



Consell Regulador del Camí dels Bons Homes

Assemblea anual 2014



www.camidelsbonshomes.com

Ordre del dia

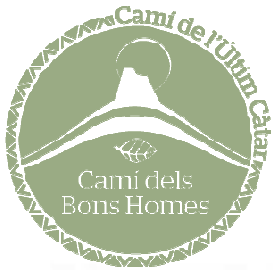
1. Resum de la gestió Anual 2014
 - Màrqueting i Comunicació
 - Productes Turístics
 - Millora de la Qualitat
 - Recerca de finançament
2. N° Visitants i Indicadors
3. Pla d'accions 2015
4. Precs i preguntes.



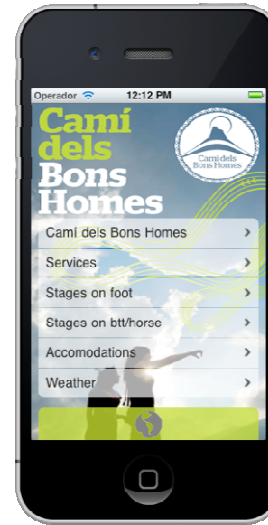


1. Resum Accions 2014

**MÀRQUETING I
COMUNICACIÓ**



1.Desenvolupament On Line



Instagram



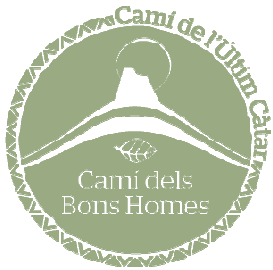
- Gestió de la Web, creació de “12 Productes i Ofertes” d’agències receptives del territori. Creació de tota els continguts web del Camí de l’últim càtar.
- Versió Web adaptada per mòbils i taulets
- Dinamització Xarxes socials: creació continguts

Accions Instagram

- **I Concurs d'Instagram al Camí dels Bons Homes:**
 - 150 fotos publicades
 - 35 participants
- **I Instawalk Camí de l'últim càtar a Tuixent**

250 fotos
50 participants
EXPO IEI Lleida





Publicitat on-line a Europa

- CBH a la Plataforma
Holandesa: CPT
Benelux

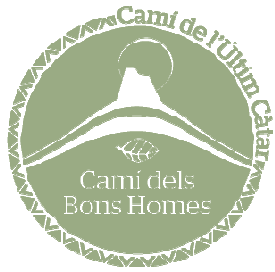
www.wereldvoorfietsers.nl



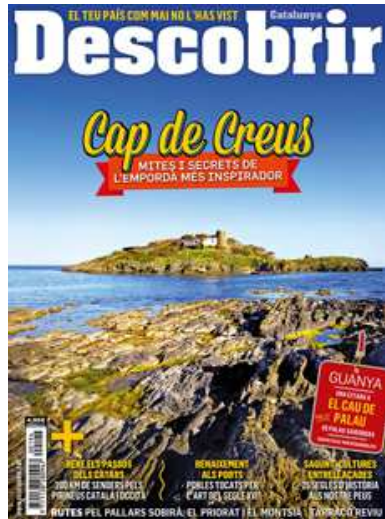
- Outdooractive de l'editorial
alemana Alpstein + App:

www.outdooractive.com





2. Reportatges revistes especialitzades



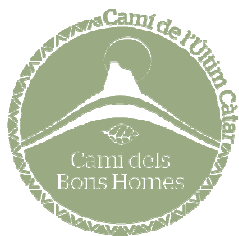
AireLibre

+ Recull de Premsa anual



Travel & Leisure Magazine

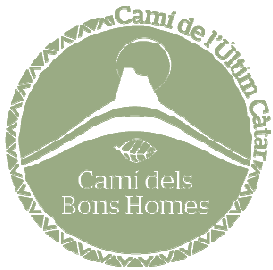
NatGeo Traveler_ Abril



3. Viatges de Premsa

- **Press-trip Benelux:** 5 revistes especialitzades senderisme
 - **Op Pad:** Holanda
 - **Pasar:** Bèlgica
 - **Hike & Trekking Magazine** Holanda
 - **Op Lemen Voeten:** Holanda
 - **Outdoor:** Alemanya
- **Rodatge Teledeporte- Evasión TV:** Camí de l'últim càtar en BTT. S'ha emès diverses vegades per la RTVE
- **Programa Aventura't:** Xarxa de TV autonòmiques (Galícia, Euskadi, Múrcia,...)
- **Sèrie CBH: Ars Lívia**
- **Viatge FFRP: responsables de viatges**



