripollès	Espais museístics dedicats a la divulgació dels pastors i el seu patrimoni històric.
	Museu de la Vida Rural	Vilademuls	Pla de l'Estany	

07. PASTURISME: PROPOSTA DE DEFINICIÓ I TIPOLOGIES

Es defineix el pasturisme com una *experiència turística basada en l'activitat agrària i alimentària vinculada a la pastura amb l'objectiu de gaudir, descobrir i conèixer el món ramader, els seus paisatges, les persones que els fan possibles i els aliments que produeixen, amb una repercussió positiva per a la població local i el desenvolupament rural.*

El pasturisme presenta diferents categories en funció de la relació que el turista té amb la pastura i amb l'experiència sensorial que el producte li ofereix. Es distingeixen el pasturisme passiu, el pasturisme indirecte, el pasturisme directe amb demostració i el pasturisme directe amb experiència. La figura següent els il·lustra.

Il·lustració 1. Tipologies de pasturisme



Taula 3. Tipologies de pasturisme

	Descripció	Exemples
Pasturisme passiu	El pasturisme passiu és la tipologia que presenta una menys implicació i contacte del turista amb la pastura. La pastura no forma part del nucli de l'experiència turística.	• Allotjar-se en una explotació ramadera de pastura. • Caminar per un camí ramader sense pastor ni guia interpretatiu.
Pasturisme indirecte	El pasturisme indirecte és la tipologia en què no hi ha contacte directe amb la pastura, el pastor ni el ramat, però sí que s'experimenta un contacte indirecte.	• Comprar producte agroalimentari de pastura. • Degustar un menú gastronòmic de pastura. • Visitar un centre d'interpretació sobre la pastura.
Pasturisme directe amb demostració	El pasturisme directe amb demostració és la tipologia en què el turista entra en contacte amb el món de la pastura de la mà dels seus protagonistes, tot i que no s'hi implica directament.	• Visitar una granja amb tast de producte agroalimentari. • Visitar una formatgeria amb explicació. • Assistir a una esquilada d'ovelles.
Pasturisme directe amb experiència	El pasturisme directe amb experiència és la tipologia en què el turista s'implica més en l'activitat ramadera vinculada a la pastura.	• Acompanyar el pastor a pasturar el ramat. • Compartir un àpat i una xerrada amb el pastor. • Participar en un taller de formatges de pastor.

El pasturisme s'identifica com una aposta estratègica per generar productes nous que donin resposta al canvi de tendència i d'hàbits de consum en la demanda turística, que precisament són els que apunten cap a un mercat emergent en el qual el protagonista és el turista, que assumeix cada vegada més un paper central en l'experiència turística (Rivera, 2013).



Foto: Jaume Casas , Ripollès

08. RESULTATS

8.1. EXPERIÈNCIES DE TURISME VIVENCIAL VINCULADES A LA PASTURA A CATALUNYA

Tal com s'ha exposat anteriorment, el turisme vivencial és una modalitat de turisme sostenible i de natura que mostra indicadors de creixement, tant per l'oferta dels productes turístics actual com per la demanda d'un públic cada vegada més interessat a consumir-los.

La cerca bibliogràfica ha fet possible identificar experiències existents a Catalunya vinculades amb la pastura, les quals, en més o menys grau, es podrien incloure en la proposta de pasturisme. Al mateix temps, l'anàlisi de casos ha permès identificar la diversitat i el rol dels agents que hi participen, així com les característiques comunes de les iniciatives en marxa.

L'apartat següent s'estructura en tres seccions, les quals descriuen, d'una banda, el ventall d'agents impulsors i dinamitzadors del pasturisme i, de l'altra, un recull d'iniciatives i casos que es podrien classificar com a pasturisme a Catalunya. El recull té dos apartats. El primer es refereix a iniciatives de turisme vivencial al món rural, les quals aglutinen més d'una experiència de pasturisme i sovint es complementen amb altres recursos més enllà d'experiències en explotacions de pastura; es tracta d'iniciatives de caràcter privat o públic que es desenvolupen en un àmbit territorial concret (comarca, espai natural protegit, etc.). El segon apartat fa referència a experiències concretes a Catalunya que es poden classificar en les quatre tipologies de pasturisme descrites al marc conceptual.

8.1.1. AGENTS IMPULSORS I DINAMITZADORS

Com tota modalitat turística, el pasturisme implica un ampli ventall d'agents, cadascun amb unes necessitats i uns interessos propis. Són organitzacions i entitats, públiques i privades, que, per si mateixes o per la seva capacitat d'influència, poden tenir un impacte en l'impuls i la dinamització del pasturisme.

La il·lustració següent representa gràficament els agents turístics que s'han identificat segons si són de naturalesa pública o privada. No es tracta d'una identificació exhaustiva, sinó que comprèn únicament els agents que es consideren més rellevants. Es poden classificar els agents en funció dels seus interessos: d'una banda, hi ha els actors que fomenten el desenvolupament econòmic i la promoció del turisme i, de l'altra, hi ha els que prioritzen l'enfortiment i la dinamització del sector agrícola i ramader. Cal tenir present que en alguns casos es comparteixen ambdós interessos.

Il·lustració 2. Els principals tipus d'agents relacionats amb el pasturisme



Font: Elaboració pròpia, basada en l'informe Ecoturisme a Catalunya, del Consell Assessor per al Desenvolupament Sostenible (2009).

8.1.2. AGENTS IMPULSORS I DINAMITZADORS⁶

«Benvinguts a pagès»

El juny de 2016 es va celebrar per primera vegada a Catalunya l'esdeveniment «Benvinguts a pagès. Redescobreix la nostra terra».⁷ La iniciativa es va promoure des de la Fundació Àlicia, el Departament d'Empresa i Coneixement, l'Agència Catalana de Turisme i el Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació, amb el suport de les diputacions provincials i els patronats de turisme, així com dels consells comarcals i altres entitats com les oficines de turisme.

Amb l'objectiu de donar a conèixer el món de la pagesia a la ciutadana, «Benvinguts a pagès» va aconseguir obrir les portes de les explotacions agràries catalanes per posar reivindicar la pagesia, els productes de la terra i el turisme d'interior. Amb el lema de «la festa major de la pagesia, el territori, els productes de proximitat i la gastronomia catalana», la iniciativa va captivar gairebé 200 explotacions agràries i ramaderes, que van acollir més de 12.500 visites durant un cap de setmana.

Una anàlisi de les propostes que s'ofereixen en el marc de «Benvinguts a pagès» mostra que la majoria de les experiències que es van posar a l'abast del turista durant el cap de setmana de l'esdeveniment van consistir en una visita amb explicació a l'explotació agrària acompanyada d'un tast d'un producte. Aquest format és el que va permetre que un bon nombre de persones gaudissin de l'experiència turística vinculada al món agrari.

Amb relació a l'anàlisi dels recursos per desenvolupar el pasturisme a les comarques gironines, «Benvinguts a pagès» ha significat una passa més en el camí d'estructurar un producte turístic nou. Tal com es detalla més endavant, algunes de les explotacions potencials hi van participar i va ser a partir de llavors que es van plantejar millorar l'oferta del producte turístic, donar-la a conèixer i introduir algunes millores a l'explotació agrària per facilitar l'activitat.

⁶ L'annex 1 recull les experiències de turisme vivencial de les comarques gironines que s'han identificat en la fase de diagnòstic. D'aquestes, algunes formen part de la mostra d'estudi, tal com s'especifica en l'apartat 8.2, d'anàlisi de les experiències entrevistades. El fet que el pasturisme sigui una activitat incipient fa que apareguin experiències noves que no es tenen en compte en aquest registre. Això és un indicador del dinamisme actual d'aquest producte turístic innovador.

⁷ Vegeu www.benvingutsapages.cat

«Visita granges»

«Visita granges»⁸ és un projecte col·lectiu de vuit productors i elaboradors agroalimentaris de la Garrotxa que s'han unit per obrir les portes de les explotacions agràries i dels obradors agroalimentaris per donar a conèixer a la ciutadania l'origen dels productes de la comarca. És interessant observar que al seu lloc web es destaca la importància que el turista conegui de prop el productor perquè pugui valorar la seva feina i el territori en el qual es produeix.

Des d'un punt de vista de producte turístic, «Visita granges» compleix molts dels elements imprescindibles per articular una bona oferta en el terreny col·lectiu. Disposa d'un web actualitzat en el qual es troben les diferents activitats que es desenvolupen amb la data, l'hora, el lloc, el preu i les característiques més específiques de cadascuna. A més, el lloc web permet fer cerques, tant per dia com per tipologia d'activitat, fet que facilita la reserva de l'activitat en línia.

Presenta una certa varietat de productors i, per tant, d'experiències turístiques. Dels vuit productors agroalimentaris que hi participen hi ha dues granges lleteres, dues granges de vedells, una de convencional, una altra d'ecològica, una explotació de xais, una explotació d'animals de pastura i horta, una formatgeria artesana i una casa de pagès tradicional.

