

PLA D'ACCIÓ SECTORIAL DE TURISME

DE LA COMARCA DE LA Cerdanya

2019 – 2023



Impulsa:



CONSELL COMARCAL
DE LA Cerdanya

Contingut i Redacció:

Totes les persones de la Cerdanya que van participar activament del procés participatiu, i en especial, la Comissió de Seguiment i Avaluació



Turisme Cerdanya
Ctra. N-260, km 179-180 17520 Puigcerdà
info@cerdanya.org - www.cerdanya.org
Tel. 972 140 665



Núria Social, carrer del Carme 8, 1er
17800 Olot, Girona
info@resilience.earth
34+ 655 10 44 20

Amb el suport de:



Generalitat
de Catalunya



Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport al desenvolupament local.



Índex de continguts

Agraïments	1
Resum Executiu.....	1
1 Introducció	2
2 Procés participatiu	4
2.1 Marc metodològic de la participació	4
2.2 Entrevistes i Enquestes	5
2.3 Comissió de Seguiment i Avaluació.....	6
2.4 Campanya de Comunicació Transformadora	7
2.5 Jornades Participatives.....	8
3 Diagnosi.....	11
3.1 Fonts d'informació	11
3.2 Resultats de l'anàlisi d'estudis previs	12
3.3 Resultats de la Diagnosi Participativa	14
3.4 Propostes de futur	17
3.5 Els punts palanca més importants.....	17
4 Pla d'acció sectorial	18
4.1 Introducció	18
4.2 Propòsit.....	18
4.3 Línies Estratègiques	18
4.4 Objectius Específics	19
4.5 Fitxes de Programes i Activitats per la Línia Estratègica 1	20
4.6 Cronograma de la Línia Estratègica 1	26
4.7 Fitxes de Programes i Activitats per la Línia Estratègica 2	27
4.8 Cronograma de la Línia Estratègica 2	31
4.9 Fitxes de Programes i Activitats per la Línia Estratègica 3	32
4.10 Cronograma de la Línia Estratègica 3	35
4.11 Fitxes de Programes i Activitats per la Línia Estratègica 4	36
4.12 Cronograma de la Línia Estratègica 4	40
4.13 Fitxes de Programes i Activitats per la Línia Estratègica 5	41
4.14 Cronograma de la Línia Estratègica 5	45
5 Seguiment, Avaluació i Aprenentatge.....	46
5.1 Justificació	46
5.2 Activitats de Seguiment i Avaluació	47
6 Conclusions	48
Annex 1: Resum del PAS-Turisme	49
Annex 2: Actes de les Reunions de la Comissió de Seguiment i Avaluació	50
Annex 3: Memòries de les Jornades de participació	72
Annex 4: Vídeos comunicatius de les Jornades de participació	122
Annex 5. Imatges de les Jornades de participació	124

Acrònims i Abreviacions

AODL	Agent d'Ocupació i Desenvolupament Local
CETS	Carta Europea de Turisme Sostenible
CSA	Comissió de Seguiment i Avaluació
EGBDH	Enfocament de Gènere i Basat en els Drets Humans
GCT	Grup de Coordinació Tècnica
ODS	Objectius de Desenvolupament Sostenible (2015–2030) de les Nacions Unides
PAS-Turisme	Pla d'Acció Sectorial de l'Àmbit de Turisme de la Cerdanya
SAA	Seguiment, Avaluació i Aprenentatge, també conegut per les sigles en anglès – MEL – per Monitoring, Evaluación and Learning
SOC	Servei públic d'Ocupació de Catalunya
VAO	Vehicle d'Alta Ocupació
VICA	El context actual, caracteritzat com a volàtil, incert, complex i ambigu
PIG	Punt d'Interès Geològic

Ús del llenguatge inclusiu

Aquest document utilitza un llenguatge inclusiu i per tant, les paraules usades són principalment en gènere neutre i quan no es pot, es fa referència a «persones». L'ús del llenguatge inclusiu surt del compromís per a contribuir a la construcció de l'equitat de gènere, entre d'altres equitats¹.

1. ¹Els “Big Eight” identificadors socials són: habilitat; edat; etnicitat; gènere; raça; religió; orientació sexual; i estatus socio-econòmic. Al 2017, l'associació nacional d'escoles independents dels estats units (NAIS) va afegir a aquesta llista original, amb els següents identificadors: imatge corporal; nivell educatiu assolit; nivell social/acadèmic assolit; origen familiar; construcció familiar; origen geogràfic/regional; idioma(es); estil d'aprenentatge; Beliefs (political, social, religious), Globalism/Internationalism.

Agraïments

Turisme Cerdanya expressa una profunda gratitud a totes les persones que han participat en aquest procés participatiu per reflexionar sobre la situació actual del turisme a la comarca i per poder co-crear un pla d'acció sectorial que respon a les necessitats de la gran diversitat d'actors implicats en les activitats turístiques de La Cerdanya. En especial, moltes gràcies als membres de la Comissió de Seguiment i Avaluació per a la vostra entrega i confiança, la qual ha facilitat la realització d'un pla d'acció sectorial que té com objectiu generar un model innovador de turisme sostenible i conscient a la comarca la Cerdanya.

Resum Executiu

L'any 2018, l'àrea de turisme del consell comarcal, Turisme Cerdanya, es va plantejar de fer un pla d'acció sectorial en l'àmbit del turisme de la comarca, comptant amb la col·laboració i l'opinió de tots els agents implicats, incloent administració pública, sector privat i societat civil. Van contractar una cooperativa sense ànim de lucre, Resilience.Earth, qui els va acompanyar a dissenyar i facilitar el procés participatiu de diagnòsi i de co-creació del Pla d'Acció Sectorial de l'Àmbit de Turisme de la Cerdanya (PAS-Turisme).

Un total de 178 persones han participat activament en el procés participatiu de reflexió, anàlisi i co-aprenentatge, a través d'entrevistes profundes (28), enquestes online (31), sessions participatives amb una comissió ciutadana (13), i/o jornades participatives (106), a més de les 3.700 interaccions que el procés va tenir via xarxes socials.

Els resultats del procés han sigut co-creats i validats pel públic durant les tres jornades, i afinats per la Comissió de Seguiment i Avaluació. Totes les persones involucrades han acordat el següent propòsit i les següents línies estratègiques a les taules de contingut que segueixen a continuació. Els objectius específics per cada línia estratègica, a més de les accions concretes per cada objectiu, estan plasmats a les fitxes de la secció 4 d'aquest document.

PROPÒSIT

El sector turístic, juntament amb els actors de la comarca (sector públic, sector privat i societat civil) treballa pel desenvolupament sostenible de la Cerdanya, custodiant el patrimoni cultural, natural i humà, tot reforçant la identitat del territori del poble cerdà.

LÍNIES ESTRATÈGIQUES

- 1 Construir un model de turisme sostenible i conscient que esdevingui un referent.**
- 2 Desestacionalitzar i diversificar l'oferta turística de la comarca.**
- 3 Regular l'impacte eco-social de les activitats turístiques.**
- 4 Potenciar la comunicació i promoció del pla d'acció.**
- 5 Co-crear i gestionar un model de governança participativa.**

1 Introducció

Vivim temps de canvis i són canvis sistèmics que venen per quedar-se. No són perturbacions temporals després de les quals tornarem a la normalitat, la normalitat ara ja és dinàmica. És important entendre el que en el món de la gestió empresarial s'anomena context VUCA, sigles en anglès per Volàtil, Incert, Complex i Ambigu. Aquest context defineix aquesta nova normalitat a la qual ens hem d'adaptar, un món amb ritmes de canvis accelerats on les crisis esdevenen reiteratives i multisectorials, estem afrontant crisis econòmiques alhora que migracions massives, un qüestionament profund de la democràcia liberal i un canvi climàtic que sumat a la pèrdua de biodiversitat està emmarcant la crisi ecològica més greu en la història coneguda.

Aquesta volatilitat sumada a l'accelerat creixement de l'era de la informació genera grans nivells d'incertesa, on la predictibilitat està tan condicionada que necessitem generar noves tecnologies anomenades Big Data, per processar les grans quantitats de dades que estem gestionant en aquests moments i això tan sols ens permet definir probabilitats amb un marge d'error significatiu.

Aquesta falta de predictibilitat afecta profundament la governança que alhora esdevé cada vegada més multilateral, oberta i participativa, qüestionant la viabilitat dels sistemes democràtics actuals creats per gestionar bipartidismes, i amb incapacitat de donar resposta a l'augment de les expressions polítiques que estan apareixent. Un procés que es dona davant de la complexitat dels reptes a resoldre. Finalment, quan un sistema entra en crisi, comencen a dur-se a terme processos col·lectius reflexius al respecte del sistema mateix, que posa en dubte paraules que fins al moment semblaven inqüestionables, com democràcia, llibertat o diversitat.

	En relació amb	Creant	Equilibrat amb
V olàtil	Ritme de canvi	Inestabilitat	Visió Teories del canvi
I ncert	Resultats impredecibles	Excés d'informació	Comprensió Punts palanca
C omplex	Múltiples punts clau per prendre decisions	Obstacles en la presa de decisions	Claredat Participació
A mbigu	Falta de claredat sobre el significat	Dispersió	Agilitat Anàlisi sistèmic

resilience earth

Gràfic 1: Context VUCA

Però si els humans ens diferenciem per alguna característica en particular es la nostra capacitat adaptativa. Som una espècie animal capaç de viure i evolucionar en tots els ecosistemes terrestres. El repte actual, tot i ser un repte de dimensions planetàries, tan sols està posant a prova de nou la nostra capacitat adaptativa. Això ens porta a la gran oportunitat que tenim just sota els nostres peus. Ens trobem que podem ser per primera vegada una comunitat global conscient de les

conseqüències de les guerres i del desenvolupament extractiu. Milers d'organitzacions, empreses i institucions estan innovant en noves maneres de viure, de relacionar-nos i de prendre decisions, i això obre un potencial enorme de crear noves propostes transformadores que millorin les nostres comunitats. Justament Nacions Unides ha plantejat uns objectius de desenvolupament que toquen tots els àmbits de la societat, i ha establert que per l'any 2030 s'han d'haver estabilitzat per poder parar l'espiral degeneratiu en el que ens trobem immerses. Evidentment és un propòsit molt ambiciós, però alhora és el que cal fer i la primera vegada en la història de la humanitat que totes les nacions del planeta entren en debat al respecte del desenvolupament humà com a un tema central.

L'agenda 2030 i els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de Nacions Unides, estan esdevenint una declaració universal del desenvolupament i ens permeten afrontar localment reptes globals, en col·laboració amb entitats i institucions de qualsevol lloc del planeta.



Gràfic 2: Objectius de Desenvolupament Sostenible (2015–2030) de les Nacions Unides

Aquest Pla Acció Sectorial ha obert un debat al respecte de la primera indústria de la comarca de la Cerdanya – el turisme. La convocatòria s'ha rebut amb una acollida sorprenent on han participat prop de dues-centes persones, les quals han aportat més de cent-vint propostes, que replantegen el desenvolupament de la comarca a través del turisme com una manera de dinamitzar l'economia amb productes endògens i economia circular. Inclús fent propostes regeneratives on l'impacte del turisme pugui ser positiu tant sobre la població i la cultura, com sobre la naturalesa i el patrimoni.

Al llarg d'aquest procés participatiu s'han tocat de forma indirecta tots els ODS, però més concretament les propostes d'aquest Pla d'Acció Sectorial tenen un efecte profund sobre Salut i Benestar [ODS #3]; Treball decent i creixement econòmic [ODS#8]; Indústria, innovació i infraestructura [ODS#9]; Ciutats i comunitats sostenibles [ODS#11]; Producció i consum responsables [ODS#12]; i Vida d'ecosistemes terrestres [ODS#15].

