



# COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA Y FRANCIA

SEGUNDO SEMINARIO INTERNACIONAL DE  
TURISMO RURAL EN BOLIVIA – LA PAZ -  
NOVIEMBRE 2008



## DEFINICIÓN DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA Y FRANCIA

El desarrollo del Turismo Rural en Francia y en España se ha producido en tiempos y de formas distintas, dando lugar a dos realidades turísticas bien diferentes por lo que respecta a volumen, modalidades y gestión así como en relación a la promoción y comercialización del producto.



## DIFERENCIAS ENTRE FRANCIA Y ESPAÑA POR LO QUE RESPECTA A:

- ✓ **INICIOS**
- ✓ **DESARROLLO**
- ✓ **VOLUMEN**
- ✓ **TIPOLOGÍAS**
- ✓ **NORMATIVA**
- ✓ **CARÁCTER DEL PRODUCTO**



# DIFERENTES FORMAS DE ENTENDER LA COMERCIALIZACIÓN Y LA PROMOCIÓN DEL TURISMO RURAL

## CONSIDERACIONES PREVIAS

- ✓ Medio en el que se lleva a cabo.
- ✓ Ausencia de masificación.
- ✓ Dimensiones de la empresa.
- ✓ Experiencia de los empresarios.
- ✓ Heterogeneidad de productos.

## ESTRATEGIA DE PRECIOS

## ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN







# DIFERENTES FORMAS DE ENTENDER LA COMERCIALIZACIÓN Y LA PROMOCIÓN DEL TURISMO RURAL

## ESPAÑA

- ◇ Predomina la reserva sin intermediarios
  - ✓ Páginas web privadas, oficiales CCAA y Turespaña.
  - ✓ Guías de alojamientos rurales: editoriales (Ed. Susaeta) y guías de bolsillo de CCAA.
  - ✓ Centrales de reserva privadas (Rusticae por ejemplo) y de CCAA (Navarra).
  - ✓ Asociaciones.
- ◇ Escasa comercialización a través de agencias o touroperadores
- ◇ Relevancia del uso de internet para la comercialización y especialmente para la promoción



# DIFERENTES FORMAS DE ENTENDER LA COMERCIALIZACIÓN Y LA PROMOCIÓN DEL TURISMO RURAL

## FRANCIA

### ◇ PREDOMINA EL ASOCIACIONISMO

- ✓ Gîtes de France.
- ✓ Bienvenue à la Ferme.
- ✓ Accueil Paysan.





# CALIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN de los alojamientos « Gîtes de France »



## Los diferentes tipos de alojamientos « Gîtes de France »:

- ❖ Más de 55.000 casas rurales privadas y municipales:
- ❖ *alquiler de una casa por un fin de semana, una o más semanas.*
  
- ❖ Más de 9.800 Chambres d'hôtes (= B&B que proponen 25 500 hab.):
- ❖ *en casa del dueño, máximo 15 personas por casa, precio incluyendo el desayuno, además el 40% de las direcciones proponen la cena a precio fijo (ex: 20 € todo incluido).*
  
- ❖ Más de 1.650 casas rurales de etapa y de estancia : (ARI)
- ❖ *grandes casas rurales de 12 a 50 camas para grupos o individuales, para una estancia o una excursión, deportes de aventura.*
  
- ❖ Más de 1.450 campamentos (rurales y agrícolas)
  
- ❖ y 225 casas rurales adaptadas para los niños



## Las acciones de **PROMOCIÓN** y de **COMUNICACIÓN**



### GUÍAS:

- Guías Departamentales o por provincia.
- Guías Regionales.
- Guías Nacionales.

### TIENDAS « GITES DE FRANCE »



La casa « Gîtes de France » en París recibe cada año cerca de 20.000 visitantes, responde a 60.000 llamadas y 35.000 correos.

Internet: [www.gites-de-france.fr](http://www.gites-de-france.fr)





## RECOMENDACIONES “DESDE” LOS CASOS ESPAÑOL Y FRANCÉS

- ✓ Creación y consolidación de una imagen de ámbito nacional del producto con una marca reconocida.
- ✓ Estrategias de promoción conjunta (colaboraciones, partenariados..)
- ✓ Coordinación entre sector público (central y regional) y privado.
- ✓ Vigilancia y resolución de la oferta ilegal.
- ✓ Unificación de criterios de calidad, denominaciones y establecimiento de categorías a nivel nacional. **MARCA NACIONAL.**
- ✓ Establecimiento de un proceso de convergencia de las reglamentaciones.
- ✓ Creación de un producto más completo y diversificado con vinculaciones al turismo de naturaleza, activo y cultural.
- ✓ Regulación uniforme, clara **Y RECONOCIBLE** (Gîtes Francia, Irish Farm Irlanda).