Tots els productors i elaboradors ofereixen una activitat de visita acompanyada d'un tast d'un producte. N'hi ha algunes que també donen l'opció de fer un taller, per exemple de formatge o de conserves. Amb relació a la venda de producte final, la majoria donen l'opció de compra una vegada acabada l'activitat. A més, al lloc web també s'esmenten bona part dels punts de venda en els quals es poden trobar els productes agroalimentaris de les experiències visitades. Entre les experiències que s'hi poden trobar, n'hi ha tres que es poden classificar com a pasturisme: Mas La Coromina (granja de vaques de llet), Mas El Cros (granja de vedells ecològics) i L'Astrol (granja de xais).

⁸ Vegeu www.visitagranges.cat

Catàleg d'experiències de descoberta dels productes locals del Parc Natural del Cadí-Moixeró

Es tracta d'una iniciativa sorgida d'un dels parcs naturals més emblemàtics de Catalunya, el Parc Natural del Cadí-Moixeró.⁹ Des de l'òrgan de gestió del Parc Natural, es vol fer valer l'extens patrimoni cultural, les tradicions, els usos ancestrals i la seva gent. Es visualitza el Parc Natural com un espai viu, dinàmic i de qualitat, fent èmfasi en els productes locals i artesans que s'hi elaboren. Des del Parc Natural s'han elaborat dos fullets en format de catàleg: un presenta les persones que hi ha darrere dels productes locals, és a dir, les explotacions agrícoles i ramaderes i els artesans, i l'altre exposa les experiències per descobrir els productes locals, tant alimentaris com artesanals, que s'elaboren al Parc Natural des d'una perspectiva totalment diferent, com les visites a obradors o explotacions, els tastos, els maridatges, els tallers pràctics o els recorreguts guiats, entre d'altres. En ambdós casos els catàlegs tenen l'objectiu de promocionar el teixit productiu de l'àmbit del Parc Natural com a estratègia de desenvolupament local i promoció econòmica, però també de conservació del patrimoni cultural i natural. Entre les experiències que s'hi poden trobar, n'hi ha tres que es poden classificar com a pasturisme: Ca l'Andreu («Descobreix Ca l'Andreu i viu una experiència eco»), Carn del Cadí Moixeró («Vols aprendre a fer de pastor/a?») i Xai Ecològic Cal Coix («Pastor per un dia»).

«Vine al Pallars, viu el Jussà»

«Vine al Pallars, viu el Jussà»¹⁰ neix l'any 2013 fruit de les inquietuds de l'Associació de Residències de Cases de Pagès del Pallars Jussà per donar un valor afegit als allotjaments rurals de la comarca amb activitats de senderisme. L'any 2014 s'inicia la col·laboració entre l'Associació de Professionals de l'Àmbit Turístic del Pallars Jussà (APAT) i l'Associació de Residències de Cases de Pagès del Pallars Jussà. Amb aquesta unió s'aconsegueix que el projecte sigui una plataforma representativa de la majoria d'empresaris de la comarca dels diferents sectors turístics, fent-lo créixer pel que fa a la diversitat paisatgística, cultural, recreativa, gastronòmica, esportiva, productiva, històrica i científica. S'edita una guia en la qual es recull la informació de les activitats organitzades, entre les quals s'inclouen dues activitats de pasturisme: Casa Mateu («Fes de pastor a Casa Mateu») i Casa Masover («Transhumància: de Casa Masover a la vall de Manyanet»).

⁹ Vegeu <http://parcsnaturals.gencat.cat/ca/cadi>

¹⁰ Vegeu <http://viujussa.cat>

Vine a pagès! Experiències agroturístiques pel Ripollès, Pirineu de Girona

Aquesta iniciativa comarcal està liderada per l'Agència de Desenvolupament del Ripollès per promocionar els productes de la marca de garantia Producte del Ripollès.¹¹ Fins ara aquesta marca col·lectiva només havia identificat els productes agroalimentaris dels seus socis. Amb aquest catàleg nou, la marca Producte del Ripollès també aglutina les experiències agroturístiques de la comarca i ofereix un producte innovador que se suma a la diversificada oferta d'activitats turístiques de la comarca. *Vine a pagès!* és un recull d'experiències en explotacions ramaderes i obradors d'elaborats làctics en format de catàleg amb informació de l'activitat proposada, la durada, l'horari, el preu, l'idioma, com fer la reserva, etc. Entre totes les experiències, s'hi troben activitats que es poden classificar com a pasturisme: Mas Lladre, Mas Pinós, Mas Pujol de Dachs, Mas Palou o Muuu Beee. Totes ofereixen una visita i un tast d'un producte agroalimentari, i algunes també inclouen un taller d'elaboració de formatge.

Pasturem.cat

El web www.pasturem.cat descriu així el motiu de la seva presència: «Pasturem.cat sorgeix de la iniciativa que hem emprès per difondre la tasca i revaloritzar l'ofici i la vida de les persones que ens dediquem a l'ofici de pastor. Una eina antiga, amb mil·lennis d'història, però que segueix sent, i lluitem perquè així sigui, una opció de vida plenament vàlida, i necessària, als temps d'avui en dia».

Es tracta d'un directori territorial de pastors i pastores de Catalunya que té com a objectiu donar-se a conèixer col·lectivament i individualment. A través de la cerca per mapa o per productes i serveis de les explotacions de pastors i pastores, s'accedeix a una fitxa descriptiva de cada una. A les comarques de Girona n'hi ha deu, dels quals sis ofereixen visites a l'explotació o bé activitats d'oci familiar: El Pastor de Riudaura (Garrotxa), Can Torrent (Garrotxa), Pujol Orra (Ripollès), Formatgeria Palou (Ripollès), Pasturabosc (Baix Empordà) i Les Anglades (Pla de l'Estany).

¹¹ Vegeu http://productesdelripolles.com/producte_del_ripolles

8.1.3. EXPERIÈNCIES REFERENTS DE PASTURISME

En aquest apartat es recullen les experiències més recents que segueixen el fil argumental del turisme vivencial i que incorporen elements que els permetria classificar-les com a pasturisme.



Foto: Sant Valentí de Salarça. Maria Geli Pilar Planagumà. Arxiu imatges PTCBG

Taula 4. Exemples de tipologies de pasturisme a Catalunya

Exemples de tipologies de pasturisme a Catalunya	
Pasturisme passiu	La ruta del pastor i la transhumància (Alta Ribagorça) La ruta del pastor i la transhumància segueix els camins i senders que utilitzaven els pastors des de temps immemorials per apropar-vos a un trosset de la història i les vivències dels pastors transhumants del territori ribagorçà. El punt d'inici de la ruta és el Pont de Suert i la durada màxima, de moment, és de quatre etapes, que es poden fer en tres o quatre dies en funció del nivell físic de cadascú. Es tracta d'una iniciativa d'una empresa de serveis ambientals que també ofereix guiatges, tallers i allotjament i manutenció en cases de turisme rural.
Pasturisme indirecte	Terra de pastors, Museu del Pastor (Pallars Sobirà) El museu (en realitat és un ecomuseu) ens explica d'una manera detallada i atractiva en què consisteix la vida del pastor d'ovelles. L'exposició compta amb l'ajuda d'uns audiovisuals aclari-dors, per mitjà dels quals podem veure i sentir com bull el món pastoral: els xiulets dels pastors, els bels de les ovelles, els lladrucs dels gossos fidels que acompanyen el ramat, el dring de les esquelles d'alguns dels animals... Igualment, en aquest espai podem assabentar-nos amb detall de com es desenvolupa el cicle vital dels ovins.
Pasturisme directe amb demostració	Cal Calsot (Cerdanya) Vine a descobrir com funciona el dia a dia d'una explotació ecològica de muntanya. El maneig del bestiar es continua fent com fa molts anys, seguint la tradició i el coneixement ancestral d'una família de muntanya dels Pirineus. A l'hivern les vaques pasturen als prats del voltant del poble i a l'estiu aprofiten les pastures fresques del Parc Natural del Cadí-Moixeró. Es cuiden els prats i els animals seguint l'agricultura i la ramaderia ecològica perquè la carn sigui saludable i de màxima qualitat. L'activitat es desenvolupa en equilibri amb el medi i ajuda a mantenir i a conservar una cultura de muntanya lligada al bestiar i als aprofitaments de les pastures d'alta muntanya. El nostre ramat coneix els secrets més ben guardats d'aquests paratges, ja que diferents generacions de vaques de l'explotació han recorregut aquestes pastures, camins històrics, corriols, colls, boscos, corralles i les fonts d'aigües pures més ben amagades, avui dia, territori del Parc Natural del Cadí-Moixeró.
Pasturisme directe amb experiència	Vols aprendre a fer de pastor? (Berguedà) Vols gaudir d'un dia en plena natura i descobrir una feina tradicional com és la de pastor d'ovelles? Doncs ara tens l'oportunitat de fer les dues coses! Vine a passar un dia d'estiu a Comabella (coll de Pal), rodejat de paisatges d'alta muntanya, i sigues partícip d'una de les feines més antigues del món! La de pastor! Podràs veure el ramat d'ovelles de la raça ripollesa i el gos treballant i conduint el ramat seguint les indicacions del pastor. I amb una mica de sort podràs veure voltors, isards, marmotes, etc. Hi ha dues opcions: trobar-te amb el pastor, esmorzar (torrades, botifarra a la brasa, etc.) i després anar a la muntanya i veure el ramat, o bé pujar a la muntanya, anar amb el ramat i fer un dinar de pícnic (entrepans) enmig dels prats del Parc Natural del Cadí-Moixeró.