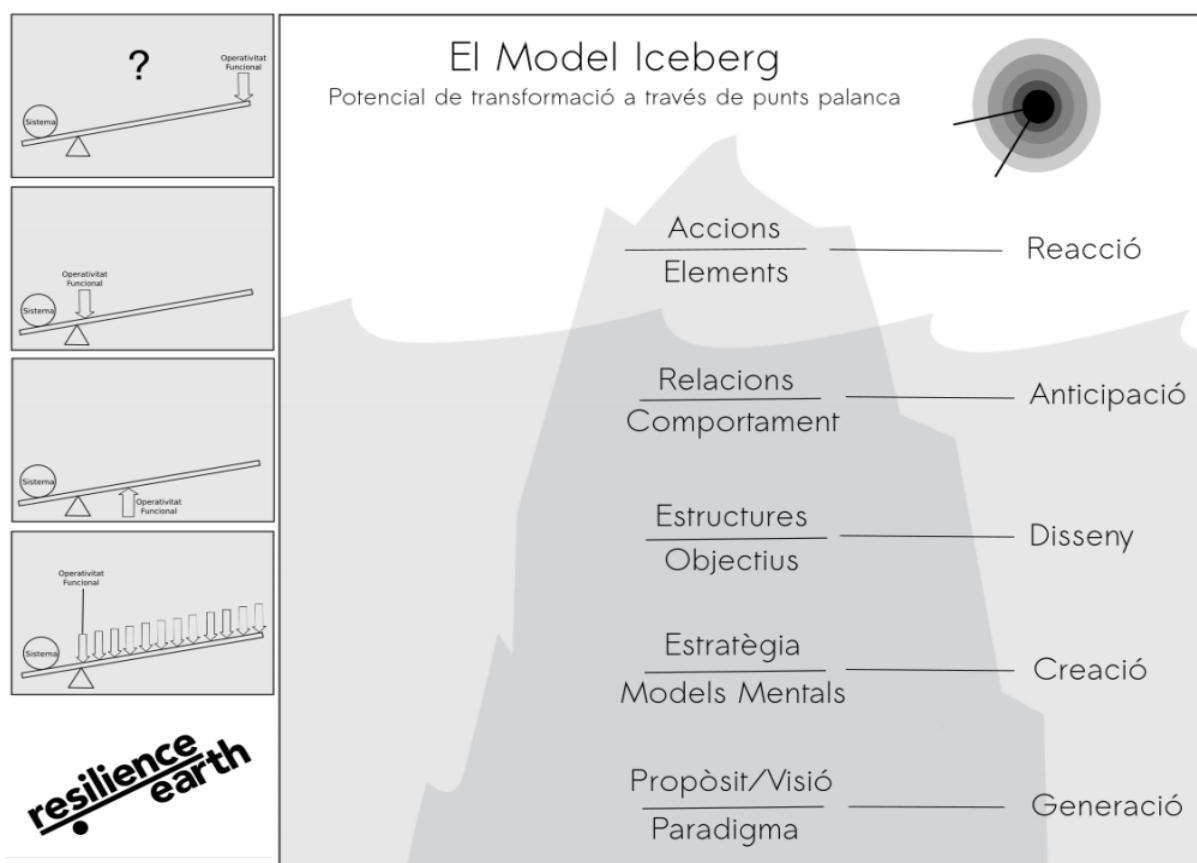
En el desenvolupament dels objectius i accions que es detallen en aquest document, les prop de dues-centes persones que han participat en aquest procés participatiu, hi han posat molta empatia, il·lusió i especialment esperança.

2 Procés participatiu

2.1 Marc metodològic de la participació

Per co-crear i validar el Pla d'Acció Sectorial en l'Àmbit del Turisme de la Comarca de la Cerdanya (PAS-Turisme), s'han realitzat diverses activitats participatives i comunicatives amb diversos actors territorials. El nombre total de participants de les entrevistes profundes, enquestes online, jornades participatives i sessions de la comissió de seguiment i avaluació ha sumat 178 participants. Per les xarxes socials, hi ha hagut un total d'aproximadament 3700 interaccions («m'agrada», comparticions, comentaris, visualitzacions de vídeo) per Instagram, Facebook, Twitter i Youtube. Unes desenes de persones més han contactat l'Oficina de Turisme via la pàgina web, per mail i per telèfon per donar opinions i retroalimentacions al procés i al contingut de l'esborrany del PAS-Turisme.

S'ha dissenyat i realitzat la diagnosi participativa i la co-creació del PAS-Turisme dins de dos marcs metodològics. Les preguntes plantejades a cada activitat participativa han estat estructurades segons l'Iceberg de la Transformació Eco-social (veure gràfic 1). Aquest model ajuda a encarar els processos participatius cap a una reflexió més profunda, ja que van més enllà d'analitzar els impactes més visibles (accions i elements), preguntant què provoca aquests impactes fins que es pugui identificar l'arrel del problema o repte principal. Per altra banda, aquest model també aporta a la co-creació d'un PAS-Turisme que doni resposta als reptes d'arrel, plantejant línies estratègiques i objectius específics que puguin generar una transformació més profunda i a llarg termini.



Gràfic 3: Iceberg de la Transformació Ecosocial

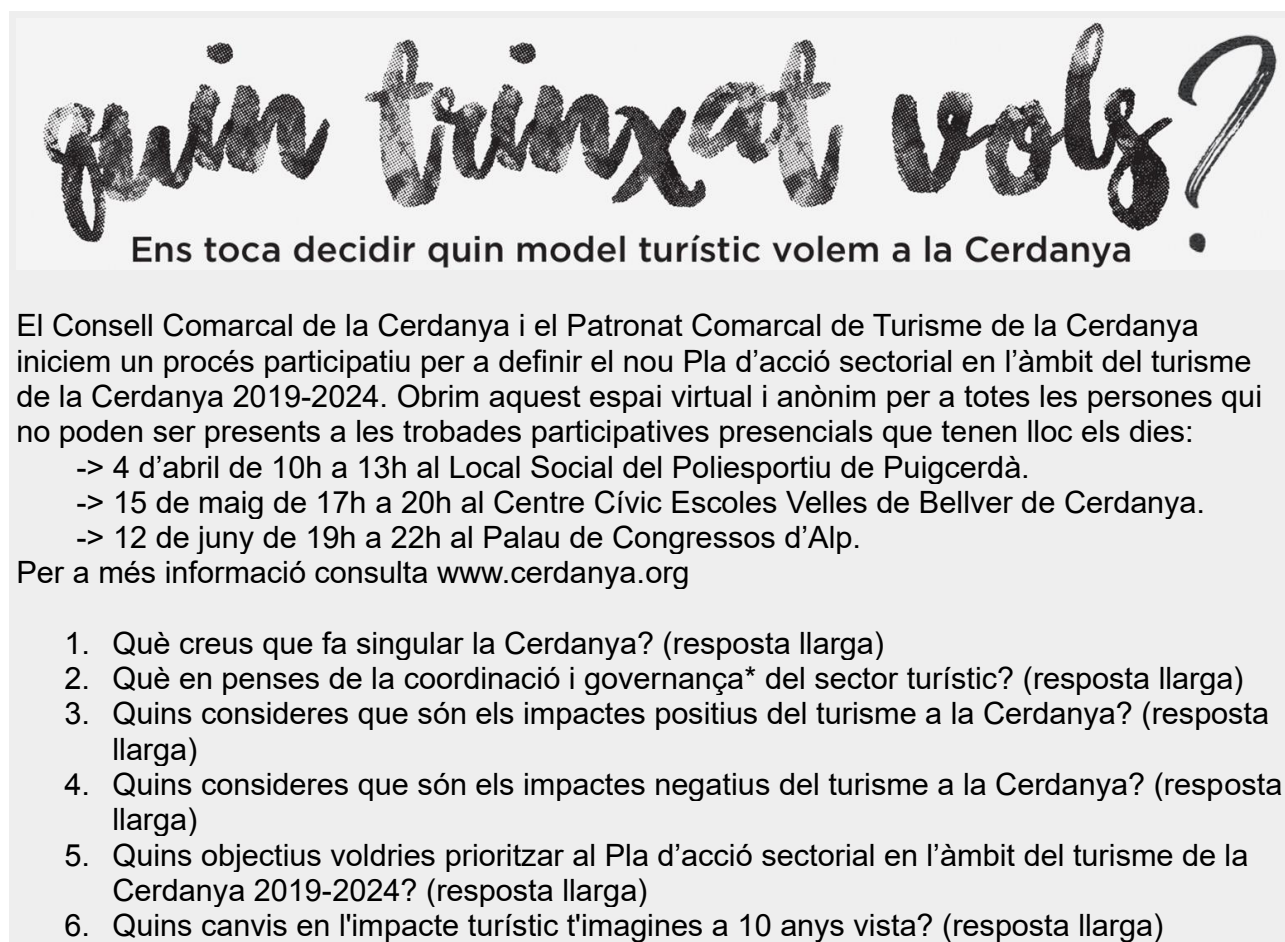
El segon marc emparat de manera transversal va ser l'Enfocament de Gènere i Basat en els Drets Humans (EGBDH), un marc promogut per la Generalitat de Catalunya. Les activitats participatives de diagnosi i co-creació han estat dissenyades des d'aquesta perspectiva, donant atenció a les veus diverses i minoritàries de la comarca i plantejant programes i activitats inclusives per fomentar un nou model de turisme basat en la sostenibilitat i la consciència.

2.2 Entrevistes i Enquestes

A l'inici del procés de co-creació del PAS-Turisme, es van realitzar entrevistes profundes amb 28 persones representants de diversos sectors relacionats amb l'àmbit de turisme, per exemple, l'administració pública, el sector privat, la societat civil, i el sector de custòdia del territori. Aquest últim sector inclou persones que gestionen els parcs naturals, pagesia, i guies entre d'altres. Aquesta fase ens va permetre profunditzar en l'anàlisi inicial de documents claus.

Aquestes entrevistes estaven estructurades en relació al model Iceberg de la Transformació, per donar-li l'estructura necessària per poder realitzar un anàlisi comparable al de les altres activitats de diagnòsi. A través d'aquestes entrevistes presencials, es van poder conèixer persones clau de l'àmbit del turisme a la comarca, i es van poder identificar persones idònies per a la Comissió de Seguiment i Avaluació, segons criteris d'EGBDH, entre d'altres.

L'enquesta online es va penjar a la pàgina web de Turisme Cerdanya després de la primera reunió amb la Comissió de Seguiment i Avaluació (CSA) i es va fer circular igualment per les xarxes socials. 31 persones la van contestar amb respostes extenses. Un cop extrets els resultats de les entrevistes es van confrontar amb la CSA per confirmar-ne la interpretació. Es pot veure un exemple de l'enquesta online en el Gràfic 4.



Gràfic 4: Exemple de l'enquesta online

Amb els resultats de les entrevistes i enquestes, es va redactar un esborrany de la diagnòsi de la comarca respecte l'àmbit de turisme (consulteu secció 3 d'aquest document), i es va poder realitzar la primera jornada participativa de diagnòsi, en base a aquesta informació i anàlisi.

2.3 Comissió de Seguiment i Avaluació

Partint de les entrevistes i el coneixement de Turisme Cerdanya, es va crear una comissió ciutadana anomenada «Comissió de Seguiment i Avaluació». Els criteris per seleccionar els membres d'aquesta comissió van estar basats en l'EGBDH i per tant, es va tenir en compte l'equilibri de gènere i les diverses veus dels actors principals dins de l'àmbit de turisme a la Cerdanya. A més, es van tenir en compte criteris més qualitatius, com són la tolerància, l'empatia i la capacitat de diàleg, perquè el grup final pugui confrontar divergències sense escalar els conflictes.

El grup de persones que formen part de la CSA està configurat per 8 dones i 5 homes, i una mitjana de 9 persones han assistit regularment a les reunions. Aquesta CSA ha tingut una bona representació de persones de l'administració pública (4) del sector empresarial (5) i de la societat civil (3), i ha tingut en compte la veu de la custòdia del territori amb 1 persona de l'àmbit forestal.

Durant els primers sis mesos, es van realitzar cinc sessions participatives amb la CSA per aprofundir la diagnosi, co-crear el disseny i desenvolupar l'estratègia global del PAS-Turisme. L'equip facilitador va fer servir diverses metodologies visuals i experiencials per poder agilitzar el diàleg i presa de decisions durant les sessions amb la CSA, però cal recalcar que el grup en si va tenir molta predisposició de participar i dialogar sobre els debats més complexos que afecten l'àmbit de turisme a la Cerdanya avui en dia. Com a CSA, van treballar efectivament per garantir l'accessibilitat, la transparència i la qualitat tant del procés com pel definitiu PAS-Turisme. Al final del procés, es va fer una última reunió per revisar el contingut final del PAS-Turisme i es va desenvolupar una proposta per a la governança durant la implementació del pla. Per més informació, podeu consultar la secció 5 d'aquest document, anomenada «Seguiment, Avaluació i Aprenentatge».



Foto 1: Participants de la Comissió de Seguiment i Avaluació en acció

2.4 Campanya de Comunicació Transformadora

Tres comunicadores han acompanyat a la CSA per poder crear col·lectivament els missatges i continguts de la campanya de comunicació transformadora, per poder engrescar el màxim nombre de persones possible. S'han generat i fet circular 4 vídeos d'alta resolució, dotzenes de fotos d'alta resolució, articles a revistes comarcals i missatges clars per les xarxes socials, tot sota la campanya anomenada «Quin Trinxat Vols?».

El nom de la campanya ha estat inspirat en els resultats de les entrevistes, que ressaltaven la importància de la identitat cerdana, vinculada al territori i al paisatge. Un element identitari vinculat al territori és la gastronomia local, i en especial plats com el trinxat. Per tant, es va escollir el nom de la campanya «Quin Trinxat Vols?» per honrar la identitat local i per convidar a les persones a dir la seva durant tot el procés participatiu.

Hi ha hagut aproximadament 1900 interaccions per Facebook, 1600 per Instagram, 100 per Twitter, 100 per Youtube i unes 30 persones que s'han posat en contacte directament amb l'Oficina de Turisme via la seva pàgina web, per mail o per telèfon. La suma d'interaccions ha superat 3.700 durant un període de tres mesos, el qual indica una forta ressonància amb el públic enxarxat.

La CSA va acordar el títol «Quin Trinxat Vols?» per a la campanya comunicativa, i van donar seguiment als missatges per assegurar que estaven absorbint la informació i plantejant les preguntes el més avall possible de l'iceberg de la Transformació (Veure gràfic 3). Es pot consultar un exemple dels cartells circulats al Gràfic 5.