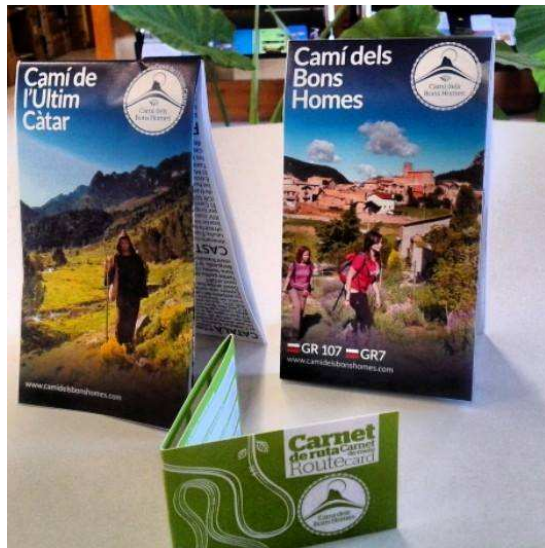
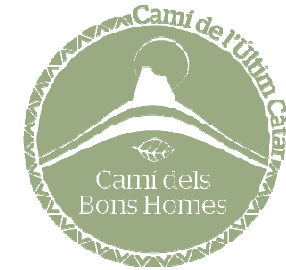


4. Fires i Workshops

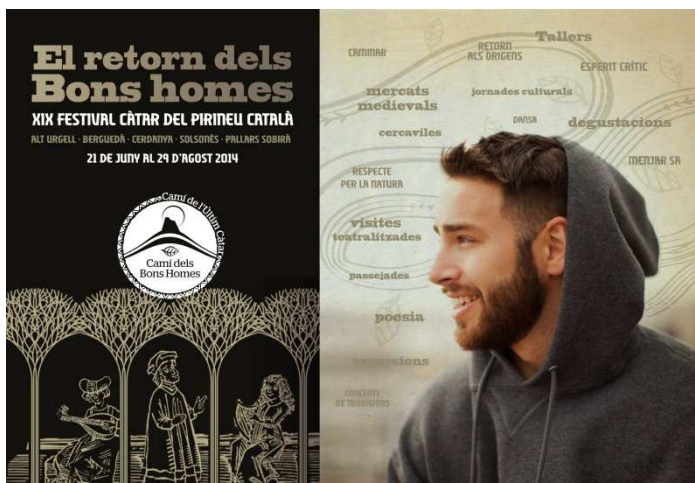
- **Fiets& Wandelbeurs Amsterdam**
Públic final i contacte 11 TTOO (paquets CBH)
- **SITC- BCN**
- **Fira de Lleida**
- **Fira de Girona**
- Enviament de material a Fires de l'ACT (**Tour-Natur, FITUR**)
- **Workshop Pirineus InterClubs**

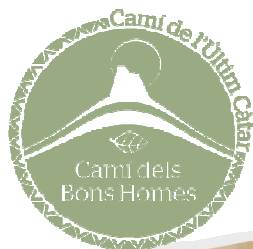


5. Edició fulleteria, material gràfic i distribució

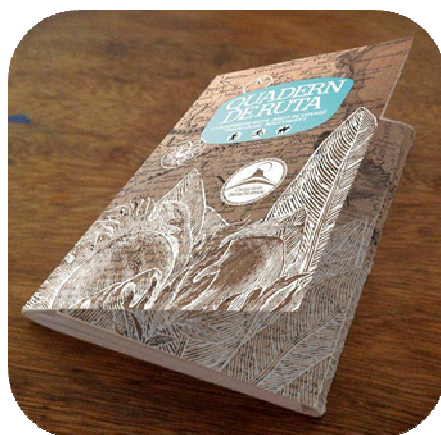
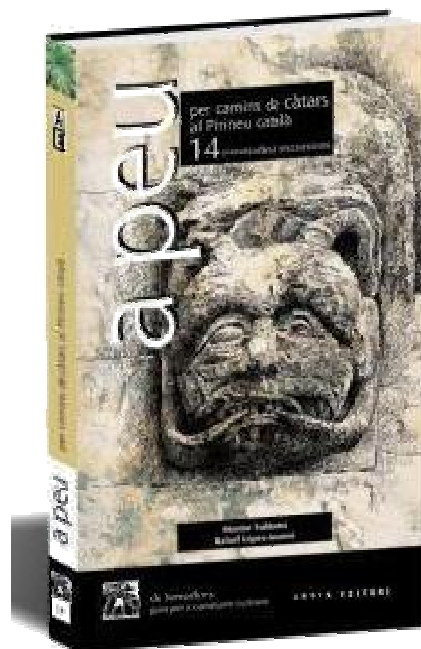


- Fulletons genèrics 25.000
- Carnets de ruta
- Diplomes
- Cartells, tríptics i anuncis del XIX Festival Càtar al Pirineu Català
- 3 Roll-ups per presentacions.

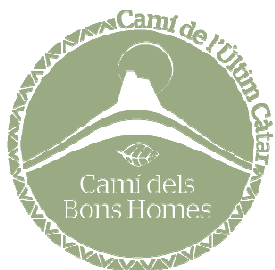




Souvenirs del Camí



Samarretes, gorres, llibres, llibreta de viatge disponibles a la botiga on-line i oficines de turisme!