La cerca i anàlisi de les diferents experiències de turisme vivencial al món rural ha permès identificar les característiques comunes de les iniciatives que ja estan en marxa. En primer lloc, és comú a bona part de les experiències analitzades el vincle públic-privat, sobretot entre l'Administració pública que fomenta estratègies de desenvolupament local i les empreses agràries que porten a terme l'activitat turística. A més a més, s'observa una interacció d'agents diversos, especialment dels sectors turístic i agrari, com per exemple cases rurals, restaurants, agències de viatges, obradors agroalimentaris, etc.

Un altre tret diferencial és que la major part de les experiències analitzades són molt recents. Tret d'algunes excepcions, les més incipients comencen l'any 2012, i creixen progressivament fins al present, amb un augment exponencial arran de la iniciativa «Benvinguts a pagès», el juny de 2016. La causa és que algunes de les explotacions ramaderes que fan el pas gràcies a aquest esdeveniment conjunt ja portaven a terme alguna activitat esporàdica, però no tenien una estructuració orientada al mercat turístic. Els requisits imprescindibles per formar part de «Benvinguts a pagès», com per exemple tenir una assegurança, van esperonar força productors i elaboradors a organitzar regularment les activitats turístiques.

Amb relació al vincle de les activitats amb la pastura, s'identifiquen experiències en les quatre categories de pasturisme (pasturisme passiu, pasturisme indirecte, pasturisme directe amb demostració i pasturisme directe amb experiència), tot i que el més comú és el pasturisme directe amb demostració. Moltes de les explotacions agràries ofereixen una activitat en la qual s'inclou una visita a la granja i un tast d'un producte. Són menys comunes les que ofereixen una experiència, ja sigui per anar a pasturar unes hores o bé per fer un taller de formatges.

La major part de les experiències que s'han analitzat a Catalunya estan situades en espais de muntanya, moltes vegades vinculats a espais naturals protegits, tot i que també hi ha algunes activitats que es fan en zones més planeres en les quals també hi ha pastura, encara que no estigui vinculada a les pastures de muntanya. En tot cas, totes les experiències ofereixen una visita en un entorn natural ric i divers, en el qual el turista satisfà la vocació experiencial.

Finalment, també s'ha identificat que gairebé totes les explotacions agràries que ofereixen algun producte turístic tenen un producte agroalimentari per vendre, sobretot carn i formatges.

8.2. PERFIL I CARACTERÍSTIQUES DE LES EXPLOTACIONS DE PASTURA ENTREVISTADES

A continuació es descriuen els principals resultats de les enquestes dutes a terme a les explotacions de pastura de les comarques gironines, tant les que tenen l’oferta del producte turístic estructurat com les que s’han identificat amb potencial per iniciar aquesta activitat, i també als turistes usuaris del producte turístic.

Un total de tretze explotacions de pastura formen part de la mostra d’aquest estudi, situades en quatre de les vuit comarques gironines, entre les quals la Garrotxa i el Baix Empordà són les que tenen més representació territorial. D’aquestes, set són explotacions amb oferta turística estructurada i sis es consideren explotacions amb potencialitat per tenir-la (taula 5 i mapa 3).

Taula 5. Mostra d’explotacions incloses en aquest estudi

	Descripció	Nombre d'explotacions incloses a la mostra
Explotacions de pastura amb oferta turística estructurada	Inclou explotacions que ja reben turistes i tenen l'oferta del servei turístic estructurat.	7
Explotacions amb potencialitat d'oferir oferta turística estructurada	Inclou explotacions que voldrien rebre turistes o bé que n'han rebut o en reben puntualment però sense tenir l'oferta del servei turístic estructurat.	6

Mapa 3. Situació de les explotacions agràries incloses a la mostra de l'estudi



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del treball de camp.

8.2.1. EL PERFIL DE LA PERSONA TITULAR DE L'EXPLOTACIÓ

El perfil sociodemogràfic de la persona titular de les explotacions agràries incloses a la mostra d'aquest estudi (taula 6) destaca per una mitjana d'edat jove (38,5 anys), una majoria de gènere masculí i una majoria d'alt percentatge amb estudis (universitaris o formació professional). El 69% de les persones entrevistades provenen de família pagesa i el seu origen és la mateixa ubicació que l'explotació agrària. D'altra banda, el 31% de les persones que incorporen una activitat de diversificació turística no tenen un origen agrari, és a dir, són novingudes al món agrari. La majoria de les persones entrevistades es dediquen exclusivament a l'explotació agrària.

Taula 6. Perfil de les persones titulars de les explotacions agràries

Variables	Descripció
Edat	38,5 anys de mitjana (mínim, 26; màxim, 58).
Gènere	El 77 % són homes i el 23 %, dones.
Ubicació geogràfica	La Garrotxa (38,4%); el Baix Empordà (30,7%); el Ripollès (23,1%), i l'Alt Empordà (7,7%).
Origen agrari familiar	El 69 % provenen de la pagesia tradicional i el 31 % són pagesia nouvinguda.
Estudis	El 61,5% tenen estudis universitaris i el 15,4%, estudis professionals (FP).
Percentatge de dedicació a l'explotació agrària	El 85 % es dediquen exclusivament a l'explotació agrària.
Origen rural	El 23 % provenen de l'àrea metropolitana de Barcelona i la resta, del lloc actual de residència.
Situació familiar	Variable (solter, família, parella, etc.).

8.2.2. L'EXPLOTACIÓ AGRÀRIA

La mostra d'explotacions agràries representa tant empreses l'activitat principal de les quals és la producció de carn com explotacions que produeixen llet i elaboren productes làctics. La mostra també té representació d'explotacions ramaderes de diferents tipus de bestiar: boví, cabrum i oví. En tots els casos excepte un, la pastura és una característica present en l'activitat d'explotació. En general, es tracta d'empreses petites amb pocs treballadors i de caràcter molt familiar. Totes obtenen producte final, i en tots els casos les estratègies de comercialització estan orientades a elaborar un producte de qualitat mitjançant canals de comercialització curts i de confiança. Tot i que poques tenen certificació ecològica, la majoria afirmen que o bé en tindran o bé els agradaria tenir-ne.

Taula 7. Descripció de les explotacions agràries incloses a la mostra d'aquest estudi

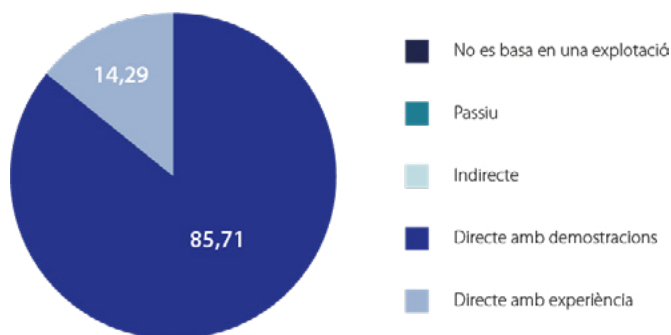
Variables	Descripció
Activitat productiva principal	El 46% són explotacions de carn (la meitat de boví i l'altra meitat de cabrit i/o de xai), i el 46% obtenen productes làctics (la meitat de llet de vaca i l'altra meitat de llet de cabra i/o d'ovella). Una de les explotacions combina horta i producció d'aviram de pastura.
El paper de la pastura a l'explotació	Totes les explotacions, menys una que elabora productes làctics amb llet que compra a explotacions properes, afirmen que la pastura és present i molt important a l'explotació, i en algunes (el 23 %) es combina la figura del pastor amb tancats elèctrics.
Treballadors	De mitjana les explotacions tenen 2,7 treballadors, comptant els titulars. No obstant això, la meitat només tenen un treballador (el titular), i només una explotació té més de deu treballadors.
Obté producte final	Totes obtenen producte agroalimentari final.
Certificació ecològica	El 30% tenen certificació ecològica (la meitat de carn i l'altra meitat de productes làctics). Una de les explotacions es troba en conversió. La majoria de les que no tenen certificació o bé afirmen que és un tema pendent o bé que diferents condicionants de l'explotació no en permeten la conversió.
Vies de comercialització	Sovint es combina la venda directa amb els comerços de proximitat (carnisseries i botigues especialitzades), fires i restaurants.
Radi de comercialització	Només dues explotacions arriben a comercialitzar a Espanya; la resta se centren a Catalunya i la majoria, a la mateixa comarca o bé a comarques veïnes.