Gràfic 5: Exemple del cartell generat per a la campanya de comunicació transformadora «Quin Trinxat Vols»

2.5 Jornades Participatives

S'han realitzat tres jornades participatives obertes al públic, durant tres mesos consecutius. Les jornades han estat dissenyades de manera col·laborativa entre la CSA i el Grup de Coordinació Tècnica (GCT), format per les persones tècniques de Turisme Cerdanya i l'equip tècnic de la cooperativa sense ànim de lucre Resilience.Earth. Un dels criteris principals per dissenyar les jornades va ser l'accessibilitat tant a nivell geogràfic, com a nivell d'horari, com a nivell de dinàmiques emprades. Per tant, s'han realitzat les jornades a diferents indrets de la comarca, a diferents horaris i amb dinàmiques que potenciaven la diversitat i la intel·ligència col·lectiva.

1. Jornada Participativa de Diagnosi i Propòsit

Es va realitzar la jornada a Puigcerdà, la zona nord de la comarca, durant el matí, i van participar-hi 35 persones. En aquesta jornada, hi havia una forta representació del sector privat i de l'administració pública. Hi va haver menys representació de la societat civil i de persones polítiques, amb només 3 persones que s'auto-identificaven com a membres d'entitats, i 2 persones regidores.

Durant aquesta jornada, es va aprofundir en les conclusions inicials de la diagnosi de l'àmbit de turisme de la comarca, a través de la dinàmica «El Baròmetre», on les participants van posicionar-se respecte una línia a terra, representant el punt intermedi de dues posicions extremes per cada debat.

A través de la dinàmica «El Sociòmetre» es va poder indagar sobre les opinions de les persones respecte l'esborrany del propòsit, el qual estava basat amb una proposta clara elaborada per la CSA en preparació per a la jornada. Les persones es van posicionar de 0 a 10 respecte la seva concòrdia amb el propòsit.

Per últim, en grups petits, es van identificar possibles línies estratègiques pel PAS-Turisme.



Foto 2: Participants de la primera jornada es posicionen segons els reptes principals de l'àmbit de turisme de la Cerdanya

2. Jornada Participativa sobre les línies estratègiques i objectius específics

Es va realitzar la jornada a Bellver de Cerdanya, la zona oest de la comarca, en un horari de tarda. Van participar-hi 36 persones, de les quals hi va haver una bona representació de tots els sectors rellevants a l'àmbit de turisme (administració pública, sector privat, societat civil, territori). Per facilitar l'accessibilitat a les famílies, Turisme Cerdanya va proveir servei de guarderia per varies nenes i nens de les participants.

Durant aquesta jornada, es va tornar a presentar l'esborrany del propòsit del PAS-Turisme per comprovar la validesa de la proposta, fent servir un «Semàfor» pintat a terra. La gran majoria estaven d'acord amb el propòsit i algunes altres van fer algunes esmenes.

Després, es van treballar i consensuar les línies estratègiques a través d'una dinàmica visual de «Dotmocracy» on les persones indicaven el seu grau de suport a cada proposta amb gomets, i van poder fer esmenes amb post-its.

Per últim, en grups petits es va generar una primera pluja d'idees d'objectius específics per cada línia estratègica, i es van proposar possibles accions per complir cada un d'aquests objectius específics.



Foto 3: Participants de la segona jornada demostren les seves opinions segons una proposta de línies estratègiques

3. Jornada Participativa de les accions i model de governança

Es va realitzar l'última jornada a Alp, la zona est de la comarca, en un horari de vespre. Van participar-hi 35 persones, i altra vegada, hi va haver una bona representació de persones dels quatre sectors identificats com a prioritaris durant aquest procés.

En aquesta jornada, es van consensuar les línies estratègiques, fent servir el «Termòmetre», on la gent aixeca la ma més o menys, segons el nivell d'acord amb les propostes.

Per les propostes per cada objectiu específic, es va convidar les participants a deixar comentaris clars en post-its, a sota cada línia estratègica penjada a la paret; prèviament elaborades per la CSA segons els resultats de la segona jornada.

En grups petits, es van revisar els comentaris sobre cada línia estratègica i objectiu específic, per confirmar el grau de consens per cada element. Després es va consolidar el llistat d'accions per cada fita.

Per últim, es va treballar un possible model de governança participativa per al seguiment de la implementació del PAS-Turisme, el qual es va acabar de matisar per la CSA en una sessió de treball posterior a la jornada.



Foto 4: Participants de la tercera jornada desenvolupant les accions per cada objectiu específic de les línies estratègiques

3 Diagnosi

3.1 Fonts d'informació

Es va recollir informació per fer la diagnosi a través de cinc fonts:

1. **Anàlisi de documents claus:** Primer es va fer una lectura exhaustiva i profunda de les diagnosis realitzades prèviament, i principalment els quatre documents: Estudi Agroalimentari de la Cerdanya (2016); Pla Estratègic de la Cerdanya (2017); Pla d'Actuació Sectorial de l'Àmbit del Medi Ambient (2018); Memòria per a la subvenció per al SOC per fer el PAS-Turisme (2018).
2. **Entrevistes presencials i profundes:** Es van entrevistar una trentena persones específiques de cadascun dels quatre sectors identificats com a prioritaris, amb capacitat d'aportar molt de valor afegit a la diagnosi. Aquesta entrevista estava basada en el marc analític de l'Iceberg.
3. **Sessió de diagnosi amb la Comissió de Seguiment i Avaluació:** Es va realitzar una sessió específica amb la CSA, on es van aprofundir els resultats inicials de la diagnosi i es van poder treballar les preguntes de l'enquesta online i els objectius de la primera jornada participativa, dedicada a la diagnosi.
4. **Enquestes online:** Per poder completar aquesta diagnosi inicial, es va realitzar un qüestionari de sis preguntes basat també en el model Iceberg, i es va distribuir a través de les xarxes socials i la pàgina web. Aquesta enquesta ens va permetre poder veure quines són les tendències més accentuades de la diagnosi realitzada. Finalment, una trentena de persones varen respondre l'entrevista.
5. **Jornada de Diagnosi Participativa:** La primera jornada participativa es va dedicar a la diagnosi col·lectiva sobre els reptes més importants i les oportunitats potencials per l'àmbit del turisme de la comarca.

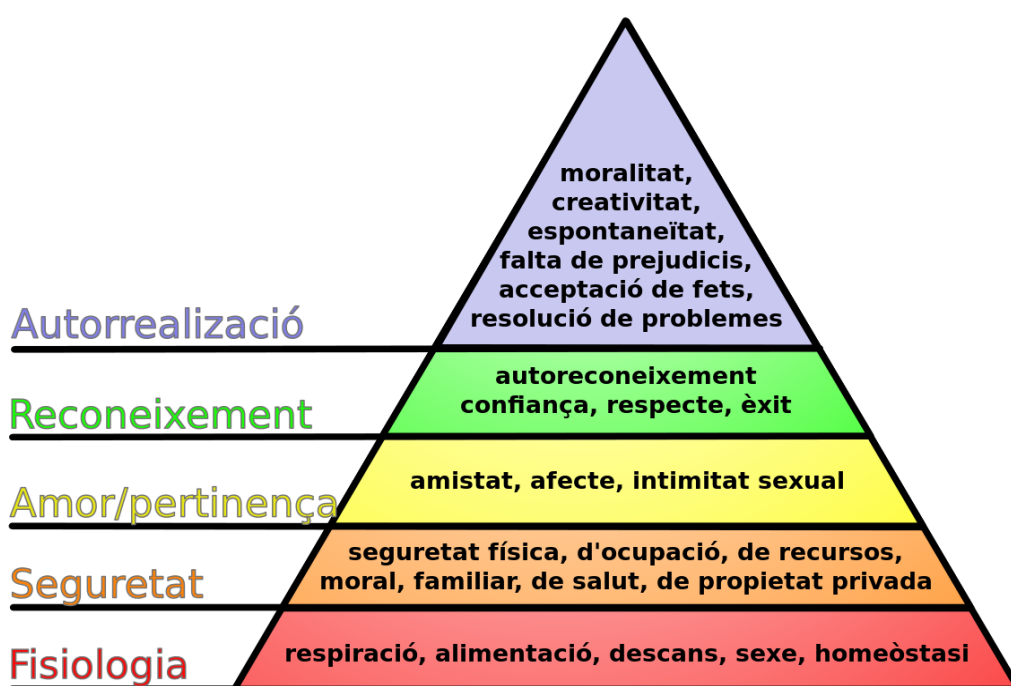
3.2 Resultats de l'anàlisi d'estudis previs

Els indicadors quantitatius respecte al turisme a la Cerdanya estan clarament desenvolupats i expressats en els documents claus prèviament mencionats. Aquests indicadors permeten analitzar les tendències més significatives a nivell econòmic, ecològic i social.

Després d'analitzar en profunditat els documents corresponents, varem treure una sèrie de conclusions relatives a la realització del PAS-Turisme de la comarca de la Cerdanya:

1. El grau de desenvolupament humà a la Cerdanya està per sobre de la mitja.

La Cerdanya és una comarca amb un nivell de vida per sobre de la mitjana, tan sols tenint en compte el PIB. Però com bé sabem, el PIB és un indicador que resta lluny de mostrar el nivell de vida real de les persones. Quan ens fixem en el desenvolupament humà analitzat a través de la piràmide de les necessitats humanes (veure Gràfic 6 més avall), ens adonem que la Cerdanya té molts altres factors que el fan un territori privilegiat tot i que té reptes importants a confrontar. El procés globalitzador ha afectat el món i concretament Catalunya de manera sistèmica, però un dels impactes que s'han reproduït de manera sistemàtica ha estat la pèrdua d'identitat i de cohesió social. La Cerdanya, pel fet de viure semi-aïllada entre muntanyes, ha mantingut ambdues amb certa qualitat i aquests són aspectes molt importants alhora de tenir en compte el desenvolupament humà, principalment al nivell d'afiliació.



Gràfic 6: Piràmide de les necessitats de Maslow

2. La Cerdanya té una economia forta, però poc resilient.

També és evident que la Cerdanya té una economia forta, però poc resilient, ja que la dependència de la indústria del turisme és bastant important, amb un 77'4% del VAB en el sector serveis. Qualsevol crisi econòmica, política, ecològica i/o social podria afectar amb duresa al territori. La renda per càpita de la comarca de la Cerdanya va ser 22.300 euros anuals per habitant al 2016, la qual es troba bastant per sota de la mitjana catalana, la qual va ser 30.100 euros anuals per habitant al 2016. Això ens mostra que el tipus de desenvolupament del turisme porta una riquesa poc distribuïda, generant llocs de treball amb un valor afegit molt relatiu. S'ha d'afegir que el cost de vida en alguns àmbits, com per exemple l'habitatge, es troba dins del 30% més alt de Catalunya, la qual cosa és evidentment una conseqüència directa del turisme.

3. La indústria del turisme impacta i depèn del paisatge.

La Cerdanya gaudeix d'un entorn natural excepcional, el qual també influencia directament el desenvolupament humà (piràmide de Maslow), principalment en els nivells de fisiologia i seguretat. Curiosament, un dels elements principals per mantenir aquest entorn natural conservat, en certa mesura ha estat el turisme, ja que la Cerdanya va ser una de les regions pioneres del turisme a Catalunya, juntament amb Sitges, S'Agaró i Barcelona. A finals del segle XIX ja podem trobar referències de turisme a la Cerdanya, tant amb la construcció de segones residències com amb l'oferta d'activitats com la hípica. Aquest desenvolupament tant lligat al turisme durant quasi un segle i mig aporta reptes, com la pèrdua de persones dedicades al sector primari, arribant actualment a un ínfim 1,5% del VAB. Això té moltes implicacions, com poden ser la pèrdua d'identitat a través de la reducció del productes endògens per la gastronomia; o l'increment constant de l'impacte al paisatge a causa d'activitats turístiques; o la pèrdua de resiliència econòmica, com ja hem comentat.

4. L'economia local és forta, però es troba en decreixement.

Un aspecte positiu en relació a la resiliència del àmbit del turisme és que la majoria dels negocis són locals, ja que venen d'una llarga tradició. Això arrela l'economia al territori i augmenta el desenvolupament humà identificats en la piràmide de Maslow en els nivells de reconeixement i auto-realització. De totes maneres, el percentatge d'empreses foranes que ofereixen serveis i productes està augmentant, alguns exemples són les cadenes de supermercats, entre d'altres negocis de grans marques que es troben en les grans superfícies comercials.

5. El semi-aïllament de la Cerdanya és positiu, però manté alguns reptes.

Veiem que la localització semi-aïllada de la Cerdanya ha tingut i segueix tenint impactes molt positius sobre l'estat de desenvolupament de la comarca, tot i que evidentment també té conseqüències clares, i com a exemple destacat hi ha el transport i sobretot la mobilitat sostenible. Aquesta ha estat una demanada històrica de les persones cerdanes.

Com a conclusió respecte a la situació del turisme a la Cerdanya, la comarca es troba en una posició molt positiva a nivell dels recursos, tant econòmics, com ecològics o patrimonials, i sobretot al respecte d'altres comarques circumdants. Tot i això, també ens adonem de que la Cerdanya té dos reptes importants:

- 1. Augmentar la resiliència de l'economia, per prevenir crisis futures en un context VUCA.**
- 2. Expressar el potencial de la comarca, ja que sembla que es trobi en una situació d'estancament.**

Com a recurs més important per poder afrontar aquests reptes, veiem el gran potencial que té la Cerdanya al respecte de l'empoderament i participació de les persones cerdanes. L'alt nivell de cohesió i d'identitat pot permetre dur a terme processos participatius que augmentin tant el potencial com la resiliència econòmica.