6. Presentacions al territori

1. Fira de Lleida- IDAPA	14 Febrer
2. Andorra: Biblioteca Comú de la Maçana-	26 Febrer
3. Palau Robert- BCN: Inauguració Camí últim càtar	5 març
4. Castellbó (amb excursió)	27 Abril
5. Berga: Fira 1 de maig	1 maig
6.Llavorsí- Aplec de Biuse	10 maig
7.Barcelona: CEC	11 juny
8. Prullans: Festival Càtar	6 juliol
9.Bagà: Festival Càtar	12 juliol
10. Gósol: Festival Càtar	26 juliol
11. Sort: Curs IDAPA	octubre





Accions 2014

PRODUCTES TURÍSTICS

Productes del Camí dels Bons Homes per agències locals:

- Pedratour. www.pedratour.com
- Discover Pyrenees.
www.discoverpyrenees.com
- Bonviure. www.bonviure.com
- Cingles. (a la carta)
www.guiescingles.cat



Productes CBH que programen Tour operadors internacionals

1. **SNP (Holanda)** ofereix un nou paquet del Camí dels Bons Homes al seu catàleg 2014: “ **Catalunya, Camí dels Bons Homes, minitrek de 5 dies**” Recorregut: Bellver, Bagà, Gresolet, Gósol <http://bit.ly/MNeyjy>
Preu: 405€



2. **VOS TRAVEL (Bèlgica)**: Programa 8 dies hiking Cerdanya. Prullans 420€
“**Seguint els rastres de pastors, contrabandistes i càtars**”
<http://www2.vostravel.be/wandel/standplaats/spanje/pyreneeen>
Excursions diàries de 10-15 km des de Prullans.



3. HF Holidays (Gran Bretanya): Guided Trail on the Cathar Crossing



Pack 7 dies de trekking en PC

<http://goo.gl/6Ars2h>



4. Randonades (França)

Catàleg del 2014 en Randonné Liberté

- Pack1 : Foix a Ax-les-Thermes:

<http://goo.gl/b9Qtty>

- Pack 2: Ax-les-Thermes a Berga

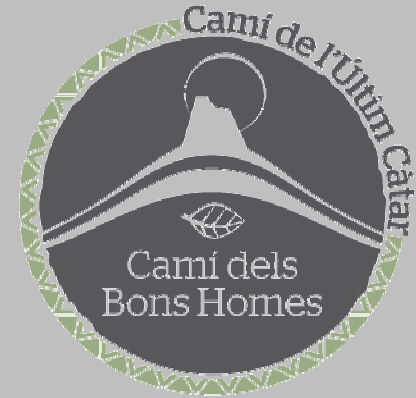
<http://goo.gl/7O48t7> trekking 7 dies. Preu 595€

5. La Rébenne 2014: *Le Chemin des Bonshommes*,
la transfrontalière de Montségur à Berga 7 jours, 6
nuits Prix:700€ <http://goo.gl/LRK7sU>



6. In Extremis: Randonnée Vtt en **Liberté** sur le **chemin des Bonshommes**: 7 jours de Foix à Berga sur le GR107. <http://goo.gl/E6XYka>





Accions 2014

MILLORA DE LA QUALITAT

MANTENIMENT CAMINS

Berguedà, Alt Urgell
Cerdanya, Solsonès
Pallars Sobirà



DISTINTIU DE QUALITAT d'ACOLLIDA CBH:

17 allotjaments distingits-
Conveni Dipu Lleida



**MILLORA OFERTA GASTRONOMIA
MEDIEVAL:** Cartes i Menús
medievals als Restaurants al l'estiu



GESTIÓ DE COMENTARIS DELS VISITANTS

Per solucionar
incidències sobretot en
tema de camins!



- **SORTIDES TÈCNIQUES DE FAMILIARITZACIÓ:** Per millorar el coneixement del Camí dels Bons Homes i de l'últim càtar per part dels tècnics de la ruta.

 Parc
Natural
de l'Alt Pirineu

Camí de l'Últim Càtar
Etapa 3: Pels dominis del Bisbat d'Urgell

Desnivell:
+ 858 m
- 763 m

km		temps
2,7	Santa Eugínia	55'
5	Bony Porredon	1h 30'
14,5	Castellbò	3h 55'



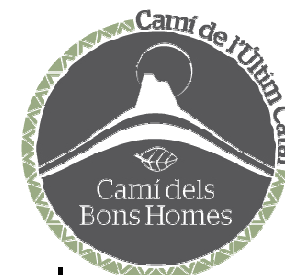


Accions 2014

RECERCA DE FINANÇAMENT

AJUTS I SUBVENCIONS

- Ajuts Espais Naturals Protegits 2014_ Medi Natural
- SOC: Georeferenciació CUC en BTT
- Projecte transfronterer de cooperació entre PNCM i PNRPC: Quadern de'n Pierre
- Projecte cooperació Leader Fem Parc
- Col·laboracions Ara Lleida en matèria de comunicació.