8.3. EXPLOTACIONS DE PASTURA AMB OFERTA TURÍSTICA ESTRUCTURADA A LES COMARQUES DE GIRONA

8.3.1. DESCRIPCIÓ DE L'OFERTA TURÍSTICA

Cap de les experiències incloses a la mostra considera que les seves activitats es troben en tipologies de pasturisme passiu o indirecte, és a dir, les tipologies que descriuen una interacció més reduïda amb l'explotació. La majoria consideren que formen part de la tipologia de pasturisme directe amb demostracions, i una minoria, de la de pasturisme directe amb experiència (il·lustració 3). La taula 8 posa exemples de la descripció que ens han facilitat les explotacions sobre la seva oferta turística.

Il·lustració 3. Distribució de l'oferta turística de les explotacions segons les tipologies de pasturisme



Taula 8. Exemples de les descripcions que han facilitat les explotacions sobre la seva oferta turística

Categories	Exemples
Directe amb demostracions	• Visita de l'explotació en general (els camps, les pastures amb les vaques, la zona d'emmagatzematge dels farratges i les granges d'engreix dels vedells) amb una degustació final del producte. • Recorregut per la granja de vaques on es va a buscar la llet per fer els formatges, mentre s'expliquen les característiques i els processos d'obtenció de la llet. Visita a la formatgeria: s'entra a l'obrador on es mostra com s'elaboren els formatges de llet crua i les diferents etapes de transformació de la llet fins que s'obté el formatge. Tastet de formatges: s'aprenen les principals característiques i diferències entre els formatges tendres, curats (pastes premsades) o cremosos (pastes toves) i es van tastant.
Directe amb experiència	• Es visita el corral i la formatgeria. Durant la visita al corral es posa menjar i es toca el bestiar. A la formatgeria es fa un taller d'elaboració de formatges.

Malgrat que les explotacions situïn la seva oferta turística en diferents categories de pasturisme (il·lustració 3 i taula 8), en general l'oferta turística que ofereixen les explotacions és força homogènia pel que fa el preu, la durada, la temporalitat, tast, etc. (taula 9). La diferència rau en el grau d'interacció que el turista acaba tenint amb els animals i l'explotació en general. Les explotacions també es diferencien segons si ofereixen activitats per a les escoles, segons el nombre de persones que poden acollir (grups petits o grans) i segons els idiomes que ofereixen. Amb relació a la diversitat d'idiomes, més enllà de català i castellà, el 70 % ofereix anglès i el 40 %, francès.

Taula 9. Descripció de l'oferta turística que duen a terme les explotacions incloses a la mostra d'aquest estudi

Preu per persona	El 70% de les explotacions ofereixen un preu de 5€; només una no fa pagar i una altra té diferents preus segons els tallers o les visites que ofereix.
Durada	Totes les explotacions ofereixen un servei que dura entre 1,5 i 2,5 hores.
Nombre de persones	El nombre de persones que l'activitat turística pot acollir varia de 8 a 50, i 20 és el nombre màxim més freqüent.
Ofereix activitats a escoles?	El 57% de les explotacions ofereixen activitats per a escoles.
Ofereix tast?	El 100% de les explotacions ofereixen tast.
Ven producte als usuaris?	El 57% de les explotacions venen producte agroalimentari final, i totes són explotacions que produeixen formatges. Les explotacions de carn no venen producte als usuaris.
Quants anys fa que funciona?	La majoria fa dos anys que reben turistes a l'explotació; la que en fa més en fa quatre i la més recent només en fa vuit mesos.
Quin percentatge dels ingressos suposa?	En tots els casos els ingressos de l'activitat turística són mínims o molt petits.
Ofereixen el producte turístic tot l'any?	El 100% de les explotacions ofereixen el producte turístic tot l'any.
Vies de difusió del producte	Internet (webs i xarxes socials) és la via principal. Només dues explotacions han editat tríptics que reparteixen en punts com ara oficines de turisme, i una només compta amb la via del boca-orella. Pel que fa a la difusió a través de webs, les explotacions de la Garrotxa disposen dels webs de «Visita granges» i Turisme Garrotxa.

8.3.2. MOTIVACIONS PER INICIAR I DUR A TERME L'ACTIVITAT TURÍSTICA

A continuació es mostra l'ordre d'importància dels factors que han motivat iniciar l'activitat turística a les explotacions amb oferta turística estructurada incloses a la mostra (il·lustració 4). L'educació dels consumidors, els ingressos addicionals i l'existència de la demanda turística són els factors considerats més rellevants per les persones entrevistades, mentre que aspectes com un millor aprofitament dels recursos de l'explotació i l'ocupació dels membres de la família són poc importants.

Il·lustració 4. Factors que han motivat iniciar l'activitat turística a les explotacions agràries



Només dues de les explotacions es van inspirar en altres experiències semblants quan van iniciar l'activitat turística. La motivació continua i fins i tot ha augmentat en la meitat de les explotacions entrevistades en comparació amb l'inici, mentre que en les altres s'ha reduït, en alguns casos després de veure la poca influència sobre els ingressos totals de l'explotació. Només dues afirmen que reduirien les visites si l'activitat agrària o ramadera oferís ingressos suficients; les altres continuarien, ja que les perceben com una estratègia de difusió del producte agroalimentari. En tots els casos, l'entorn natural de l'explotació es veu important i un atractiu per als usuaris del servei turístic.

8.3.3. TIPOLOGIA DE CLIENT

Les explotacions exposen una tipologia de client molt similar, en la qual en primer lloc destaquen un perfil de client familiar o amics, de Barcelona o les comarques gironines. En segon terme mencionen les escoles i la procedència dels clients de fora de Catalunya. Consideren que la difusió es fa a través d'Internet, principalment, però també a través d'agents del territori, com els allotjaments turístics, o bé el boca-orella.

8.3.4. GRAU DE SATISFACCIÓ

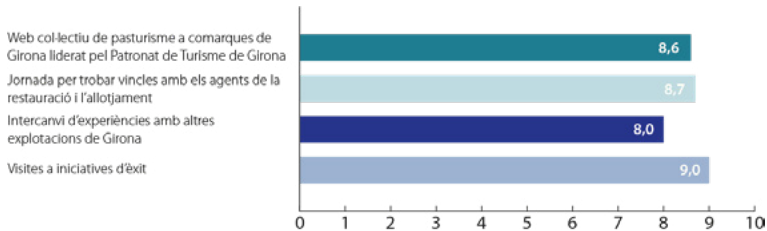
De les experiències existents, el millor resultat que han obtingut fins ara és la difusió que les activitats turístiques fan de l'explotació agrària, incloent-hi, indirectament, l'augment de clients. Estan satisfets de la interacció amb els turistes però no tant de l'augment de les vendes i dels ingressos econòmics que provenen dels turistes.

8.3.6. FORMACIÓ I RECURSOS COMPLEMENTARIS

Pel que fa a la formació que a les explotacions els agradaria rebre, destaca la innovació i la gestió dels recursos turístics i dels aspectes legals i de comptabilitat, mentre que la formació en idiomes, llocs web o xarxes socials no està entre les seves prioritats.

Els resultats (il·lustració 5) apunten, en una escala del 0 al 10 en què 0 correspon a molt poc interès i 10 correspon a molt interès, que les jornades tècniques d'intercanvi d'experiències (8 sobre 10 de mitjana) i les visites a iniciatives d'èxit (9 sobre 10 de mitjana) són el més interessant per les persones entrevistades. També hi ha unanimitat pel que fa a la voluntat de formar part d'un lloc web col·lectiu de pasturisme liderat pel Patronat de Turisme de Girona (8,6 sobre 10 de mitjana). Les necessitats principals que un ajut econòmic permetria cobrir (taula 10) són les millores estructurals a l'explotació per acollir l'activitat turística, les quals necessitarien el 100 % de les explotacions entrevistades.

Il·lustració 5. Interès de les explotacions amb oferta turística estructurada a participar en accions de comunicació, promoció, treball en xarxa i jornades formatives



Taula 10. Percentatge de les explotacions agràries que necessiten ajuda econòmica

Construcció o millora del web	57%
Milliores estructurals a l'explotació	100%
Creació de paquets turístics	43%
Altres	Anunci a la ràdio, gestió del paisatge, material pedagògic, plafons informatius, etc.

8.3.7. COOPERACIÓ AMB ALTRES AGENTS O INICIATIVES DEL TERRITORI

Destaquen una alta cooperació entre explotacions agràries i empreses turístiques, una cooperació mitjana amb allotjaments i restaurants, i una cooperació baixa amb espais naturals protegits i entitats naturalistes. La taula següent mostra el grau de cooperació amb les diferents tipologies d'agents segons la tonalitat de blau: el blau fosc representa el grau de cooperació més alt i el blau clar, el grau de cooperació més baix.

Taula 11. Grau de cooperació amb agents del territori ordenats de més a menys intensitat de cooperació segons la tonalitat de blau

Agents	Grau mitjà de cooperació
Altres explotacions	
Empreses de serveis turístics	
Restaurants	
Allotjaments	
Administració pública	
Entitats naturalistes	
Espais naturals protegits	

8.3.8. PERSPECTIVES DE FUTUR

Les idees que sorgeixen de les explotacions agràries pel que fa a les perspectives de futur de l’oferta turística estan relacionades amb la gestió i la innovació del recurs turístic.