3.3 Resultats de la Diagnosi Participativa

L'anàlisi dels resultats de la diagnosi participativa fa servir el model Iceberg per poder plasmar la informació de les entrevistes sense reduir el valor dels indicadors qualitatius.

Fem servir aquest model perquè té en compte que els processos d'empoderament de la població (com són processos participatius) donen resposta a la situació de canvi sistèmic que estem vivint i també ens ajuden a encaminar la comarca cap a una economia més resilient, emmarcada en un desenvolupament sostenible. Aquests processos d'empoderament impliquen un augment de la participació i de la responsabilitat de la ciutadania, el qual accelera la capacitat de la població per adaptar-se als canvis i co-crear noves propostes.

L'avaluació i el monitoratge de processos participatius presenta un repte, ja que els indicadors quantitatius tenen una rellevància molt relativa, pel que necessitem acompanyar-los d'indicadors qualitatius que ens ajudin a veure les subtilitats de la realitat. La subjectivitat dels indicadors qualitatius és evident i per això s'estan desenvolupant eines que permetin donar estructura a aquests indicadors sense perdre'n el valor afegit. El model Iceberg permet ordenar els indicadors qualitatius de manera objectiva, fent-los més significatius.

Aquest model està basat en l'ordenament dels patrons en una jerarquia desenvolupada pel Massachusetts Institute of Technology, i això permet ordenar la informació per capes interrelacionades i extreure'n conclusions sistèmiques. Per això vam realitzar un qüestionari directament relacionat amb els diferents nivells del model Iceberg:

1. Què creus que fa singular la Cerdanya?
2. Què en penses de la coordinació i governança del sector turístic?
3. Quins consideres que són els impactes positius del turisme a la Cerdanya?
4. Quins consideres que són els impactes negatius del turisme a la Cerdanya?
5. Quins objectius voldries prioritzar al PAS-Turisme 2019-2024?
6. Quins canvis en l'impacte turístic t'imagines a 10 anys vista?

Les respostes amb aquestes sis preguntes ens donen els següents patrons:

Propòsit / Singularitat

- A través d'un alt consens (93%), es defineix la singularitat de la comarca de la Cerdanya respecte la seva geografia física. Fent molta referència a la orientació est-oest que permet una gran insolació, i també a la separació física de les grans zones urbanitzades. Es percep un fort orgull i sentiment identitari.
- També es comenta que la singularitat del turisme es basa en compartir aquest entorn privilegiat amb la gent de fora que ve a gaudir-lo, sobretot a través de l'esport, tant a l'estiu com a l'hivern.
- Un alt percentatge de persones entrevistades (67%) fa referència a la salut, parlant de l'aire net, bona gastronomia i d'un entorn tranquil.
- Un 53% de les persones entrevistades fan referència a una certa nostàlgia del passat i exposen que els canvis són molt ràpids,

principalment respecte al desenvolupament; la construcció d'infraestructures i la urbanització. Aquesta opinió es contraposa amb un altre expressada pel 64% de les persones entrevistades respecte la qualitat de vida a la Cerdanya, principalment fent referència al nivell econòmic.

Conclusions: Al nivell de propòsit de l'Iceberg, veiem que la Cerdanya és una comarca que conserva un sentiment d'identitat i de pertinença molt arrelat, i que es conviu de manera molt natural amb el turisme. Les persones cerdanes es senten orgulloses de compartir el seu entorn privilegiat amb els visitants.

Existeix una clara polarització entre el desenvolupament convencional del territori i la conservació de la natura. Aquesta es una polarització molt típica, que un cop reconciliada dona lloc al desenvolupament sostenible.

Objectius/ Estratègies

- Com ja veiem en el nivell anterior, la polarització s'expressa més clarament en aquest nivell, els objectius més destacats agrupats en les tres categories de la sostenibilitat són els següents:
 - Socials: Gastronomia, cultura, família i esports.
 - Ecològics: Sostenibilitat, conservació i ruralitat.
 - Econòmics: Treball i ingressos.
- Aquests nou objectius clarament emergeixen d'orgull i identitat respecte al territori, amb respecte del patrimoni natural i cultural, promovent un desenvolupament econòmic més abundant que alhora generi un impacte positiu sobre el medi.

Conclusions: El patró que emergeix en el nivell dels objectius i estratègies de l'Iceberg, fa una clara referència a la conservació dels valors culturals com la família i la gastronomia, així com a nivell ecològic, accentuant de nou la ruralitat com una manera de viure més tranquil·la i cohesionada. Alhora en l'imaginari de les persones de la Cerdanya coexisteix aquest desenvolupament més respectuós amb un increment del nivell econòmic i del ben estar.

Estructures

- En aquest nivell sembla que el consens deixa de ser majoritari i comença una certa incertesa, un 47% veu mancances en la coordinació i un 64% veu diferents lideratges on el sector privat té molta influència.
- Quan es pregunta concretament qui pren les decisions respecte el turisme, les 28 persones que responen les entrevistes nombren 9 actors diferents que lideren el sector turístic.
- Un 58% de les persones entrevistades té dubtes respecte la representativitat dels actors principals del turisme de la Cerdanya. Un 45% mostra una certa desconfiança cap al lideratge del turisme de la Cerdanya.

Conclusions: Al nivell estructural es perd coherència respecte els dos nivells precedents, i té molt a veure amb una certa desconfiança envers la governança. No es veu molt clar que els actors clau puguin dur la comarca cap a un creixement econòmic dins un desenvolupament sostenible. També es mostra una clara desconexió amb la presa de decisions en aquest nivell a través del seu desconeixement de qui són les entitats responsables i com es coordinen.

Relacions

- Tornem a tenir un ampli consens, en aquest cas un 86% considera que la relació entre el territori i el turisme actualment no es sostenible. Les persones entrevistades es veuen clarament ofeses al respecte tot i ser conscients de la importància del turisme en l'economia.
- Però un 75% veu un futur esperançador on a deu anys vista la relació entre turisme i territori es definirà per ser sostenible, amb regulacions molt clares i àmpliament acceptades, amb activitats molt més respectuoses tan amb el patrimoni natural com amb el patrimoni cultural.

Conclusions: Queda palesa la disconformitat que té la gent de la Cerdanya amb que l'activitat econòmica generi un impacte negatiu tant al territori com a la societat, i la gent de la Cerdanya creu que el problema recau en la governança del sector, ja que podem comprovar la coherència dels patrons fins arribar a l'estructura, on els plantejaments es donen en positiu. Arribats a nivell de la estructura es genera molta incertesa, i quan arribem al nivell de relacions els comentaris es realitzen des d'una perspectiva confrontativa i de desacord.

Accions

- Un cop arribem al nivell de les accions es confirmen el patrons, el 89% de les persones entrevistades expressen clarament que el turisme es el motor econòmic de la comarca. Però alhora en nombren una diversitat d'impactes negatius:
 - Precarietat laboral
 - Degradació ecològica
 - Desvalorització del sector primari
 - Pèrdua del patrimoni cultural
 - Disminució de la cohesió social

Conclusions: Aquest nivell expressa clarament quins són els punts palanca que és necessari tocar per poder reconciliar les posicions expressades en el primer nivell. L'afirmació que es pot llegir entre línies és: el turisme és una activitat econòmica important a la comarca, que ha d'aportar dignitat laboral, regeneració ecològica, revalorització del sector primari, recuperació del patrimoni cultural i augment de la cohesió social. Si s'aconseguissin aquestes fites, des de la perspectiva de les persones cerdanes, el turisme seria una activitat econòmica sostenible.

3.4 Propostes de futur

Objectius Futurs

Quan es pregunta específicament sobre objectius futurs a 5 anys vista, les persones entrevistades responen concretament, que es prioritzi un turisme que augmenti la consciència i la sostenibilitat territorial.

Es puntualitzen específicament com a punts a millorar: la coordinació i la governança del àmbit del turisme i el desenvolupament; la mobilitat interna i externa; l'educació i la sensibilització ambiental; la comunicació del turisme Cerdanya; i la regulació de les activitats turístiques respecte als seus impactes.

Accions Futures

Quan preguntem respecte la seva visió a 10 anys vista, sembla que la perspectiva de futur és positiva en un percentatge superior al 75%.

D'aquí a 10 anys s'espera un turisme conscient i sostenible, relacions equitables entre turistes i cerdanes, un augment del nivell socio-econòmic i de la distribució de la riquesa, un patrimoni cultural i natural revaloritzat, i una comarca modernitzada tecnològicament incloent la mobilitat.

3.5 Els punts palanca més importants...

Finalment, aquesta diagnosi ens ajuda a identificar els tres punts palanca més importants, que representen les accions arrelades més avall a l'iceberg i per tant amb el potencial de generar molt més transformació amb menys energia i inversió comparada a les actuacions típiques:

1. **La governança:** sembla evident respecte l'anàlisi fet de que hi ha un espai de millora en la governança, les persones entrevistades no se'n senten partícips, i no sembla que estiguin d'acord amb la tendència general del desenvolupament provocat pel turisme. Pel que un plantejament més obert de la governança podria generar un canvi sistèmic.
2. **Turisme de petja positiva:** promoure un turisme que generi impactes positius, alhora augmenti la sensibilització de la ciutadania respecte el patrimoni natural i el patrimoni cultural.
3. **Turisme com a bé col·lectiu:** promoure un turisme que augmenti l'equitat econòmica i la dignitat laboral.

4 Pla d'acció sectorial

4.1 Introducció

Al llarg d'un procés participatiu, que ha durat 6 mesos, s'ha realitzat de forma participativa un procés de co-creació i validació de cadascuna de les parts d'aquest pla d'acció. De manera reiterativa s'ha anat expressant, en totes les fases, la informació prèviament consensuada, donant lloc a una retroalimentació constant fins al final del procés. Alhora la Comissió de Seguiment i Avaluació (CSA) ha co-dissenyat i posteriorment validat cadascuna de les accions que s'han de dur a terme.

La informació exposada en les pàgines que segueixen és el resultat del debat, la síntesis i el consens de prop de dues centes persones, deliberant sobre el turisme de la Cerdanya com a activitat econòmica i com a bé comú. Per consultar la graella de resum de totes les línies estratègiques, objectius específics, programes i activitats del PAS-Turisme, podeu consultar l'Annex 1 d'aquest document.

4.2 Propòsit

Aquest propòsit va sorgir primerament d'un debat apassionat en la comissió de seguiment i avaluació on es polaritzaven la necessitat de la cura per l'entorn i la voluntat del benestar econòmic. Després d'una estona es va arribar a un propòsit que incloïa les dues visions de forma complementària, i inclús sumaven aportant nous matisos.

L'estructura bàsica d'aquesta propòsit va superar totes les validacions posteriors realitzades en espais públics, on es varen perfilar i amplificar algunes parts del mateix:

PROPÒSIT

El sector turístic, juntament amb els actors de la comarca (sector públic, sector privat i societat civil) treballa pel desenvolupament sostenible de la Cerdanya, custodiant el patrimoni cultural, natural i humà, tot reforçant la identitat del territori del poble cerdà.

4.3 Línies Estratègiques

Després del propòsit, era necessari desenvolupar de manera coherent unes línies estratègiques prou amples i específiques, que totes les persones del procés s'hi veiessin representades. A través de dinàmiques deliberatives i co-creatives, dissenyades amb el suport de la CSA, es varen dur a terme intensos debats plens d'emocions i d'identitat. Les persones que participaven reconeixien la necessitat de consensos transversals. D'aquesta manera es varen poder definir, redactar i posteriorment validar cinc línies estratègiques amb les quals els diferents sectors s'hi sentien còmodes.

LÍNIES ESTRATÈGIQUES

- 1 Construir un model de turisme sostenible i conscient que esdevingui un referent**
- 2 Desestacionalitzar i diversificar l'oferta turística de la comarca**
- 3 Regular l'impacte eco-social de les activitats turístiques**
- 4 Potenciar la comunicació i promoció del pla d'acció**
- 5 Co-crear i gestionar un model de governança participativa**

4.4 Objectius Específics

Un cop redactades les línies estratègiques, la gent es percebia motivada i captivada. Hi havia un grup altament divers en termes sectorials, que compartien una visió del que podria esdevenir la comarca com a fruit d'un treball col·laboratiu. Varen gaudir l'exploració col·lectiva dels diferents objectius que podrien conduir a la comarca cap a un destí disruptor, innovador i engrescador.