APORTACIONS

- 5 Consells Comarcals
- Diputacions BCN, Girona i Lleida
- Aportacions de les 67 empreses adherides

ALTRES INGRESSOS

- Venda d'articles de merchandising via Web.
- Cobrament dels articles distribuïts CBH.

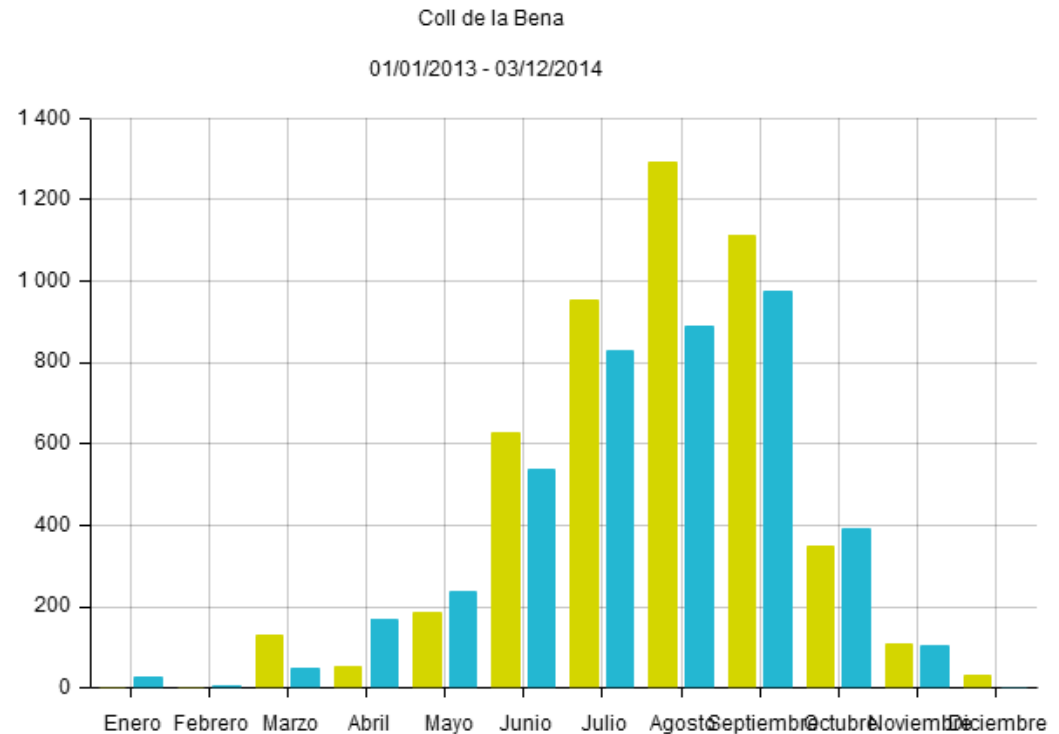
2. N^o de visitants i Indicadors 2014



Dades N^o Visitants: Eco-comptador CBH

MESOS	2013	2014
Gen	29	28
Feb	20	5
Març	128	46
Abril	54	170
Maig	186	236
Juny	625	537
Juliol	954	829
Agost	1.292	888
Setembre	613	391
Octubre	346	390
Novembre	104	103
Desembre	29	28
TOTAL	4.380	3.651