Quant a la gestió del recurs turístic, s’apunta recurrentment a la cerca de l’equilibri entre les visites i el retorn d’aquestes visites, tant en termes de creació de clients nous com d’ingressos directes de les visites. En aquest sentit, una explotació es planteja oferir únicament visites als clients potencials, i una altra, obrir l’oferta a les escoles.

Moltes explotacions tenen interès i motivació per innovar en l’oferta del recurs per fer-lo més atractiu. Surten idees com itineraris autoguiats, tallers, tastos, tastos de formatges amb maridatges i, en general, noves activitats i tallers.

8.4. EXPLOTACIONS AMB POTENCIALITAT D'OFERIR OFERTA TURÍSTICA ESTRUCTURADA A LES COMARQUES GIRONINES

8.4.1. MOTIVACIONS PER CREAR UN SERVEI TURÍSTIC

En una escala del 0 al 10, de mitjana les explotacions entrevistades tenen una motivació alta (7,67), i n'hi ha tres amb motivacions molt altes (8, 9 i 10). En canvi, una tan sols l'ha valorat amb un 5. Els elements principals que els motiven són els ingressos extres i la difusió del producte i de l'explotació. Només una té un motiu emocional, basat a explicar la història familiar i de l'explotació.

8.4.2. ANÀLISI DELS PUNTS FORTS I DELS PUNTS DÈBILS

Entre els punts forts més importants que els motivarien a crear un servei turístic, s'hi troben la difusió dels productes agroalimentaris de l'explotació, l'educació del consumidor i el fet de ser coneixedors d'una demanda d'aquest tipus de serveis turístics, així com les bones experiències d'altres explotacions. D'altra banda, els aspectes que més frenarien les explotacions potencials són la manca de temps, la incompatibilitat familiar i la inversió inicial, així com els aspectes legals que cal tenir en compte.

Il·lustració 6. Punts forts i punts dèbils identificats per les explotacions incloses a la mostra de més a menys importants

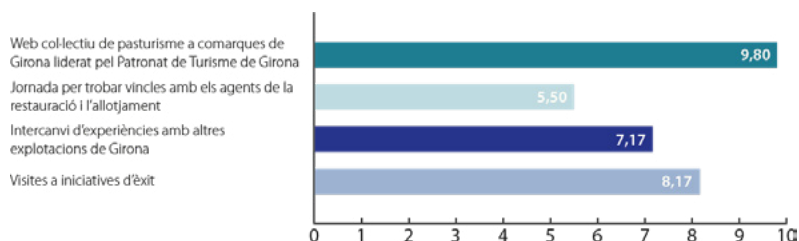
PUNTS FORTS	PUNTS DÈBILS
DIFUSIÓ DELS PRODUCTES DE L'EXPLOTACIÓ	MANCA DE TEMPS
EDUCACIÓ DEL CONSUMIDOR	INVERSIÓ INICIAL
EXISTÈNCIA DE DEMANDA TURÍSTICA	INCOMPATIBILITATS FAMILIARS
BONS RESULTATS D'ALTRES EXPLOTACIONS	LEGALITZACIÓ DE L'ACTIVITAT
INGRÉS ECONOMIC	MANCA DE FORMACIÓ EN GESTIÓ DEL PRODUCTE TURÍSTIC
CONTACTE AMB TURISTES	TENIR TURISTES A L'EXPLOTACIÓ
MILLOR APROFITAMENT DELS RECURSOS DE L'EXPLOTACIÓ	TREBALLAR ALS CAPS DE SETMANA
HOBBY / INTERÈS	NO FER PRODUCTE FINAL
OCCUPACIÓ DELS MEMBRES DE LA FAMILIA	

8.4.3. FORMACIÓ I RECURSOS COMPLEMENTARIS

Les explotacions destaquen que la formació que més necessitarien rebre seria en temes de gestió i innovació del recurs turístic i d'idiomes, mentre que la formació en gestió de les TIC (web i xarxes socials) la veuen poc prioritària.

En una escala del 0 al 10 en què 0 correspon a molt poc interès i 10 correspon a molt interès, les explotacions entrevistades amb potencialitat d'oferir oferta turística veuen interessant visitar iniciatives d'èxit (8,17) i intercanviar experiències amb explotacions gironines que ja en fan o que també els agradaria fer-ne (7,17). Hi ha menys motivació per trobar vincles amb altres agents, com per exemple la restauració o l'allotjament (5,50). Totes veuen molt bé formar part d'un web col·lectiu de pasturisme en l'àmbit de comarques gironines (9,80).

Il·lustració 7. Interès de les explotacions amb potencialitat d'oferir activitat turística estructurada a participar en accions de comunicació, promoció, treball en xarxa i jornades formatives



8.5. LA VALORACIÓ DELS TURISTES

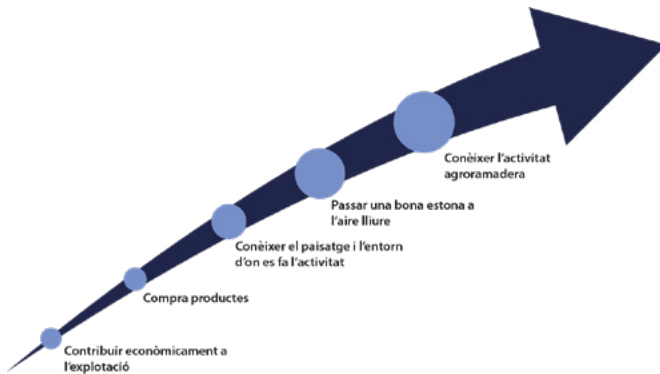
8.5.1. ELS TURISTES

El 94 % dels turistes venen amb la família; el 54 % tenen entre 40 i 60 anys, i només el 20 % tenen estudis universitaris. Gairebé la meitat provenen de Barcelona o rodalia; el 33 %, de les comarques de Girona, i la resta, de fora de Catalunya (de la resta d'Espanya i França). La majoria s'han assabentat de l'activitat a través del boca-orella; alguns també per Internet o per altres mitjans, com la premsa escrita.

8.5.2. MOTIVACIONS

Conèixer l'activitat agroramadera i passar una bona estona a l'aire lliure són les dues motivacions principals que expressen els turistes que els han dut a fer l'activitat (il·lustració 8). Podríem considerar que la motivació és moderada pel que fa a conèixer el paisatge i l'entorn on es fa l'activitat. Finalment, comprar productes i contribuir econòmicament a l'explotació es troben entre les motivacions més secundàries.

Il·lustració 8. Ordre d'importància de les motivacions que expressen els turistes que els han dut a fer l'activitat turística a les explotacions



8.5.3. SATISFACCIÓ

En general els turistes es mostren molt satisfets per l'activitat, tal com mostra el rang de valoracions del 0 al 10, on 0 correspon a molt poc interès i 10 correspon a molt interès, de la figura següent. La satisfacció és especialment alta per la relació qualitat-preu, per la informació rebuda durant l'activitat, per la durada de l'activitat i per l'aprenentatge adquirit. L'oferta d'idiomes i les instal·lacions on es fa l'activitat reben una puntuació una mica per sota de la resta, però tot i així es pot considerar que també són ítems ben valorats pels usuaris.

En tots o gairebé tots els casos els turistes repetirien, ja que l'activitat ha satisfet les seves expectatives. Es considera que l'activitat duta a terme contribueix a transmetre el valor de la pastura i els pastors i que la informació rebuda abans de l'activitat és suficient. Només la meitat de les persones enquestades estarien disposats a pagar més per l'activitat.