LÍNIA ESTRATÈGICA 1	Construir un model de turisme sostenible i conscient que esdevingui un referent
Objectiu Específic 1.1	Sensibilitzar als professional i a la població envers al turisme sostenible i conscient
Objectiu Específic 1.2	Promoure la certificació sostenible del territori
Objectiu Específic 1.3	Encaminar el sector turístic cap a un sistema de mobilitat sostenible i accessible
Objectiu Específic 1.4	Fomentar l'economia regenerativa a partir dels recursos locals
LÍNIA ESTRATÈGICA 2	Desestacionalitzar i diversificar l'oferta turística de la comarca
Objectiu Específic 2.1	Crear productes i serveis turístics fora de temporada, potenciant les infraestructures existents arreu del territori cerdà
Objectiu Específic 2.2	Fer <i>lobby</i> amb les comarques veïnes per incidir i fer evolucionar el calendari i la legislació nacional turística
Objectiu Específic 2.3	Captar nous mercats, sempre en equilibri amb les necessitats de la comarca
LÍNIA ESTRATÈGICA 3	Regular l'impacte eco-social de les activitats turístiques
Objectiu Específic 3.1	Gestionar el turisme perquè el seu impacte millori la conservació, restauració i regeneració dels espais naturals, agrícoles, culturals i patrimonials
Objectiu Específic 3.2	Limitar i regular els habitatges d'ús turístic i de segona residència
Objectiu Específic 3.3	Crear un Observatori de Turisme Sostenible
LÍNIA ESTRATÈGICA 4	Potenciar la comunicació i promoció del pla d'acció
Objectiu Específic 4.1	Promoure la nostra proposta sostenible, de qualitat i singular amb una estratègia comunicativa arrelada al territori i a la identitat cerdana
Objectiu Específic 4.2	Crear una marca pròpia i referent en turisme sostenible, que vetlli per la qualitat de vida i la salut dels habitants
Objectiu Específic 4.3	Co-crear un pla de comunicació transformador
LÍNIA ESTRATÈGICA 5	Co-crear i gestionar un model de governança participativa
Objectiu Específic 5.1	Augmentar la participació i la diversitat de la representació dins de Turisme Cerdanya
Objectiu Específic 5.2	Coordinar els diferents actors turístics de la comarca i territoris veïns
Objectiu Específic 5.3	Facilitar espais anuals i participatius per a la revisió del pla d'acció i la co-creació de noves iniciatives

4.5 Fitxes de Programes i Activitats per la Línia Estratègica 1

LÍNIA ESTRATÈGICA 1: Construir un model de turisme sostenible i conscient que esdevingui un referent	OBJECTIU ESPECÍFIC 1.1	Sensibilitzar als professional i a la població envers al turisme sostenible i conscient
	PROGRAMA 1.1.1	FORMACIÓ EN TURISME SOSTENIBLE I CONSCIENT
	Descripció d'activitats	
	Formació per a polítics: Realitzar sessions formatives amb polítics a nivell municipal i comarcal sobre el concepte de turisme sostenible i conscient, per tal de generar polítiques locals que es reforcin els principis sobre els quals es recolza. Formació per a tècnics: Realitzar sessions formatives amb el personal tècnic en eines i metodologies que els permetin introduir els principis del turisme sostenible i conscient, així com en aprofundir en la coneixença del relat del patrimoni natural i cultural de La Cerdanya. Formació per a empreses: Oferir sessions formatives a les empreses del sector turístic per tal de sensibilitzar vers els valors del turisme sostenible i conscient, així com en la coneixença del relat cerdà. Creació d'eines pedagògiques: Desenvolupament d'una maleta pedagògica que conté diverses eines i descriu diverses metodologies que facilitin la realització de tallers de sensibilització als instituts i escoles de la comarca.	
	Resultats	
	- Sessions formatives per a polítics - Sessions formatives per a personal tècnic - Sessions formatives per a empreses - Creació de «Maletes pedagògiques»	
	Actors responsables	
	- Coordinat per l'AODL - Especialistes en comunicació - Entitats del món de la formació	
	Destinatàries	
	- Polítics de l'àmbit comarcal - Personal tècnic - Empresaris i treballadors del sector turístic - Alumnat i professorat d'escoles i instituts	
	Pressupost aproximat	
	6.000 €	
	Fonts de finançament	
	- AODL – SOC - Consell Comarcal	
	Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	
	Material formatiu (videoprojector, paral·lelògraf, retoladors, ...)	
	Indicadors de seguiment	
	1 sessió formativa amb polítics 3 sessions formatives amb personal tècnic 2 sessions formatives amb empresaris i personal del sector turístic 5 maletes pedagògiques itinerants	

OBJECTIU ESPECÍFIC 1.1	Sensibilitzar als professional i a la població envers al turisme sostenible i conscient
PROGRAMA 1.1.2	SENSIBILITZACIÓ I ENXARXAMENT
Descripció d'activitats	
1. Comunicació del relat de manera àmplia: Establir una estratègia comunicativa que permeti donar a conèixer el relat cerdà del turisme sostenible i conscient a tots els actors del sector turístic. 2. Treball en xarxa: Treballar de manera enxarxada amb escoles, empreses, institucions i equips de govern envers al turisme sostenible i conscient 3. Reducció de l'impacte mediambiental de les grans superfícies: Acompanyar les grans superfícies a reduir el seu impacte mediambiental i el dels seus usuaris. 4. Compromís comarcal amb el reciclatge: Establir un compromís a nivell comarcal per a la millora de la gestió i la reducció dels residus dels grans productors (estacions d'esquí, grans superfícies, restauració, allotjaments turístics, ramaderia...) 5. Polítiques públiques: Reduir les deixalles plàstiques que consumeix el turista a través de polítiques públiques. 6. Gestió del reciclatge: Facilitar la gestió del reciclatge a grans productors de residus i a pobles a través de l'acompanyament i assessoraments especialitzats.	
Resultats	
• Campanya de comunicació del relat cerdà • Establir canals de comunicació i espais de trobada amb els actors implicats • Campanya de sensibilització mediambiental amb grans superfícies • Consens respecte al compromís comarcal amb el reciclatge • Adoptar polítiques públiques per la reducció de residus • Sensibilització als grans productors de residus de la comarca	
Actors responsables	
• AODL • Consell Comarcal • Govers Municipals • Entitat externa especialitzada en la gestió de residus	
Destinatàries	
• Professorat • Món empresarial (grans productors de residus) • Equips municipals	
Pressupost aproximat	
5.000 €	
Fonts de finançament	
- AODL – SOC - Programa de suport i acompanyament a la planificació estratègica - Consell Comarcal - Municipis	
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	
• AODL • Especialistes en comunicació • Especialistes en gestió de residus	

Indicadors de seguiment

- 1 campanya de comunicació del relat cerdà
- Canals de comunicació i espais de trobada establerts amb els actors implicats
- 1 campanya de sensibilització mediambiental amb grans superfícies
- Acord sobre el compromís comarcal amb el reciclatge
- Reducció de residus

OBJECTIU ESPECÍFIC 1.2

Promoure la certificació sostenible del territori

PROGRAMA 1.2.1

CERTIFICACIONS SOSTENIBLES

Descripció d'activitats

1. **Certificacions:** Involucrar tots els ajuntaments en els processos de certificació.
 - Treballar, amb el consens de tots els municipis, per aconseguir la certificació de la **Carta Europea de Turisme Sostenible**.
 - Augmentar el nombre de parcs certificats com a **Parcs Geològics**, amb punts d'interès geològic.
 - Explorar d'altres certificacions que puguin correspondre als objectius d'anar cap a un turisme sostenible i conscient.
2. **Protecció d'espais naturals:** Incrementar la protecció dels espais naturals de la Cerdanya. Treballar perquè la Cerdanya sigui declarada reserva de la biosfera.
3. **Regulació d'espais:** Treballar perquè el sector turístic («Turisme Cerdanya») tingui veu en la regulació dels espais naturals

Resultats

- Augment del nombre de certificacions
- Increment de la superfície i del grau de protecció dels espais naturals comarcals
- Major presència en els espais de presa de decisions en matèria de regulació

Actors responsables

- AODL
- Tècniques del Consell Comarcal
- Tècniques Municipals
- Gestors del Parc Natural del Cadí-Moixeró
- Servei d'Espais Naturals Protegits

Destinatàries

- Espais naturals i protegits

Pressupost aproximat

1.000 €

Fonts de finançament

- Subvencions espais protegits
- Parc Natural del Cadí-Moixeró
- Consell Comarcal de la Cerdanya
- Servei d'Espais Naturals Protegits

Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris

- AODL
- Tècniques del Consell Comarcal
- Tècniques Municipals
- Equip gestor del Parc Natural del Cadí-Moixeró i del Servei d'Espais Naturals Protegits

Indicadors de seguiment

- Increment del nombre de certificacions
- Augment del nombre de PIG i/o del nombre de parcs geològics
- Major superfície sota algun grau de protecció

OBJECTIU ESPECÍFIC 1.3	Encaminar el sector turístic cap a un sistema de mobilitat sostenible i accessible
PROGRAMA 1.3.1	MOBILITAT SOSTENIBLE I ACCESSIBLE PEL SECTOR TURÍSTIC
Descripció d'activitats	
1. Transport públic: Millora del transport públic a nivell local; explorant, entre d'altres, la possibilitat del transport públic a 1€ (com a França) o la possibilitat de fer un telecabin a la Molina des de l'estació de tren. 2. VAO: Abaratir el túnel pels Vehicles amb Alta Ocupació, perquè sigui més accessible i amb la finalitat de tenir menys cotxes. 3. Tren: Explorar la possibilitat d'invertir en la millora de la línia de tren. 4. Bicicleta: Promoure la circulació en bicicleta. Per exemple: adequar vials, crear vials nous,... 5. Compromís comarcal de mobilitat: Aconseguir un compromís comarcal per a la mobilitat sostenible i accessible per a tothom. 6. E-carsharing: Promoure l'ús de cotxes elèctrics de lloguer per hores (som mobilitat). 7. Vehicles contaminants: Augmentar la taxa pels vehicles contaminants que entrin i circulin per la comarca.	
Resultats	
• Augmentar l'ús del transport públic • Incentivar els VAO • Reduir el nombre de vehicles contaminants en circulació • Promoure l'ús de vehicles elèctrics • Establir un compromís comarcal en matèria de mobilitat	
Actors responsables	
• AODL • Consell Comarcal • Entitat especialitzada en temes de mobilitat	
Destinatàries	
• Població local • Propietaris de segones residències • Turistes	
Pressupost aproximat	
10.000 €	
Fonts de finançament	
- Consell Comarcal - Departament de Territori i Sostenibilitat - Fons europeu de desenvolupament rural	
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	
• 1 agent especialitzat en temes de mobilitat	
Indicadors de seguiment	
• Augment de l'ús del transport públic • Increment dels VAO • Reducció del nombre de vehicles contaminants en circulació • Augment de l'ús de vehicles elèctrics • Acord sobre el compromís comarcal de mobilitat	

**OBJECTIU
ESPECÍFIC 1.4****Fomentar l'economia regenerativa a partir dels recursos locals****PROGRAMA 1.4.1****FOMENT DEL PRODUCTE LOCAL****Descripció d'activitats**

1. **Valorització de l'economia local:** Adoptar estratègies per cuidar els productes i la cultura local.
2. **Consumir productes locals:** Fer accions de sensibilització envers el producte local i de qualitat (que té en compte el benestar animal i social, l'economia local i la qualitat nutricional).
3. **Obrador cooperatiu:** Posar en servei un obrador que permeti un lloguer puntual de la instal·lació.
4. **Agrobotigues:** Acompanyar la implantació de 2-3 agrobotigues que ofereixin producte local i sense intermediàries.
5. **Bones pràctiques:** Analitzar i fomentar l'ús de bones pràctiques, consultant àrees que gestionen recursos locals de manera excel·lent (per exemple la zona austríaca-italiana)..

Resultats

- Enfortir l'economia local
- Augment del consum local
- Creació d'un obrador cooperatiu
- Posada en servei de 2-3 agrobotigues
- Anàlisi en profunditat d'almenys un exemple de bones pràctiques en matèria de gestió de recursos locals

Actors responsables

- Coordinació per part de l'AODL
- Productors locals
- Consell Comarcal
- Tècnics de turisme i de promoció econòmica

Destinatàries

- Productors
- Consumidors

Pressupost aproximat

20.000 €

Fonts de finançament

- AODL-SOC
- Singulars
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació
- FEDER
- Consell Comarcal Cerdanya

Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris

- AODL agroalimentària
- 2/4 treballadors a les agrobotigues
- Estudi d'anàlisi de bones pràctiques

Indicadors de seguiment

- Augment del marge de benefici dels productors locals
- Reducció del nombre d'intermediaris entre productor i consumidor
- Augment del consum de producte local
- 1 obrador cooperatiu
- 2-3 agrobotigues
- Anàlisi en profunditat d'almenys un exemple de bones pràctiques en matèria de gestió de recursos locals

LÍNIA ESTRATÈGICA 1: Construir un model de turisme sostenible i conscient que esdevingui un referent

4.6 Cronograma de la Línia Estratègica 1

LÍNIA ESTRATÈGICA 1	OBJECTIUS ESPECÍFICS	PROGRAMES	2020	2021	2022	2023
Construir un model de turisme sostenible i conscient que esdevingui un referent	1.1. Sensibilitzar als professionals i a la població envers al turisme sostenible i conscient	1.1.1. Formació en Turisme Sostenible i Conscient				
		1.1.2. Sensibilització i enxarxament				
	1.2. Certificacions sostenibles	1.2.1. Certificacions sostenibles				
	1.3. Mobilitat sostenible i accessible pel sector turístic	1.3.1. Mobilitat sostenible i accessible pel sector turístic				
		1.4.1. Foment del producte local				