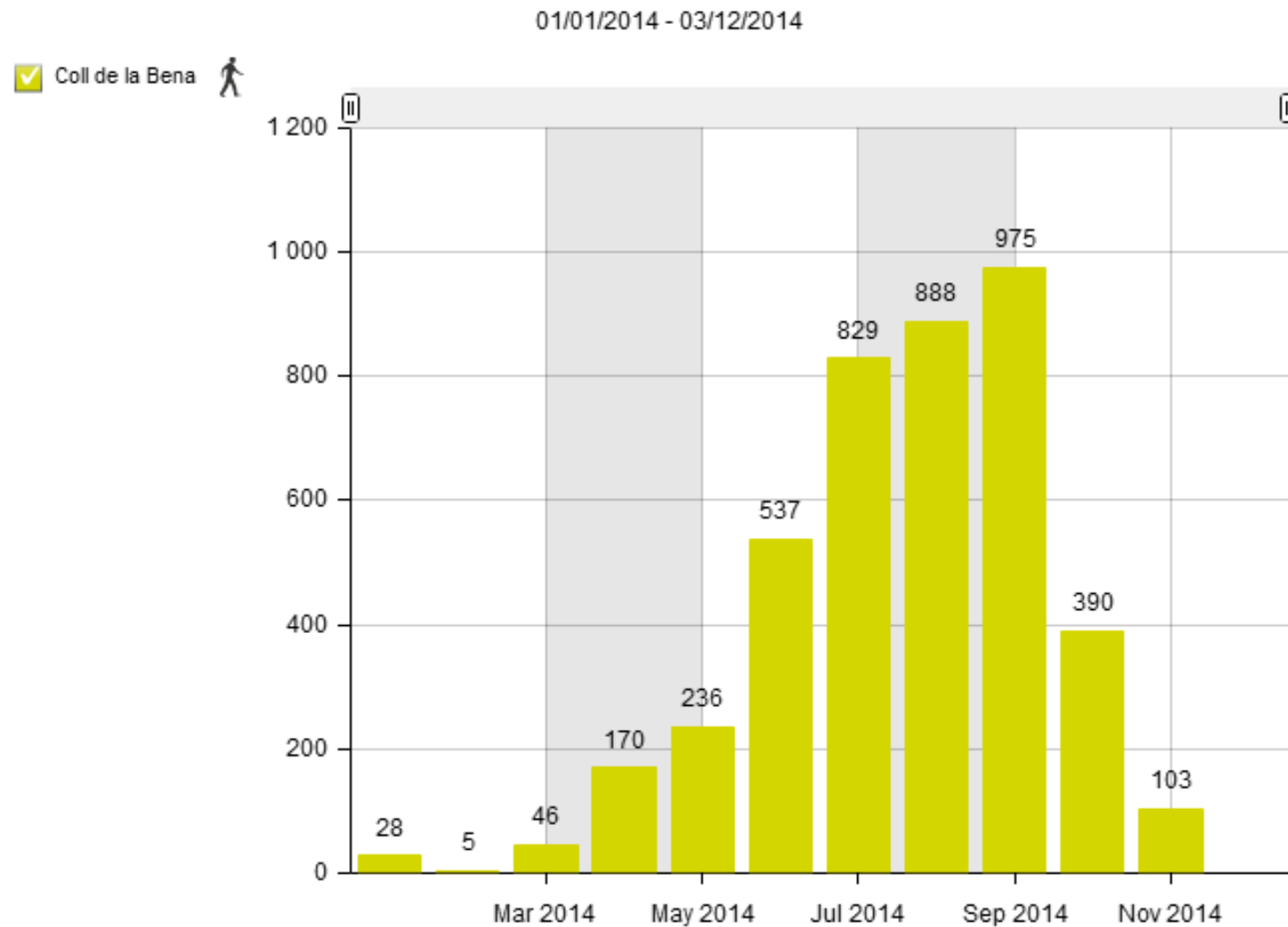
2013
 2014



Hem extret els inscrits a la Cursa Ultra Pirineu del 19-20 Set: -584

Descens de 729 punts - 17%
Hem de sumar els 100 visitants aproximats del Camí de l'últim càtar

Nº de visitants 2014: Eco PC



Dades N° Visitants WEB

www.camidelsbonshomes.com

Visites WEB 2013	Visites WEB 2014
50.446	76.639 +35%

	País
1	Espanya
2	Estats Units
3	Regne Unit
4	França
5	Holanda
6	Veneçuela
7	Noruega
8	Brasil
9	Kuwait
10	Israel



2014	N° visites	2013	N° visites
Gen	4.249	Gen	2.384
Feb	4.852	Feb	2.545
Març	6.974	Març	4.055
Abril	6.974	Abril	3.494
Maig	7.192	Maig	3.886
Juny	6.801	Juny	4.130
Juliol	9.008	Juliol	8.879
Agost	9.530	Agost	6.929
Setembre	6.213	Setembre	4.334
Octubre	5.833	Octubre	3.766
Novembre	4.711	Novembre	3.499
Desembre	4.302	Desembre	2.545

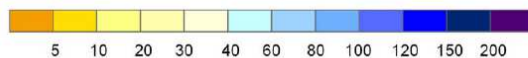
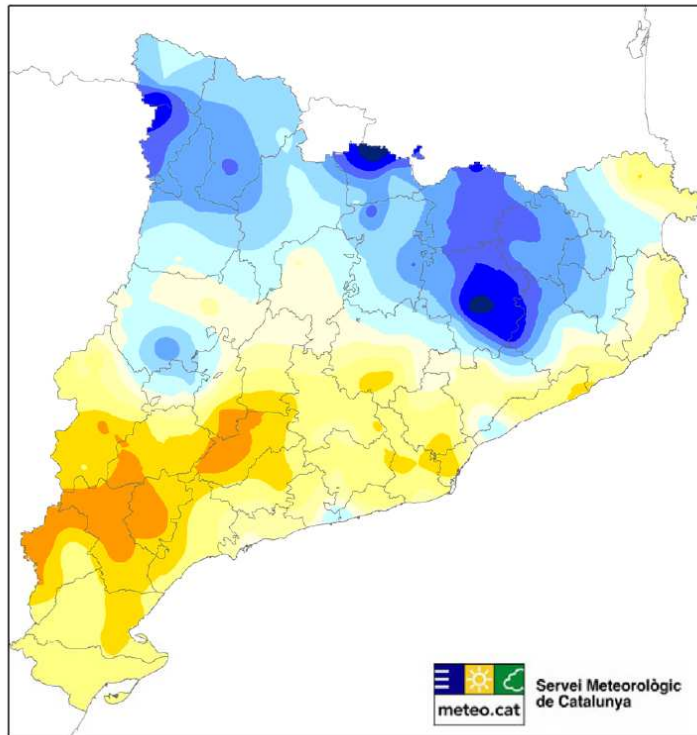
Dades comparades Precipitació