Il·lustració 9. Grau de satisfacció de diferents aspectes de l'activitat

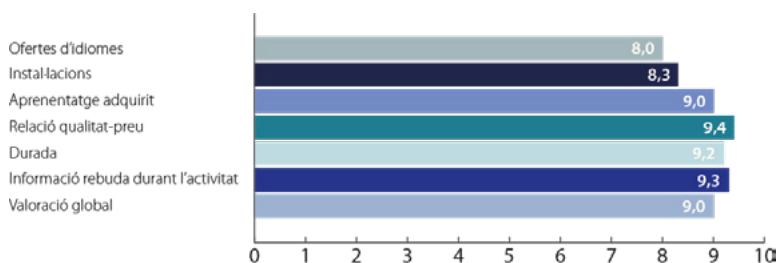




Foto: Sant Valentí de Salarça. Maria Geli Pilar Planagumà. Arxiu imatges PTCBG

09. DIAGNOSI

Punts forts (cal potenciar-los)
Alta representació territorial i diversitat d'àmbits geogràfics (plana, muntanya, etc.) en el context de comarques gironines.
Existència d'iniciatives d'àmbit territorial (p. ex. comarcal) de caràcter públic i/o privat amb recursos complementaris i cooperació entre agents.
Existència d'una demanda de producte turístic vivencial, així com de bones experiències d'altres territoris amb productes turístics similars.
Grau de motivació i satisfacció alt de les explotacions pel que fa a la contribució de l'activitat turística a la difusió de l'explotació i a l'educació del consumidor.
Elevada motivació d'innovar en el producte turístic per fer-lo més atractiu.
Bona predisposició de les explotacions agràries a rebre formació i a formar part d'un projecte col·lectiu de pasturisme a les comarques gironines.
Alta cooperació entre explotacions i interès a intercanviar experiències entre empreses que ja en fan o que els agradaria fer-ne.
Motivació elevada dels turistes per conèixer l'activitat agroramadera i passar una bona estona a l'aire lliure.
Molt bona valoració per part dels turistes usuaris de l'activitat turística i consens de la voluntat de retorn, ja que l'activitat ha satisfet les seves expectatives.
Punts dèbils (cal millorar-los)
Certa homogeneïtat en el producte turístic existent pel que fa al preu, la durada, la temporalitat, l'estructura de l'activitat, etc.
La gran majoria de les activitats turístiques existents es troben enfocades a un perfil de turista molt similar.
Grau de satisfacció baix pel que fa als ingressos econòmics directes de l'activitat turística.
Repte de trobar un equilibri entre l'esforç (el temps, la inversió, etc.) per dur a terme l'activitat turística i el retorn d'aquesta activitat, tant pel que fa a la generació de clients com d'ingressos directes de l'activitat turística.
Mancances pel que fa a coneixements de gestió i innovació del recurs turístic, aspectes legals i comptabilitat.
S'identifica un marge de millora gran respecte al grau de cooperació de les explotacions amb altres agents del territori (l'allotjament, la restauració, els espais naturals protegits, etc.) i les potencialitats que la cooperació pot oferir.
Els turistes usuaris identifiquen possibilitats de millora del producte turístic amb relació a l'oferta d'idiomes i a les instal·lacions on es fa l'activitat.
Els turistes usuaris enquestats expressen poca disponibilitat a pagar més per l'activitat duta a terme.

10. REFLEXIONS

El treball de camp amb relació a les experiències existents i a les potencials mostra una realitat emergent a les comarques gironines vinculada a la pastura, en què bona part de les experiències analitzades són de creació recent. Aquest fet mostra un fenomen nou que respon a una demanda molt concreta i específica d'una tipologia de turista que cerca experiències de turisme vivencial, com ara conèixer de primera mà el món agrari així com tastar i descobrir alguns dels seus productes agroalimentaris.

Tal com s'ha detallat al llarg de l'estudi, el pasturisme és una tipologia de turisme experiencial vinculada al territori, a la pagesia i a la gastronomia, elements que a les comarques gironines s'integren cada vegada millor gràcies a la professionalització d'una part de la cadena del producte agroturístic. En aquest sentit, una de les oportunitats que s'ha identificat és que l'Administració pública està disposada a apostar per articular aquesta tipologia de producte turístic, ja que considera que és una veta de mercat amb arguments estructurals per dinamitzar el teixit socioeconòmic, sobretot del món rural.

L'any 2017 és l'Any Internacional del Turisme Sostenible, declarat per l'Assemblea General de l'ONU amb la intenció de promoure activitats turístiques que creïn consciència amb relació a la importància de respectar el lloc i les persones de les destinacions. El turisme sostenible és un terme que s'emptra des de fa més de dues dècades i que cada dia cobra més importància. La responsabilitat que tenen els territoris sobre el seu propi desenvolupament, així com la que tenen els turistes quan viatgen, cobra força en un món cada vegada més polaritzat. És en aquest marc que el pasturisme es reivindica com una activitat de turisme vivencial que defensa una mirada de sostenibilitat, integració i respecte, al mateix temps que permet la dinamització dels espais rurals i de l'activitat agroalimentària local.

La realitat actual a les comarques gironines és que hi ha iniciatives tant públiques com privades que treballen per enfortir una oferta turística vinculada a la pastura, tot i que al mateix temps també s'identifiquen algunes mancances com la limitació dels productes per la seva semblança o la dificultat de crear paquets turístics per accedir a un mercat més divers. En aquest sentit, cal una aposta ferma de professionalització i de capacitat del sector per posicionar el producte turístic. Els recursos perquè el pasturisme sigui una activitat viable i articulada a les comarques gironines hi són, tot i que alguns encara no estan estructurats.

El treball de camp també ha permès identificar una clara voluntat dels agents a participar en un projecte territorial més ampli que sigui capaç d'aglutinar el que ja existeix i potenciar el que és més emergent. La majoria dels agents confien que la diversificació de la seva activitat amb experiències turístiques és un element estratègic de viabilitat, no tant per la venda directa que acaben fent dels seus productes, sinó per la tasca de difusió, promoció i pedagogia que implica el fet d'obrir les portes de bat a bat. Aquesta mirada positiva vers el demà permet ser optimista en tant que hi ha recursos actius i latents perquè el que avui és un fet incipient esdevingui un producte turístic molt més estructurat i visible. Només d'aquesta manera s'aconseguiran els objectius més vinculats amb el desenvolupament rural, el manteniment de l'entorn i el foment de la tasca pagesa. Cal que el producte turístic trobi el seu mercat i que els esforços que s'hi dediquin siguin ben recompensats amb un retorn tant econòmic com social.

Per tal de caminar vers un producte turístic nou a les comarques gironines es proposa el foment del Pla d'Implementació del Pasturisme a les Comarques Gironines 2017-2020, perquè les potencialitats que s'han identificat en aquest estudi esdevinguin una realitat en els propers anys, i la destinació de Costa Brava i el Pirineu de Girona puguin captar noves tipologies de turistes més especialitzats, aquells que cerquen una experiència única, memorable i autèntica, vinculada al territori, a la seva gent i a la seva gastronomia. El pasturisme compleix els elements teòrics per cobrir la demanda actual amb relació a les vivències que els clients d'una destinació turística cerquen per satisfer la seva inquietud més autèntica. Aquest i altres motius són els que argumenten la necessitat d'activar un pla que sigui capaç d'articular i fomentar el pasturisme a les comarques gironines.



Foto: Marina Puigcorbé, Ripollès

11. PLA D'IMPLEMENTACIÓ DEL PASTURISME A LES COMARQUES GIRONINES 2017-2020

Línies estratègiques	Accions
1. Creació, gestió i innovació	A1. Guia pràctica sobre pasturisme
	A2. Programa d'assessorament individualitzat
2. Formació	A3. Visita a iniciatives d'èxit de pasturisme
	A4. Pla formatiu sobre pasturisme
3. Cooperació	A5. Intercanvi d'experiències de pasturisme
	A6. Treball en xarxa amb agents estratègics
	A7. Prova pilot de creació de paquets turístics
	A8. Taula de treball sobre pasturisme
4. Promoció i comunicació	A9. Pla de comunicació sobre pasturisme
	A10. Lloc web sobre pasturisme
	A11. Mapa fullet sobre pasturisme

Línia estratègica	1	Creació, gestió i innovació del producte turístic
Acció/projecte	A1	Guia pràctica sobre pasturisme

Descripció:

Creació d'una eina pràctica en format de guia que reculli els passos que cal seguir per crear un producte turístic en una explotació agrària de pastura. La guia té l'objectiu de millorar l'oferta del producte turístic ja existent en explotacions de pastura i també d'esdevenir el document de referència per a aquelles explotacions que vulguin iniciar-la.

La guia recollirà tots els aspectes que cal tenir en compte per crear una experiència turística: identificació dels recursos, conceptualització de l'experiència, estructura i components del producte turístic, exemples d'èxit, cooperació amb altres agents del territori (experiències en col·laboració), marc legal i regulador, viabilitat econòmica, pla de comunicació, recomanacions en la gestió del producte turístic, etc.

Resultats esperats:

- Guia en format de paper i digital

Calendari:

2017

Destinatari/s:

- Empreses agràries de pastura
- Empreses de serveis (restauració, allotjament, serveis turístics, etc.)
- Tècnics de l'Administració pública en desenvolupament local, turisme i/o de dinamització del sector agroalimentari
- Tècnics d'espais naturals protegits

Entitat/s responsable/s:

- Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Agents socials i econòmics implicats:

- Departament d'Agricultura
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Agència Catalana de Turisme

Línia estratègica	1	Creació, gestió i innovació
Acció/projecte	A2	Programa d'assessorament individualitzat

Descripció:

Assessorament personalitzat a les empreses agràries per millorar la gestió i la innovació del producte turístic. Aquesta acció vol donar resposta a aquesta necessitat a través d'un programa d'assessorament individualitzat que permeti adequar les propostes de millora a cada cas particular. El programa preveu la dedicació d'un tècnic especialista que pugui analitzar i assessorar tot el ventall d'aspectes del producte turístic a les explotacions. El programa desenvoluparà unes fitxes per fer el seguiment del producte turístic de manera que les mateixes explotacions puguin avaluar-ne l'èxit i els aspectes que cal millorar.