4.7 Fitxes de Programes i Activitats per la Línia Estratègica 2

LÍNIA ESTRATÈGICA 2: Desestacionalitzar i diversificar l'oferta turística de la comarca	OBJECTIU ESPECÍFIC 2.1	Crear productes i serveis turístics fora de temporada, potenciant les infraestructures existents arreu del territori cerdà (* veure 3.3.1)
	PROGRAMA 2.1.1	CREACIÓ DE PRODUCTES I SERVEIS TURÍSTICS FORA DE TEMPORADA
	Descripció d'activitats	
	Llocs de treball: Generar llocs de treball dignes (de nova creació i amb més durada) Activitats esportives fora de temporada: Fomentar i promoure l'oferta de turisme esportiu fora de temporada i amb baix impacte ambiental, com per exemple les vies ferrades, la bicicleta, ... Senderisme: Potenciar el senderisme sostenible i controlat; millorar la xarxa de senders Estades professionals: Organitzar estades per a professionals. Proposar seminaris i estades de cures per a organitzacions, retirs creatius per a artistes, de formació especialitzada per a professionals... Turisme de salut: Augmentar la oferta turística de salut; per a persones amb malalties específiques, gent gran, ... Turisme pedagògic: Augmentar i promoure l'oferta de turisme pedagògic (flora, fauna, geologia, ...) Turisme cultural: Incentivar l'oferta de turisme cultural (ruta de museus, festivals culturals, musicals, teatrals, de dansa...) durant tot l'any i per públics locals i forans. Calendari festiu: Repensar el calendari festiu per tal de donar continuïtat i regularitat a les festivitats al llarg de l'any: - Recuperació de festes i tradicions antigues (trumpfades,...) - Rotar i descentralitzar les festes gastronòmiques - Creació de festes que fomentin l'economia local (jornades sobre la gastronomia local, activitats de sobirania alimentària,...) Turisme local: Fora de temporada alta incentivar i facilitar el turisme local (Cerdanya) i de territoris veïns	
	Resultats	
	• Creació de llocs de treball dignes • Diversificació del turisme • Desestacionalització de l'activitat turística • Recuperació de festivitats tradicionals • Creació de noves festivitats o jornades temàtiques	
	Actors responsables	
	• AODL • Associacions culturals i esportives • Restauradors	
	Destinatàries	
	• Treballadors del sector turístic • Empresaris del sector turístic • Visitants i turistes	
	Pressupost aproximat	
	2.500 €	

Fonts de finançament

- Departament de Treball
- Departament de Salut
- Departament de Cultura
- Consell Comarcal Cerdanya

Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris

- AODL

Indicadors de seguiment

- Augment del nombre de llocs de treball dignes
- Diversificació del turisme
- Augment de l'activitat turística fora de temporada alta
- Increment del nombre de festivitats tradicionals fixades al calendari
- Noves festivitats o jornades temàtiques incloses a l'agenda d'activitats de la Cerdanya

OBJECTIU ESPECÍFIC 2.2	Fer lobby amb les comarques veïnes per incidir i fer evolucionar el calendari i la legislació nacional turística
PROGRAMA 2.2.1	LOBBY DEL TURISME SOSTENIBLE I CONSCIENT
Descripció d'activitats	
1. Coordinació amb territoris veïns: Participar en espais de coordinació turística a nivell nacional i transfronterer per encaminar la comarca i el país cap a la desestacionalització i diversificació de l'oferta turística 2. Agenda festiva i d'esdeveniments: Disseny del calendari d'esdeveniments amb una coordinació a nivell transfronterer, per tal de no fer coincidir activitats i reforçar al màxim els intercanvis (*enllaç amb programa 2.1.1) 3. Polítiques públiques: Incidir a través de polítiques públiques al foment de la desestacionalització i diversificació del turisme	
Resultats	
• Establir espais de coordinació / Participar en els existents (si n'hi ha) • Creació d'una agenda transfronterera de festivitats i esdeveniments • Polítiques públiques reforçant la desestacionalització i diversificació del sector turístic	
Actors responsables	
• AODL • Personal tècnic de l'administració • Representats polítics	
Destinatàries	
• Professionals del sector turístic	
Pressupost aproximat	
1.000 €	
Fonts de finançament	
- Consell Comarcal - SOC - Departament d'Empresa i Coneixement	
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	
• AODL	
Indicadors de seguiment	
• 1 Espai de coordinació actiu • 1 Agenda transfronterera de festivitats i esdeveniments establerta i actualitzada • Polítiques públiques actives en quan al reforçament de la desestacionalització i diversificació del sector turístic • Augment de la desestacionalització i diversificació del sector turístic	

OBJECTIU ESPECÍFIC 2.3	Captar nous mercats, sempre en equilibri amb les necessitats de la comarca
PROGRAMA 2.3.1	CERCA DE NOUS MERCATS INTERNACIONALS
Descripció d'activitats	
Estudi de nous mercats: Fer un estudi per buscar nous mercats, sempre en equilibri amb les necessitats de la comarca i assegurant que les ampliacions es facin d'una manera consensuada i sostenible. (enllaç amb 3.3.1) Formar a guies amb idiomes: Formar guies especialitzats amb idiomes que puguin acompanyar aquests sectors determinats de públic (tenim guies acompanyants, no guies turístics...) (*enllaç amb 1.1.1)	
Resultats	
- Obertura de nous mercats - Formació de guies especialitzats i amb idiomes	
Actors responsables	
- AODL - Entitats de formació especialitzades - Escola Oficial d'Idiomes	
Destinatàries	
- Guies potencials - Turistes i visitants	
Pressupost aproximat	
5.000 €	
Fonts de finançament	
- Consell Comarcal - Departament d'Empresa i Coneixement - Departament d'Ensenyament	
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	
- AODL - Entitats especialitzades (Formació de guies turístics, idiomes...)	
Indicadors de seguiment	
- Nous segments de turistes i visitants arriben a la comarca (estudi de mercat) - Formació en idiomes (anglès o francès) per a 4 guies	

4.8 Cronograma de la Línia Estratègica 2

LÍNIA ESTRATÈGICA 2	OBJECTIUS ESPECÍFICS	PROGRAMES	2020	2021	2022	2023
Desestacionalitzar i diversificar l'oferta turística de la comarca	2.1. Crear productes i serveis turístics fora de temporada, potenciant les infraestructures existents arreu del territori	2.1.1. Creació de productes i serveis turístics fora de temporada				
	2.2. Fer <i>lobby</i> amb les comarques veïnes per incidir i fer evolucionar el calendari i la legislació nacional turística	2.2.1. Lobby del turisme sostenible i conscient				
	2.3. Captar nous mercats, sempre en equilibri amb les necessitats de la comarca	2.3.1. Cerca de nous mercats internacionals				

4.9 Fitxes de Programes i Activitats per la Línia Estratègica 3

LÍNIA ESTRATÈGICA 3: Regular l'impacte eco-social de les activitats turístiques	OBJECTIU ESPECÍFIC 3.1	Gestionar el turisme perquè el seu impacte millori la conservació, restauració i regeneració dels espais naturals, agrícoles, culturals i patrimonials
	PROGRAMA 3.3.1	VERS EL TURISME REGENERATIU
	Descripció d'activitats	
	Tolerància 0 en territori protegit: Fer una campanya de tolerància zero amb infractors en el territori protegit (per limitar i restringir l'ús dels quads, buggys,...) Valorització d'espais d'interès: Fer sensibilització i valorització sobre la conservació de monuments, jaciments i espais naturals envers els propietaris (Administracions, bisbat i privats), així com als usuaris Contaminació: Reduir la contaminació, lumínica, acústica i de residus Compromís regeneratiu: Fomentar el compromís del sector turístic per la utilització de productes locals i potenciar els provinents d'una agricultura i ramaderia regeneratives	
	Resultats	
	- Reducció de les infraccions comeses en espai protegit - Menys contaminació acústica, lumínica i de residus - Espais d'interès més ben protegits - Assoliment del model turístic regeneratiu	
	Actors responsables	
	- AODL - Propietaris - Administració - Bisbat - Cossos de seguretat (Agents Rurals i Mossos)	
	Destinatàries	
	- Persones que treballen per la custòdia del territori (Pastors, ramaders, agricultors, ...) - Població local - Turistes	
	Pressupost aproximat	
	5.000 €	
	Fonts de finançament	
	- Subvencions espais protegits - Consell Comarcal	
	Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	
	- AODL Turisme i Agroalimentària - Persones que treballen per la custòdia del territori (Pastors, ramaders, agricultors, ...) - Agents rurals - Mossos d'esquadra	
	Indicadors de seguiment	
	- Reducció de les infraccions comeses en espai protegit - Menys contaminació acústica, lumínica i de residus - Espais Protegits més ben conservats 1 acció de conservació en un espai protegit de la comarca - Increment de les empreses turístiques que utilitzen productes locals - Assoliment del model turístic regeneratiu	

**OBJECTIU
ESPECÍFIC 3.2**
Limitar i regular els habitatges d'ús turístic i de segona residència
PROGRAMA 3.2.1
REGULACIÓ DELS HABITATGES D'ÚS TURÍSTIC I DE SEGONA RESIDÈNCIA
Descripció d'activitats

1. **Taula tècnica:** Creació d'una taula tècnica de treball amb uns criteris comarcals que ajudin a nivell municipal a regular els habitatges d'ús turístic i de segona residència
2. **Regulació de pisos d'ús turístic:** Vetllar perquè les plataformes de lloguer turístic utilitzin pisos regularitzats
3. **Rehabilitació:** Apostar per la rehabilitació enlloc de nova construcció, per limitar l'expansió urbanística
4. **Residents i habitatge:** Treballar amb el sector d'habitatge per assegurar la fixació de la població resident i incentivar l'accés a l'habitatge habitual
5. **Nous models d'habitatge:** Explorar nous models d'habitatge com el *Lotissement* francès (habitatge social i amb espais mancomunats)

Resultats

- Creació de la taula tècnica
- Pisos d'ús turístic regulats
- Rehabilitació d'habitatges en dessús
- Accés a residència principal garantit

Actors responsables

- AODL
- Sector immobiliari
- Sector turístic

Destinatàries

- Administració
- Habitants de la comarca

Pressupost aproximat

1.000 €

Fonts de finançament

- Subvencions rehabilitació habitatge
- Consell Comarcal

Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris

- AODL
- Personal tècnic municipal

Indicadors de seguiment

- 1 taula tècnica activa i referent en qüestions de regulació d'habitatges turístics i de 2ª residència
- Augment dels HUT regularitzats dins les plataformes de lloguer
- Increment del nombre d'habitatges en dessús rehabilitats
- Accés a la residència principal garantit pels habitants de la Cerdanya
- Augment de residències principals, enfront de segones residències

**OBJECTIU
ESPECÍFIC 3.3****Crear un Observatori de Turisme Sostenible (* veure 2.3.1)****PROGRAMA 3.3.3****OBSERVATORI DE TURISME SOSTENIBLE****Descripció d'activitats**

1. **Cooperació universitària:** Fer vincles amb universitats per començar a fer estudis sobre el turisme sostenible a la Cerdanya
2. **Observatori de Turisme Sostenible:** Explorar la possibilitat de crear un Observatori de Turisme Sostenible per poder informar el públic i incidir en la presa de decisions polítiques i ciutadanes, per tal de donar reconeixement a les accions de turisme sostenible i conscient

Resultats

- Realització d'estudis universitaris amb el focus centrat en el turisme sostenible i conscient a la Cerdanya
- Creació de l'Observatori de Turisme Sostenible

Actors responsables

- AODL
- Universitats

Destinatàries

- Universitaris
- Tècnics en turisme sostenible

Pressupost aproximat

1.000 €

Fonts de finançament

- Universitats
- Departament de Territori i Sostenibilitat

Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris

- AODL
- Estudiants universitaris
- Departaments universitaris
- Observatori del Paisatge

Indicadors de seguiment

- Realització d'estudis universitaris amb el focus centrat en el turisme sostenible i conscient a la Cerdanya
- Creació de l'Observatori de Turisme Sostenible

4.10 Cronograma de la Línia Estratègica 3

LÍNIA ESTRATÈGICA 3	OBJECTIUS ESPECÍFICS	PROGRAMES	2020	2021	2022	2023
Regular l'impacte ecosocial de les activitats turístiques	3.1. Gestionar el turisme perquè el seu impacte millori la conservació, restauració i regeneració dels espais naturals, agrícoles, culturals i patrimonials	3.1.1. Vers el Turisme Regeneratiu				
	3.2. Limitar i regular els habitatges d'ús turístic i de segona residència	3.2.1. Regulació dels habitatges d'ús turístic i de segona residència				
	3.3. Mobilitat sostenible i accessible pel sector turístic	3.3.1. Observatori de Turisme Sostenible				

4.11 Fitxes de Programes i Activitats per la Línia Estratègica 4

LÍNIA ESTRATÈGICA 4: Potenciar la comunicació i promoció del pla d'acció	OBJECTIU ESPECÍFIC 4.1	Promoure la nostra proposta sostenible, de qualitat i singular amb una estratègia comunicativa arrelada al territori i a la identitat cerdana.
	PROGRAMA 4.1.1	CO-CREAR EL RELAT DE LA IDENTITAT CERDANA
	Descripció d'activitats	
	La identitat cerdana: Co-crear i integrar una narrativa arrelada al territori i la identitat cerdana en les activitats comunicatives de turisme. Discurs transversal: Fer que el turisme sostenible i conscient quedi incorporat de manera transversal en el discurs comunicatiu de Turisme Cerdanya. Comunicar el relat de manera àmplia: Establir una estratègia comunicativa que permeti donar a conèixer el relat a tots els actors del sector turístic.	
	Resultats	
	- Co-creació de la narrativa sobre la imatge cerdana - Campanya comunicativa (* en relació amb el programa 1.1.2)	
	Actors responsables	
	- AODL - Consell Comarcal - Turisme Cerdanya	
	Destinatàries	
	- Sector turístic - Visitants potencials	
	Pressupost aproximat	
	7.000 €	
	Fonts de finançament	
	- Consell Comarcal Cerdanya - Subvenció IDAPA - Institut de Desenvolupament de l'Alt Pirineu i Aran (IDAPA) - Diputació de Girona - Diputació de Lleida	
	Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	
	- AODL - Entitat especialista en comunicació	
	Indicadors de seguiment	
	- Imatge cerdana definida i consensuada 1 campanya comunicativa	