Servei Meteorològic
de Catalunya

PRECIPITACIÓ ACUMULADA (mm)

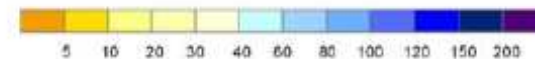
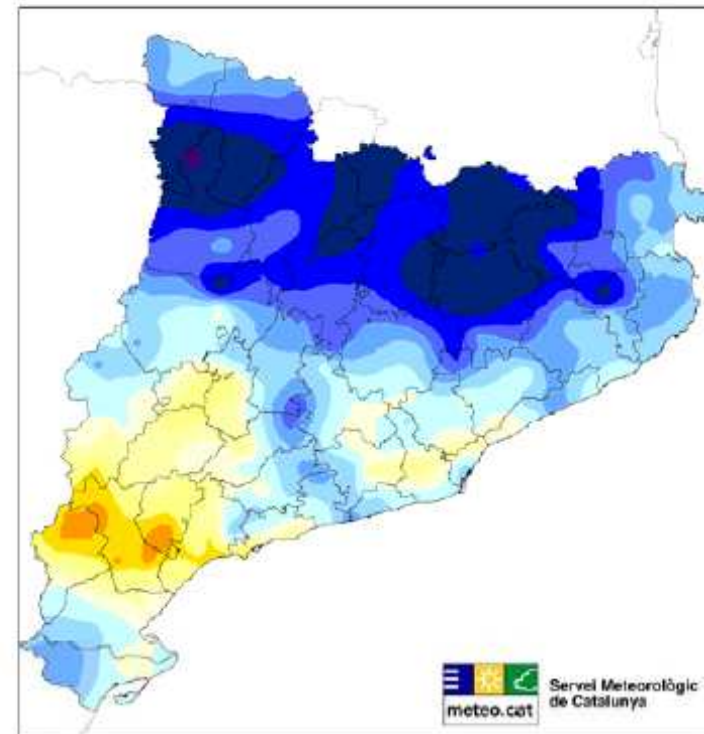
AGOST 2013



Precipitacions inferiors a la
mitjana climàtica

PRECIPITACIÓ ACUMULADA (mm)

AGOST 2014



Agost qualificat de **molt plujós**,
precipitacions superen àmpliament
la mitjana climàtica



ALGUNES DADES: Perfil Visitants

- Perfil del visitant :
 - Edat 30-50 anys
 - 85% individual, 15% organitzat
 - Client individual: principalment parelles i grups de amics o familiars (entre 4-6 persones),
 - Grups de centres excursionistes, passen el dia.
- Nacionalitat:
 - 50% catalans, 30% francesos, 10%(Alemanys,holandesos, anglesos i americans)
 - 7% espanyols, 2% altres (Brasil, Israel,India,Països Nòrdics)



Empreses associades 2014



CATALUNYA	
Hotels i Hostals	20
Cases Turisme Rural i Albergos	20
Refugis	7
Guies	7
Taxis	9
Càmpings	3
Treballs mediambientals	1
TOTAL	67

ARIÈGE	
Gîtes d'etape i Chambres d'hôtes	18
Hotels	1
Guies i Hípiques	3
TOTAL	22

Total 2013: 51 empreses CAT

AI 2014: 16 Noves empreses (+24%)



3. Pla d'accions 2015

**Millora en l'Estratègia
comunicativa i
Posicionament de la marca
*Camí dels Bons Homes***

Descripció

D'on partim? Què tenim?

Produpte:

Ruta turística de senderisme transfronterer

Del Santuari de Queralt (Berguedà) Fins al Castell de Montsegur (Arieja)
200 km / A peu - Cavall (10 dies) - BTT (6 dies)

Camí dels Bons Homes / Camí de l'Últim Càtar

Aspectes rellevants:

Paisatge espectacular

Espais naturals protegits / Mitja i alta muntanya

Bona senyalització / Bon manteniment dels oamins

Patrimoni històric rellevant

Ruta transfronterera permet gran diversitat
de paisatges, de patrimoni, d'arquitectura i tradicions

Bona oferta de serveis

Oficines turisme / Allotjaments / Restaurants

Guies / Centres eqüestres / transport / ...