Resultats esperats:

- De cinc a deu empreses agràries de pastura assessorades cada any

Calendari:

2017-2020

Destinatari/s:

- Empreses agràries de pastura

Entitat/s responsable/s:

- Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Agents socials i econòmics implicats:

- Departament d'Agricultura
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Agència Catalana de Turisme

Línia estratègica	2	Formació
Acció/projecte	A3	Visita a iniciatives d'èxit de pasturisme

Descripció:

Organització de dues sortides de tres a cinc dies de durada per visitar iniciatives d'èxit de pasturisme, tant a Catalunya com a altres destinacions internacionals que s'hagin identificat com a especialment interessants. Les visites tenen l'objectiu d'aprendre diferents maneres de gestionar i innovar els productes turístics individuals i en col·laboració amb altres agents.

Resultats esperats:

- Un viatge a altres regions catalanes (p. ex. els Pirineus de Lleida, el Parc Natural del Cadí-Moixeró, etc.) per visitar iniciatives d'èxit de pasturisme
- Un viatge a una destinació estatal o internacional (p. ex. el País Basc, els Alps italians, etc.) per visitar iniciatives d'èxit de pasturisme
- De vuit a quinze empreses agràries de pastura participants
- De tres a cinc empreses de serveis participants
- De cinc a deu tècnics participants

Calendari:

2018

Destinatari/s:

- Empreses agràries de pastura
- Empreses de serveis (restauració, allotjament, serveis turístics, etc.)
- Tècnics de l'Administració pública en desenvolupament local, turisme i/o de dinamització del sector agroalimentari
- Tècnics d'espais naturals protegits

Entitat/s responsable/s:

- Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Agents socials i econòmics implicats:

- Departament d'Agricultura
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Agència Catalana de Turisme
- Patronat de Turisme de Lleida
- Diputació de Barcelona

Línia estratègica	2	Formació
Acció/projecte	A4	Pla formatiu sobre pasturisme

Descripció:

Posada en marxa d'un pla formatiu sobre pasturisme que es desenvoluparà en el format de mòduls formatius de temàtiques especialitzades, de les quals s'han identificat les següents: identificació dels recursos, conceptualització de l'experiència, estructura i components del producte turístic, cooperació amb altres agents del territori (experiències en col·laboració), marc legal i regulador, viabilitat econòmica, pla de comunicació, recomanacions en la gestió del producte turístic, etc.

Els mòduls formatius seran presencials i/o a distància, i en tots els casos es preveu una part pràctica aplicada als casos específics dels participants.

Resultats esperats:

- De tres a cinc mòduls formatius cada any
- De cinc a quinze participants per cada mòdul formatiu

Calendari:

2017-2020

Destinatari/s:

- Empreses agràries de pastura
- Empreses de serveis (restauració, allotjament, serveis turístics, etc.)
- Tècnics de l'Administració pública en desenvolupament local, turisme i/o de dinamització del sector agroalimentari
- Tècnics d'espais naturals protegits

Entitat/s responsable/s:

- Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Agents socials i econòmics implicats:

- Departament d'Agricultura
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Agència Catalana de Turisme

Línia estratègica	2	Formació
Acció/projecte	A5	Intercanvi d'experiències de pasturisme

Descripció:

Foment d'un espai de trobada entre les empreses agràries de pastura de les comarques gironines que ja ofereixin un producte turístic o bé que en vulguin oferir. La trobada pretén intercanviar els punts forts i els punts febles de les experiències, compartir diferents maneres de gestionar el producte i trobar vincles de col·laboració entre les empreses participants.

Resultats esperats:

- Una trobada presencial d'un dia de durada
- De quinze a trenta empreses agràries

Calendari:

2018

Destinatari/s:

- Empreses agràries de pastura

Entitat/s responsable/s:

- Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Agents socials i econòmics implicats:

- Departament d'Agricultura

Línia estratègica	3	Cooperació
Acció/projecte	A6	Treball en xarxa amb agents estratègics

Descripció:

Creació d'un espai de trobada entre les empreses agràries de pastura de les comarques gironines i els agents estratègics amb qui establir col·laboracions, assumint que el producte turístic que ofereixen, a part de l'activitat a l'explotació, té més potencialitats d'èxit i ajuda a teixir sinergies entre els agents d'un territori.

Resultats esperats:

- Una trobada presencial d'un dia de durada
- De vint a quaranta participants

Calendari:

2018

Destinatari/s:

- Empreses agràries de pastura
- Empreses de serveis (restauració, allotjament, serveis turístics, etc.)
- Responsables o tècnics de l'Administració pública en desenvolupament local, turisme i/o de dinamització del sector agroalimentari
- Responsables o tècnics d'espais naturals protegits
- Associacions d'hostaleria, restauració, turisme rural, etc.
- Oficines de turisme

Entitat/s responsable/s:

- Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Agents socials i econòmics implicats:

- Departament d'Agricultura
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Agència Catalana de Turisme

Línia estratègica	3	Cooperació
Acció/projecte	A7	Prova pilot de creació de paquets turístics

Descripció:

Posada en marxa d'una prova pilot per promoure paquets turístics entre empreses agràries de pastura i altres agents turístics d'un àmbit territorial concret de comarques de Girona (p. ex. el Ripollès, el Baix Ter, etc.). L'acció preveu dur a terme una prova pilot de dos a quatre paquets que ofereixin un producte turístic que inclogui més d'una activitat o oferta turística. Es pot concentrar la prova pilot en un període temporal concret (p. ex. un cap de setmana) i acompanyar-la d'una estratègia de comunicació concreta, o bé aprofitar esdeveniments ja existents (p. ex. «Benvinguts a pagès»).

Resultats esperats:

- De dos a quatre paquets turístics
- De tres a quatre àmbits territorials implicats
- De quatre a sis empreses agràries de pastura
- De quatre a deu agents involucrats
- De quaranta a seixanta participants

Calendari:

2017-2018

Destinatari/s:

- Empreses agràries de pastura
- Empreses de serveis (restauració, allotjament, serveis turístics, etc.)
- Responsables o tècnics de l'Administració pública en desenvolupament local, turisme i/o de dinamització del sector agroalimentari
- Responsables o tècnics d'espais naturals protegits
- Associacions d'hostaleria, restauració, turisme rural, etc.
- Oficines de turisme

Entitat/s responsable/s:

- Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Agents socials i econòmics implicats:

- Departament d'Agricultura
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Agència Catalana de Turisme

Línia estratègica	3	Cooperació
Acció/projecte	A8	Taula de treball sobre pasturisme

Descripció:

Creació d'una taula de treball sobre pasturisme per fomentar un espai de debat permanent entorn aquesta temàtica. Es preveu que sigui un esdeveniment anual que reuneixi el sector privat i el sector públic relacionat amb el pasturisme.

Resultats esperats:

- Una taula de treball anual
- De deu a quinze participants cada any

Calendari:

2017-2020

Destinatari/s:

- Empreses agràries de pastura
- Associacions de ramaders, pastors i/o pagesos
- Empreses de serveis (restauració, allotjament, serveis turístics, etc.)
- Responsables o tècnics de l'Administració pública en desenvolupament local, turisme i/o de dinamització del sector agroalimentari
- Responsables o tècnics d'espais naturals protegits
- Associacions d'hostaleria, restauració, turisme rural, etc.
- Oficines de turisme
- Responsables o tècnics del Departament d'Agricultura
- Responsables o tècnics del Departament d'Empresa i Ocupació
- Responsables o tècnics de l'Agència Catalana de Turisme

Entitat/s responsable/s:

- Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Agents socials i econòmics implicats:

- Departament d'Agricultura
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Agència Catalana de Turisme

Línia estratègica	4	Comunicació
Acció/projecte	A9	Pla de comunicació sobre pasturisme

Descripció:

Redacció d'un pla de comunicació en el qual es planifiquin, es prioritzin i es pressupostin les accions que cal portar a terme i en el qual s'incloguin les mesures i les accions que afectin el pasturisme. Entre d'altres, cal tenir en compte:

- La definició del públic objectiu i del missatge
- Els canals de comunicació existents i els prioritaris
- La gestió del web i de les xarxes socials
- La publicitat i el màrqueting (p. ex. la presència a fires)

Resultats esperats:

- Un pla de comunicació

Calendari:

2017

Destinatari/s:

- Potencials usuaris de pasturisme

Entitat/s responsable/s:

- Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Agents socials i econòmics implicats:

- Departament d'Agricultura
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Agència Catalana de Turisme

Línia estratègica	4	Comunicació
Acció/projecte	A10	Lloc web sobre pasturisme

Descripció:

Obertura d'un portal web liderat pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona amb l'objectiu que esdevingui la principal eina comunicativa sobre pasturisme de les comarques de Girona. El web inclou totes les explotacions agràries de pastura que ofereixen producte turístic, els paquets turístics disponibles, notícies, enllaços a les xarxes socials, als webs de les explotacions i els agents, etc.

Resultats esperats:

- Un lloc web
- De 20.000 a 50.000 visites cada any

Calendari:

2017

Destinatari/s:

- Potencials usuaris de pasturisme

Entitat/s responsable/s:

- Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Agents socials i econòmics implicats:

- Departament d'Agricultura
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Agència Catalana de Turisme

Línia estratègica	4	Comunicació
Acció/projecte	A11	Mapa fullet sobre pasturisme

Descripció:

Creació, edició i impressió d'un mapa fullet com una eina de difusió en format de paper que inclou la informació i el contacte de l'oferta turística de pasturisme de les comarques de Girona.