OBJECTIU ESPECÍFIC 4.2	Crear una marca pròpia i referent en turisme sostenible i conscient, que vetlli per la qualitat de vida i la salut dels habitants
PROGRAMA 4.2.1	MARCA «CERDANYA»
Descripció d'activitats	
Marca pròpia: Co-crear de manera participativa, un compromís de comarca propi i referent en matèria de turisme amb l'objectiu d'aglutinar el sector turístic al voltant del model turístic sostenible i conscient. Criteris d'assoliment: Establir criteris que permetin avaluar el grau d'assoliment de la marca «Cerdanya»	
Resultats	
- Campanya Comunicativa (* estreta relació amb els programes 1.1.2. i 4.1.1) - Establir criteris d'avaluació	
Actors responsables	
- Coordinació de l'AODL - Entitats especialitzades en temes de comunicació	
Destinatàries	
- Professionals del sector turístic - Turistes i visitants	
Pressupost aproximat	
10.000 €	
Fonts de finançament	
- Consell Comarcal de la Cerdanya - Departament d'Empresa i Coneixement	
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	
- AODL - Entitat especialitzada en comunicació	
Indicadors de seguiment	
1 Campanya Comunicativa (* estreta relació amb els programes 1.1.2. i 4.1.1) - Establir criteris d'avaluació en adequació amb la definició sortint de la «Marca Cerdanya»	

**OBJECTIU
ESPECÍFIC 4.3.**
Co-crear un pla de comunicació transformadora
PROGRAMA 4.3.1
PLA DE COMUNICACIÓ TRANSFORMADORA
Descripció d'activitats

1. **Identificació de segments de mercat:** Identificar els diferents segments de mercat per comunicar de manera concreta amb cada un d'ells.
2. **Nous mercats:** Treballar amb ens de comunicació dels territoris veïns per atraure públics nacionals i internacionals (França, Lleida, Andorra...).
3. **Comunicació de contingut:** Formar-se i integrar elements pedagògics de «comunicació de contingut» a les activitats comunicatives de turisme, per tal de generar canvis a la societat i als governs envers al turisme sostenible i conscient.
4. **Comunicació interna:** Crear una xarxa de comunicació interna per facilitar el treball col·laboratiu entre diferents comunicadores turístiques.

Resultats

- Estudi d'identificació de nous mercats potencials pel sector turístic de la Cerdanya.
- Campanya de comunicació transformadora (* en relació amb programa 2.3.1)
- Integració i utilització d'elements pedagògics de «comunicació transformadora»
- Creació de nous espais i canals de comunicació per les comunicadores del sector turístic de la comarca.

Actors responsables

- AODL
- Comunicadores del sector turístic
- Empresa de màrqueting
- Entitats de formació especialitzades

Destinatàries

- Comunicadores del sector turístic

Pressupost aproximat

8.000 €

Fonts de finançament

- Consell Comarcal Cerdanya
- Departament Empresa i Coneixement

Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris

- AODL
- Persones que treballen en comunicació pel sector turístic de la Cerdanya
- Entitat especialitzada en temes de comunicació

Indicadors de seguiment

- 1 Estudi d'identificació de nous mercats
- 1 Campanya de comunicació transformadora (* en relació amb programa 2.3.1)
- Integració i utilització d'elements pedagògics de «comunicació transformadora»
- Creació d'un espai de coordinació per les comunicadores del sector turístic de la comarca.

**OBJECTIU
ESPECÍFIC 4.3.****Co-crear un pla de comunicació transformadora****PROGRAMA 4.3.2****CIÈNCIA CIUTADANA****Descripció d'activitats**

1. **Tecnologies cíviques:** Explorar i introduir sistemes participatius de garantia com per exemple l'ús de tecnologies cíviques.
2. **Implicació de la societat civil:** Implicar la societat civil en la generació de coneixements o dades a través de la Ciència Ciutadana (plataformes i aplicacions on el poble i les persones que visiten entren i actualitzen informació i dades que estan a disposició de les usuàries)

Resultats

- Implantació de sistemes participatius basats en les tecnologies cíviques.
- La societat civil participa activament a través dels sistemes participatius utilitzant tecnologies cíviques.

Actors responsables

- Especialistes en la utilització de tecnologies cíviques
- Supervisió i coordinació per part de l'AODL

Destinatàries

- Sector turístic de la Cerdanya (visitants, usuaris dels serveis turístics, empresaris del sector...)

Pressupost aproximat

5.000 €

Fonts de finançament

- Consell Comarcal Cerdanya
- Departament Empresa i Coneixement

Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris

- AODL
- Entitat especialitzada en la implementació de tecnologies cíviques

Indicadors de seguiment

- Utilització de sistemes participatius basats en les tecnologies cíviques.
- Participació activa a través dels sistemes participatius utilitzant tecnologies cíviques.

4.12 Cronograma de la Línia Estratègica 4

LÍNIA ESTRATÈGICA 4	OBJECTIUS ESPECÍFICS	PROGRAMES	2020	2021	2022	2023
Potenciar la comunicació i promoció del pla d'acció.	4.1. Promoure la nostra proposta sostenible, de qualitat i singular amb una estratègia comunicativa arrelada al territori i a la identitat cerdana	4.1.1. Co-creació del relat de la identitat cerdana				
	4.2. Crear una marca pròpia i referent en turisme sostenible, que vetlli per la qualitat de vida i la salut dels habitants	4.2.1. Marca pròpia i referent en el turisme sostenible				
	4.3. Co-crear un pla de comunicació transformador	4.3.1. Pla de Comunicació Transformadora				
		4.3.2. Ciència Ciutadana				

4.13 Fitxes de Programes i Activitats per la Línia Estratègica 5

LÍNIA ESTRATÈGICA 5: Co-crear i gestionar un model de governança participativa	OBJECTIU ESPECÍFIC 5.1	Augmentar la participació i la diversitat de la representació dins de Turisme Cerdanya.
	PROGRAMA 5.1.1	GOVERNANÇA DE TURISME CERDANYA
	Descripció d'activitats	
	Espai de governança: Fomentar un espai de governança per prendre decisions de manera interrelacionada entre Turisme Cerdanya i els diversos sectors relacionats a l'àmbit de turisme Ampliació de la representativitat: - Assegurar la representació de tots els sectors rellevants (públic, polític, privat, societat civil, territori) en l'òrgan de governança - Incorporar un mecanisme de rotació per garantir una major representació, però amb un compromís mínim de 18 mesos per assegurar que l'òrgan de governança pugui prendre decisions informades Facilitació externa: Explorar la possibilitat de que aquest espai sigui facilitat per una entitat/persona neutral Avaluació i seguiment: Buscar maneres per augmentar la capacitat de l'espai de governança a ser dinàmic, flexible i funcional davant la implementació del PAS-Turisme, i que integra activitats ordinàries d'avaluacions anuals i el seguiment continu com a mecanismes per fer rendició de comptes Presa de decisions: Definir el sistema de presa de decisions perquè l'espai de governança de Turisme Cerdanya sigui un espai divers, equitatiu, i participatiu Participació i governança: Formar persones tècniques i polítics de l'àmbit del turisme en participació i governança per poder augmentar les capacitats internes dins de Turisme Cerdanya	
	Resultats	
	- Treball intersectorial amb una direcció comuna - Definició de la representativitat de l'espai de governança - Formació de persones tècniques i polítiques en governança i participació - Sistema d'avaluació establert - Seguiment proactiu de la implementació del PAS-Turisme	
	Actors responsables	
	- Turisme Cerdanya - AODL - Persones que formen part de l'òrgan de governança	
	Destinatàries	
	- Persones tècniques de l'administració pública que estan implicades en el turisme - Sector privat implicat en l'àmbit del turisme - Societat civil implicada o impactada per activitats turístiques	
	Pressupost aproximat	
	5.000 € el primer any per iniciar nou model 1.000 € els anys següents per a l'autogestió de l'espai de governança	
	Fonts de finançament	
	- SOC - Consell Comarcal Cerdanya - Diputació de Girona (participació) - Diputació de Lleida (participació)	

Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris

- AODL
- Persones de suport de Turisme Cerdanya
- Entitat externa per donar suport en la creació, facilitació i formació de l'òrgan de governança durant el primer any

Indicadors de seguiment

- Accions de treball intersectorial per encaminar la comarca cap a la realització del propòsit del PAS-Turisme
- 1 document que reglamenta l'espai de governança
- 1 formació de persones tècniques i polítiques en governança i participació
- 1 sistema d'avaluació establert

**OBJECTIU
ESPECÍFIC 5.2****Coordinar els diferents actors turístics de la comarca i territoris veïns****PROGRAMA 5.2.1****COORDINACIÓ I GESTIÓ PARTICIPATIVA****Descripció d'activitats**

1. **Canals de comunicació:** Buscar nous canals de comunicació que puguin arribar a públics que normalment no s'arriba, per engrescar-los en la gestió participativa de les estratègies del sector turístic
2. **Coordinació i gestió participativa:** Realitzar activitats de coordinació entre els diferents actors turístics de la comarca i territoris veïns, en persona i de manera digital, segons temàtiques d'interès
3. **Transparència:** Assolir la màxima transparència possible en la coordinació d'activitats turístiques a la comarca
4. **Rols dels agents:** Reflexionar, definir i acordar el rol de cadascun dels agents implicats a la coordinació i gestió d'activitats turístiques

Resultats

- Incorporació de nous canals de comunicació
- Creació d'espais de coordinació i gestió participativa entre actors comarcals i amb els territoris veïns segons temàtiques d'interès
- Definició dels rols dels agents implicats

Actors responsables

- AODL
- Persones de suport de Turisme Cerdanya
- Actors implicats directament i indirectament amb la realització d'activitats turístiques

Destinatàries

- Actors implicats directament i indirectament amb la realització d'activitats turístiques, del sector públic, sector privat, sector associatiu, sector de gestió del patrimoni natural i cultural

Pressupost aproximat

2.000 €

Fonts de finançament

- SOC
- Consell Comarcal Cerdanya
- Diputació de Girona (participació)
- Diputació de Lleida (participació)

Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris

- AODL
- Persones de suport de Turisme Cerdanya
- Entitat externa per donar suport en la creació, facilitació i formació de l'òrgan de governança durant el primer any

Indicadors de seguiment

- 1 nou canal de comunicació per la participació
- Document que recopila els espais temàtics de coordinació i gestió participativa, amb una definició dels rols dels agents implicats

OBJECTIU ESPECÍFIC 5.3	Facilitar espais anuals i participatius per a la revisió del pla d'acció i la co-creació de noves iniciatives
PROGRAMA 5.3.1	ESPAIS DE PARTICIPACIÓ
Descripció d'activitats	
Espais de reflexió: Facilitar espais de reflexió conjunta entre sector públic i privat del territori, per tal de tirar endavant els projectes estratègics de desenvolupament econòmic i ocupacional identificats. Reforçament d'espais existents: Aprofitar i fomentar els espais estratègics que ja existeixen. Representativitat equitativa: Assegurar la representació de tots els sectors en els espais de reflexió (públic, privat, gent gran, joves, altres diversitats, ...). Perennitat de la participació: Garantir la continuïtat d'espais participatius. Jornada internacional: Organitzar una jornada internacional on debatre entre tots els actors implicats les noves tendències del turisme sostenible.	
Resultats	
- Creació d'espais de reflexió conjunta. - Reforçament dels espais que ja existeixen. - Representació equitativa dels diferents sectors implicats. - Una estratègia de participació per enfortir la implementació del PAS-Turisme - Establir data per a la «Jornada internacional de turisme sostenible»	
Actors responsables	
- AODL - Persones de suport de Turisme Cerdanya - Actors implicats directament i indirectament amb la realització d'activitats turístiques	
Destinatàries	
Actors implicats directament i indirectament amb la realització d'activitats turístiques, del sector públic, sector privat, sector associatiu, sector de gestió del patrimoni natural i cultural	
Pressupost aproximat	
2.000 €	
Fonts de finançament	
- SOC - Consell Comarcal Cerdanya - Diputació de Girona (participació) - Diputació de Lleida (participació)	
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	
- AODL - Persones de suport de Turisme Cerdanya - Entitat externa per donar suport en la creació, facilitació i formació de l'òrgan de governança durant el primer any	
Indicadors de seguiment	
5 espais anuals de reflexió conjunta. - Reforçament dels espais que ja existeixen. - Representació equitativa dels diferents sectors implicats. 1 estratègia de participació per enfortir la implementació del PAS-Turisme 1 Jornada internacional de turisme sostenible	

4.14 Cronograma de la Línia Estratègica 5

LÍNIA ESTRATÈGICA 5	OBJECTIUS ESPECÍFICS	PROGRAMES	2020	2021	2022	2023
Co-crear i gestionar un model de governança participativa	5.1. Augmentar la participació i la diversitat de la representació dins de Turisme Cerdanya	5.1.1. Governança de Turisme Cerdanya				
	5.2. Coordinar els diferents actors turístics de la comarca i territoris veïns	5.2.1. Espais i Plataformes de Coordinació Informal				
	5.3. Facilitar espais anuals i participatius per a la revisió del pla d'acció i la co-creació de noves iniciatives	5.3.1. Espais de reflexió conjunta entre el sector públic, sector privat, societat civil, i territori				

5 Seguiment, Avaluació i Aprenentatge

5.1 Justificació

Un procés participatiu per a co-crear plans estratègics augmenta per defecte l'emancipació de la ciutadania. Al finalitzar el procés, es pot percebre fàcilment com la democràcia ha augmentat qualitativament. Les persones que participen dels processos participatius estan encuriosides i sostenen un sentiment de pertinença al respecte de la implementació dels resultats.