Aspecte diferencial:

EL MÓN CÀTAR

Fil conductor basat en la història i el patrimoni
dels Bons Homes

Simbòlic

Objectius

Què volem aconseguir?

Marketing

Aconseguir més visitants aconseguir més consumidors

- Dinamitzar estratègies turístiques per captar nous públics
- Facilitar el “consum” d'experiències i productes

Comunicació

Consolidar la “marca” i fer-la més present

- Destacar els seus valors diferencials
- Potenciar la presència en el territori
- Generar materials de difusió que, més enllà de la informació, sigui capaç de suggestionar, de seduir, de motivar la visita

Simbòlic

Simbòlic*

L'estratègia

Què necessitem?
Com ho aconseguim?

02



Estratègia

Què necessitem?

Reforçar els trets diferencials propis

- Explicar millor qui eren els oàtars
- Aconseguir generar empatia i complicitats cap als "Bons Homes"
- Explicar-los sota valors actuals
- Potenciar la "mística" del Camí

Tenir molta més presència al llarg del camí

- Generar elements corporatius que serveixin tant reforçar l'experiència de visita del nostre client, com per captar i despertar l'interès de gent que simplement està de pas.
- Aconseguir més implicació dels establiments adherits transformant-los amb "informadors" del Camí
- A través de panells Informatius / Productes de marandatge / ...

Desmarcar-nos amb un codi de comunicació propi

- Apostar per un sol missatge comú per tothom (Únic / Singular / Contundent)
- Potenciar els aspectes emocionals del camí
- Utilitzar una manera de comunicar diferent (més fresca, més original, més suggerent. Amb un llenguatge més proper, més actual, que generi complicitats amb el visitant)

Simbòlic

Accions

Com ho aconseguim?

Material corporatiu

- **Material corporatiu** (Targetes / Paper carta / Peu mall / Targetó / Carpeta / ...)
- **Material difusió** (Fulletons / displays / Mapes / Guies / ...)
- **Dossier de premsa** (Textes / Fotos / Material gràfic / Powerpoint / vídeos...)
- **Web / xarxes socials** (Llenguatge / Continguts / Fotos / Vídeos...)

Presència al llarg del camí

- **Welcome pack** (Plànol + Passaport + obsequi...)
- **Senyalització** (Indicacions ruta / Identificadors establiments adherits)
- **Panells exteriors** (Informació concreta món càtar)
- **Photocalls** (Elements de publicitat viral)
- **Panells interior establiments adherits** (Informació concreta món càtar)
- **Marxandatge** (Samarretes / Gorres / Postals / Capalines / Termos...)
- **Geocaching** (Tresors amagats)

Presència mediàtica

- **Jornades Refugis Càtars**
- **Publicitat convencional** (Notes de premsa / Anuncis / Reportatges)
- **Accions xarxes socials** (Promocions / Concursos / Publicitat viral...)
- **Activitats de dinamització** (Curses / Jornades / Exposicions)

Simbòlic



Simbòlic*

El discurs

Què hem de dir?

03



Valors actuals dels Bons Homes

ANTI-SISTEMES MEDIEVALS

En contra de l'Església Catòlica de Roma
Rebutjaven el materialisme, la guerra i els valors feudals.
Moviments socials, esperit crític, hipsters (Contracorrent)...

RETORN ALS ORÍGENS

A l'austeritat, a la simplicitat, a viure guanyant-se la vida
fent d'artesà, de mercader, de pagès...
Sostenibilitat, Neorurals, Land art, Handmade (crochet, muffins...)

ESPIRITUALITAT POSITIVA

Refusaven un Déu jutge, presentat com a pare estriote
i cruel. Defugien l'aspecte negatiu de la fe, construït
des de la por i el càstig.
Meditació, Budisme, Coaching, pedagogia Montessori...

MENJAR SA

Buscaven la puresa dels aliments, menjar no "contaminat"
Consum de proximitat, ecologisme, Km.0, Slow food,...

EL CAMÍ COM ESPAI ESPIRITUAL

No tenien esglésies, ni volien tancar-se en monestirs,
sortien a predicar pels camins
*El camí com espai de reflexió, d'introspecció, de desconexió,
com a rept, com a superació... Slow tourism*

Simbòlic

Valors del “Camí”

Què ens mou a fer el camí?

- Gaudir de la natura i el paisatge
- Desconnectar de la vida quotidiana
- Desintoxicar-nos de problemes personals
- Fer un viatge d'Introspecció
- Aconseguir un repte personal, d'autosuperació
- Tenir un temps per gaudir de l'amistat, *Team spirit*

Insight

Caminar, fer esport, genera endorfines i això ens provoca una sensació de benestar. En definitiva ens fa més feliços!
Ens fa sentir més bones persones!
Més bons homes!