Resultats esperats:

- Un mapa fullet
- De 5.000 a 10.000 fulletons impresos cada any

Calendari:

2017

Destinatari/s:

- Potencials usuaris de pasturisme

Entitat/s responsable/s:

- Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Agents socials i econòmics implicats:

- Departament d'Agricultura
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Agència Catalana de Turisme

Cronograma del Pla d'Implementació del Pasturisme a les Comarques Gironines 2017-2020

Línies estratègiques	2017	2018	2019	2020
A1. Guia pràctica sobre pasturisme				
A2. Programa d'assessorament individualitzat				
A3. Visita a iniciatives d'èxit de pasturisme				
A4. Pla formatiu sobre pasturisme				
A5. Intercanvi d'experiències de pasturisme				
A6. Treball en xarxa amb agents estratègics				
A7. Prova pilot de creació de paquets turístics				
A8. Taula de treball sobre pasturisme				
A9. Pla de comunicació sobre pasturisme				
A10. Lloc web sobre pasturisme				
A11. Mapa fullet sobre pasturisme				

12. BIBLIOGRAFIA

- Aldomà, I. *Atles de la nova ruralitat*. Lleida: Fundació del Món Rural, 2009.
- Àvila, R.; Barrado, D. A. «Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión». *Cuadernos de Turismo*, 15 (2005), p. 27-43.
- Callizo, J. *Aproximación a la geografía del turismo*. Madrid: Síntesis, 1991. (Espacios y Sociedades; 21)
- Cohen, E. «Principales tendencias en el turismo contemporáneo». *Política y Sociedad*, 42, 1 (2005), p. 11-24.
- Di Domenico, M.; Miller, G. «Farming and tourism enterprise: experiential authenticity in the diversification of independent small-scale farming», *Tourism Management*, 33, 2 (2012), p. 285- 294.
- Donaire, J. A. «Pot ser sostenible el turisme?: Noves platges, vells problemes». *DCIDOB*, 93 (2005), p. 8-12.
- Getz, D.; Carlsen, J. «Characteristics and goals of family and owner-operated businesses in the rural tourism and hospitality sectors». *Tourism Management*, 21, 6 (2000), p. 547-560.
- Gordi Serrat, J. *L'evolució del paisatge forestal a les terres gironines a la segona meitat del segle XX*. Girona: Associació d'Història Rural de les Comarques Gironines: Centre de Recerca d'Història Rural (Institut de Recerca Històrica) de la Universitat de Girona: Documenta Universitària, 2009.
- Haugen, M. S.; Vik, J. «Farmers as entrepreneurs: the case of farm-based tourism». *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 6, 3 (2008), p. 321-336.
- Ilbery, B [et al.]. «Farm-based tourism as an alternative farm enterprise: A case study from the Northern Pennines, England». *Regional Studies*, 32, 4 (1998), p. 355.
- Izquierdo, J. *Asturias, región agropolitana*. Oviedo: KRK, 2008.
- López-Moreno, I. [et al.]. «La cuina compromesa: estudi de cas exploratori sobre la viabilitat de pràctiques alternatives de restauració a la nova ruralitat catalana». *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62, 3 (2006), p. 595-612.

Miralles, F. *Mil anys pels camins de l'herba*. Barcelona: Edafós, 2005.

Monllor, N. *Explorant la jove pagesia: camins, pràctiques i actituds en el marc d'un nou paradigma agrosocial. Estudi comparatiu entre el sud-oest de la província d'Ontario i les comarques gironines*. Tesi doctoral. Girona: Universitat de Girona, 2011.

— *Estudi de la capacitat de compravenda dels productes agroalimentaris del Ripollès* [en línia]. Ripoll: Ripollès Desenvolupament, 2014. <http://www.ripollesdesenvolupament.com/wp-content/uploads/Estudi-Producte-del-Ripolles_Arrels-a-Taula2014.pdf> [Consulta: 14 juny 2017].

Monllor, N. [et al.]. «Cocina, transformaciones sociales y nuevos conceptos para nuevas prácticas alimentarias: el caso de la Cuina compromesa (Burg, Pirineo de Lleida)», *Studium, Revista de Humanidades*, 20 (2014), p. 213-256.

Pérez-Vitoria, S. El retorno de los campesinos. *Una oportunidad para nuestra supervivencia*. Barcelona: Icaria, 2010.

Petrini, C. *Buono, polito e giusto. Principi di nuovagastronomia*. Torino: Giulio Einaudi, 2005.

Ploeg, J. D. van der. *The new peasantries. Struggles for autonomy and sustainability in an era of empire and globalization*. Londres: Earthscan: 2008.

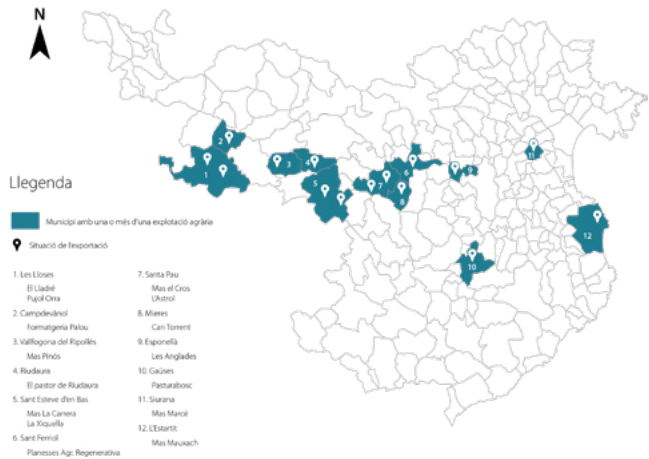
Rivera Mateos, M. «El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural». A: Rodríguez García, L.; Roldán Tapia, A. (coord.). *Relaciones interculturales en la diversidad*. Còrdova: Universidad de Córdoba, 2013, p. 199-217.

Rojas, C. de; Camarero, C. «Visitors experience, mood and satisfaction in a heritage context: Evidence from an interpretation center». *Tourism Management*, 29 (2008), p. 525-537.

Soy-Massoni, E. [et al.]. «The importance of ecosystem services in coastal agricultural landscapes: Case study from the Costa Brava, Catalonia». *Ecosystem Services*, 17 (2016), p. 43-52.

- Ventura, F; Milone, P; Ploeg, J. D. «Understanding rural development dynamics». A: Milone, P.; Ventura, F. (eds.). *Networking the rural. The future of green regions in Europe*. Assen [Països Baixos]: Van Gorcum, 2010.
- Vilà-Valentí, J. «Història de la transhumància a Catalunya». A: *Comptes rendus du Congrès International de Géographie*, Lisbonne, 1949. Lisboa: Congrès International de Géographie, 1950-1951.
- Viure, J. *Estudi del relleu generacional a les explotacions agràries de Catalunya: anàlisi i apunts per a una proposta estratègica* [en línia]. Vic: Universitat de Vic, 2015. <<http://hdl.handle.net/10854/4094>> [Consulta: 14 juny 2017].
- Vogeler, C.; Hernández, E. *El mercado turístico: estructura, operaciones y procesos de producción*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, 2002.

Annex 1. Explotacions agràries amb oferta turística de pasturisme a les comarques gironines



Nom	Pastura	Municipi	Comarca
Mas El Lladré	Boví i cabrum	Les Lloses	Ripollès
Pujol Orra	Boví	Les Lloses	Ripollès
Formatgeria Palou	Cabrum	Campdevànol	Ripollès
Mas Pinós	Boví	Vallfogona del Ripollès	Ripollès
El Pastor de Riudaura	Oví	Riudaura	Garrotxa
Mas La Carrera	Boví	Sant Esteve d'en Bas	Garrotxa
La Xiquella	Formatge artesà	Sant Esteve d'en Bas	Garrotxa
Planeses	Diversificada	Sant Ferriol	Garrotxa
Mas el Cros	Boví	Sant Pau	Garrotxa
L'Astrol	Oví	Sant Pau	Garrotxa
Can Torrent	Oví i cabrum	Mieres	Garrotxa
Les Anglades	Oví	Espenellà	Pla de l'Estanty
Pasturabosc	Oví i cabrum	Gaiüses	Baix Empordà
Mas Marcè	Oví	Siurana d'Empordà	Alt Empordà
Muxach	Oví	L'Estartit	Baix Empordà

Autores

Neus Monllor i Rico

Emma Soy i Massoni

Impremta

Indústria Gràfica Montserrat, SL

Dipòsit Legal

1396-2017

ISBN

978-84-697-6694-1

Premi de recerca Yvette Barbaza - 2015

EL PASTURISME: UN PRODUCTE TURÍSTIC NOU PER A LES COMARQUES GIRONINES? ANÀLISI DE RECURSOS I PROPOSTES DE FUTUR

Neus Monllor i Rico
Emma Soy i Massoni



**Costa Brava
Pirineu de Girona**



Diputació de Girona

G!rona

Patronat de Turisme
Costa Brava Girona