**Idea força:
El Camí ens fa “Bons Homes”**

Simbòlic



Simbòlic*

La proposta

Com ho hem de dir?

04



**Destacar
els nostres trets diferencials
El camí ens fa “Bons Homes”**

04A



Tu i el vent com un estornell
 que no transita a les dues es planes unes
 100 km de temps per a tu, per fer un
 pic picada del Camí, per redreçar-te com en el paisatge,
 ve per molt lluny i hi és de que...

malgrat tot, ho vaig aconseguir!
 ja sóc un **Bon Home!**



El Camí dels Bons Homes
 www.elcamidelsbonshomes.com

Què us proposem:

- **Una comunicació suggerent**
Visualment molt potent, molt "emocional"
- **Que potencii els nostres trets identitaris**
El món Càtar i medieval
a través de grafismes d'època i/o personatges actuals amb elements (dassuadora, barba) que suggereixin una versió moderna dels "Bons Homes"
- **El paisatge**
A través de fotografies espectaculars
- **El oami**
mitjançant el codi visual de la nostra marca i el redactat dels textos
- **Un llenguatge fresc**
Una manera de parlar, actual, propera que generi empatia, fugint de textos excessivament descriptius o exageradament bucòlics.
Jugant amb dobles sentits, intentant provocar el "contrapunt" a una imatge visualment espectacular.

Simbòlic*

Tots em veïen com un urbanita
que no resistiria nou dies en plena natura,
189 km de temps per a mi, per pensar,
per gaudir del Camí, per submergir-me en el paisatge,
va ser molt intens i he de dir que...

malgrat tot, ho vaig aconseguir!

Ja sóc un

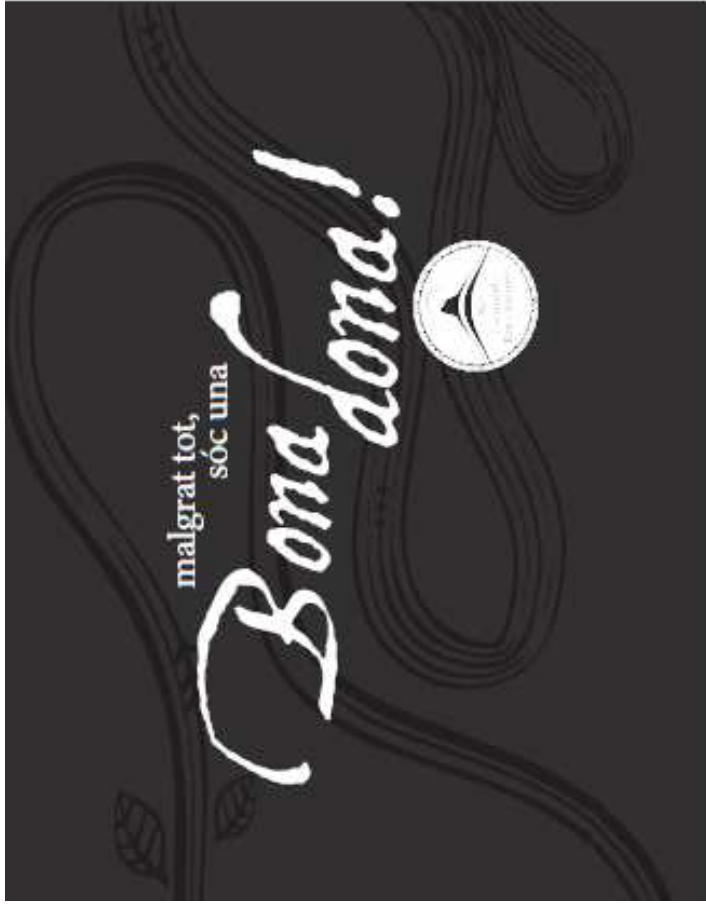
Bon Home!



**Generar empatia i complicitats
amb els Bons Homes
Generar “emocions”
per emportar-se a casa**

04B











Conclusió

Què necessitem?

Reforçar els trets diferencials propis

- Explicar millor qui eren els càtars
- Aconseguir generar empatia i complicitats cap als “Bons Homes”
explicar-los sota valors actuals
- Potenciar la “mística” del Camí

Tenir molta més presència al llarg del camí

- Generar elements corporatius que serveixin tant reforçar l'experiència de visita del nostre client, com per captar i despertar l'interès de gent que simplement està de pas.
- Aconseguir més implicació dels establiments adherits transformant-los amb “informadors” del Camí
A través de panells informatius / Productes de marandatge /...

Desmarcar-nos amb un codi de comunicació propi

- Apostar per un sol missatge comú per tothom
(Únic / Singular / Contundent)
- Potenciar els aspectes emocionals del camí
- Utilitzar una manera de comunicar diferent
(més fresca, més original, més suggerent. Amb un llenguatge més proper, més actual, que generi complicitats amb el visitant)

Simbòlic