En el cas del PAS-Turisme, aquesta situació representa una gran oportunitat a l'hora de mantenir la participació i interès de la ciutadania durant els quatre anys d'implementació del pla. Hi ha diverses maneres en què la població podrà estar involucrada, des d'espais de reflexió a espais de governança, i des de les fases de disseny i implementació a la fase de seguiment, avaluació i aprenentatge.

La fase de seguiment, avaluació i aprenentatge (SAA) del PAS-Turisme parteix del model participatiu, on es prioritzarà la representativitat del màxim nombre d'agents diverses, des de membres de la societat civil, persones que custodien el territori, empresàries del sector privat, i persones tècniques del sector públic. La fase de SAA valora el seguiment i avaluació com a processos imprescindibles de l'aprenentatge col·lectiu i integra mecanismes de reflexió-diàleg-acció per ajustar la pràctica de la implementació segons els resultats de les activitats de seguiment i avaluació.

5.2 Activitats de Seguiment i Avaluació

Les activitats, els actors i els espais proposats per donar seguiment a la implementació del PAS-Turisme inclouen:

ÒRGAN DE SEGUIMENT I AVALUACIÓ	DESCRIPCIÓ I PERIODICITAT
Comissió de Seguiment i Avaluació del PAS-Turisme	La CSA serà l'òrgan principal de governança per a la implementació del PAS-Turisme. Estarà formada per representants d'ens públics, del sector privat, la societat civil i de persones responsables de la custòdia del territori, de manera equitativa. Comptarà amb diversos rols clars dins de la comissió, com és la facilitació, la gestió de la informació interna, i la comunicació externa. La CSA tindrà la responsabilitat de fer seguiment estratègic durant el desplegament de cada línia estratègica del pla. Al tancament de cada any, les integrants avaluaran el progrés dels indicadors i els resultats finals per comprovar el grau d'assoliment dels objectius específics i línies estratègiques del pla. Durant les reunions, les membres de la CSA aportaran informacions i perspectives dels seus sectors respectius, per poder fer seguiment a les activitats del PAS-Turisme. També, es responsabilitzaran de les veus minoritàries no representades, i els hi donaran cabuda de manera proporcional i inclusiva. Per últim, s'encarregaran de fer seguiment de la comunicació amb el públic, incloent-hi persones cerdanes i persones visitants.
Grup de Coordinació Tècnica	En el cas que hi hagi activitats externalitzades a entitats o empreses, un grup de coordinació tècnica, compost per persones tècniques de Turisme Cerdanya i persones tècniques de les entitats i/o empreses farà seguiment i auto-avaluació a les activitats emprades per part seva.
Turisme Cerdanya	L'Àrea de Turisme del Consell Comarcal de la Cerdanya estarà encarregada de supervisar les activitats realitzades dins del PAS-Turisme per part de l'administració pública. També donarà suport a les iniciatives privades i ciutadanes que emergeixen del pla.
AODL del PAS-Turisme	La possible posició de l'Agent d'Ocupació i Desenvolupament Local estarà encarregada de coordinar la implementació de les activitats realitzades dins del PAS-Turisme, sota la supervisió de Turisme Cerdanya i la CSA. Tindrà la responsabilitat de desplegar les activitats prioritzades, i acompanyar i estimular el treball en xarxa entre els actors locals. Alhora que derivar les iniciatives subratllades als agents que poden portar-les a terme i identificant els recursos necessaris per desplegar-les.

6 Conclusions

Com comentàvem a la introducció, en aquest context VUCA és important poder assumir el canvi com una variable en tots els projectes i processos que es duen a terme. Si realment volem complir amb l'agenda 2030 de Nacions Unides és important recórrer a actituds més adaptatives, que ens permetin gestionar processos de canvi més accelerats.

Les prop de dues-centes persones que han participat en aquest pla, a través de la línia estratègica número 5, han expressat la motivació de seguir participant de forma activa en els òrgans de decisió, en estructures innovadores de governança descentralitzada. Aquestes estructures augmentaran la percepció de l'estat del turisme a la Cerdanya, incrementant la diversitat d'opinions, i els actors implicats. Una estructura de governança com aquesta pot permetre augmentar la coordinació territorial per desenvolupar les línies estratègiques i complir amb els objectius específics.

Els models descentralitzats augmenten el sentiment de pertinença dels participants, i això pot generar un canvi exponencial que acceleri el procés.

Les línies estratègiques 1, 2 i 3 permetran revertir l'impacte negatiu del turisme al territori i a la societat, entrant en un cicle virtuós, on cada vegada que es millori la qualitat de vida de les persones cerdanes, més gent vulgui participar del canvi.

Per últim, el desenvolupament de línia estratègica número 4 en relació amb la línia estratègica número 1, generarà un missatge clar que implicarà al turisme amb aquest nou propòsit del Turisme Cerdanya, convidant-los a col·laborar en aquest cicle virtuós.

Veiem que els recursos i les capacitats per generar aquest canvi estan presents a la Cerdanya. Això no implica que el procés d'obertura esdevingui un camí de roses, però amb l'actitud adequada, pot estar ple d'aprenentatges i resultar ser molt gratificant. És important mantenir alta l'energia del procés, per poder augmentar la creativitat i les capacitats adaptatives. Aquest ha estat un procés il·lusionador i esperançador, i tan sols són les primeres passes.

Annex 1: Resum del PAS-Turisme

PROPÒSIT	
El sector turístic, juntament amb els actors de la comarca (sector públic, sector privat i societat civil), treballa pel desenvolupament sostenible de la Cerdanya, custodiant el patrimoni cultural, natural i humà, tot reforçant la identitat del territori del poble cerdà.	
LÍNIA ESTRATÈGICA 1	Construir un model de turisme sostenible i conscient que esdevingui un referent
Objectiu Específic 1.1	Sensibilitzar als professional i a la població envers al turisme sostenible i conscient
Objectiu Específic 1.2	Promoure la certificació sostenible del territori
Objectiu Específic 1.3	Encaminar el sector turístic cap a un sistema de mobilitat sostenible i accessible
Objectiu Específic 1.4	Fomentar l'economia regenerativa a partir dels recursos locals
LÍNIA ESTRATÈGICA 2	Desestacionalitzar i diversificar l'oferta turística de la comarca
Objectiu Específic 2.1	Crear productes i serveis turístics fora de temporada, potenciant les infraestructures existents arreu del territori cerdà
Objectiu Específic 2.2	Fer <i>lobby</i> amb les comarques veïnes per incidir i fer evolucionar el calendari i la legislació nacional turística
Objectiu Específic 2.3	Captar nous mercats, sempre en equilibri amb les necessitats de la comarca
LÍNIA ESTRATÈGICA 3	Regular l'impacte eco-social de les activitats turístiques
Objectiu Específic 3.1	Gestionar el turisme perquè el seu impacte millori la conservació, restauració i regeneració dels espais naturals, agrícoles, culturals i patrimonials
Objectiu Específic 3.2	Limitar i regular els habitatges d'ús turístic i de segona residència
Objectiu Específic 3.3	Crear un Observatori de Turisme Sostenible
LÍNIA ESTRATÈGICA 4	Potenciar la comunicació i promoció del pla d'acció
Objectiu Específic 4.1	Promoure la nostra proposta sostenible, de qualitat i singular amb una estratègia comunicativa arrelada al territori i a la identitat cerdana
Objectiu Específic 4.2	Crear una marca pròpia i referent en turisme sostenible, que vetlli per la qualitat de vida i la salut dels habitants
Objectiu Específic 4.3	Co-crear un pla de comunicació transformador
LÍNIA ESTRATÈGICA 5	Co-crear i gestionar un model de governança participativa
Objectiu Específic 5.1	Augmentar la participació i la diversitat de la representació dins de Turisme Cerdanya
Objectiu Específic 5.2	Coordinar els diferents actors turístics de la comarca i territoris veïns
Objectiu Específic 5.3	Facilitar espais anuals i participatius per a la revisió del pla d'acció i la co-creació de noves iniciatives

Annex 2: Actes de les Reunions de la Comissió de Seguiment i Avaluació

Acta

Projecte:	A37-CERDA-1809
Grup/Tema:	Primera reunió de la Comissió de Seguiment i Avaluació
Hora i Data:	18:00 –20:00, 28 de febrer 2019
Lloc:	Sala de Plens del Consell Comarcal de la Cerdanya (Pl. del Rec, 5, 17520 Puigcerdà)
Participants:	Roser Bombardó, Montse Dolcet, David Isern, Marta Viver, Núria Vidal, Francesc Armengol, Eva Campí, Joan Barnola i Bonada, Maria Faura, Montse López, Tania, Èrika Zárate, Òscar Gussinyer i Carla Güell
Absents:	Carol Nabau i Enric Quilez

18:00 Benvinguda i presentacions

Explicació:

- Es dóna la benvinguda a tothom i s'obra una ronda de presentacions breus entre les persones integrants de la **Comissió de Seguiment i Avaluació (CSA)**:
 - **Roser Bombardó** com a tinent d'alcalde de Martinet i com a persona amb gran trajectòria agrícola
 - **Montse Dolcet**, com a regidora de turisme de Puigcerdà i membre del col·lectiu de Cuina Pirinenca i associació agroalimentària
 - **David Isern**, com a impulsor d'EcoResort
 - **Marta Viver**, com a representant de la Molina
 - **Núria Vidal**, com a presidenta de l'associació d'Hotels i Allotjaments Turístics de la Cerdanya i del Clúster El Sol de Cerdanya.
 - **Francesc Armengol**, president de l'Associació d'Empresaris de la Cerdanya
 - **Eva Campí**, co-fundadora de PINERGIA i gerent de l'estació d'esquí nòrdic d'Aransa
 - **Joan Barnola**, president del Club Poliesportiu de PuigcerdàS'absenten la Carol Nabau, AODL Agroalimentària i l'Enric Quilez, president del Grup de Recerca de la Cerdanya.
- L'equip de l'**Oficina de Turisme de la Cerdanya**:
 - Maria Faura, coordinadora del Patronat de Turisme
 - Carles de Moxó, tècnic del Patronat de Turisme
 - Montse López, tècnica del Patronat de Turisme
- I l'equip tècnic de la cooperativa **Resilience.Earth**:
 - Òscar Gussinyer, dissenyador eco-social
 - Èrika Zárate, avaluadora i planificadora estratègica
 - Carla Güell, dinamitzadora comunitària
 - Laura Comas, dinamitzadora comunitària
 - Marc Planagumà, fotògraf i audiovisuals
 - Alba Danés, comunicadora per a la transformació social i ecològica

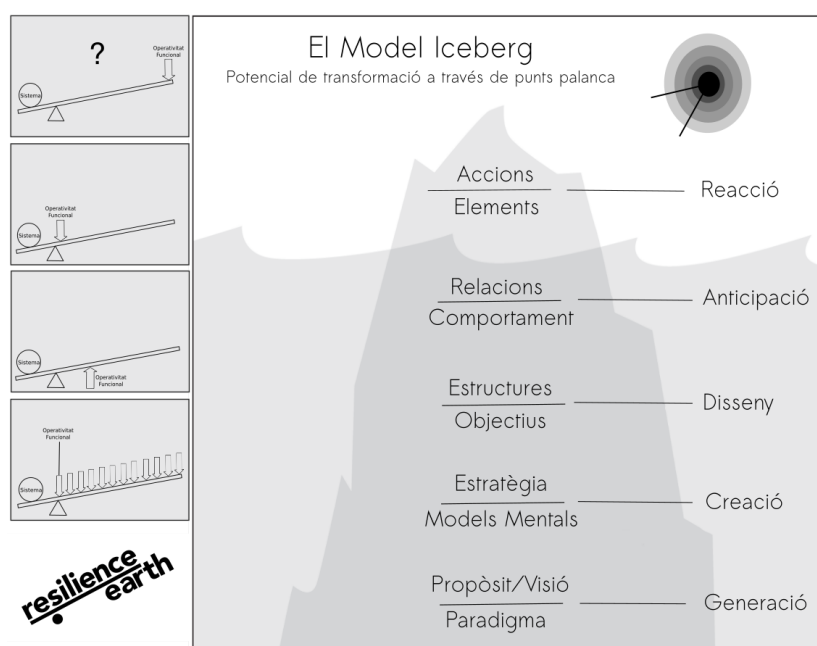
18:05 Socialització del procés participatiu

Explicació:

- S'inicia la presentació aportant una reflexió del turisme, des d'on l'entendem? Doncs, es proposa entendre el turisme, com a quelcom que ens permet compartir la nostra cultura amb les demés, establint així un diàleg entre els diversos agents.
- Es presenta amb projector l'objectiu principal del procés participatiu de co-creació del nou Pla Estratègic de Turisme Sostenible de la Cerdanya, el qual té l'objectiu principal de:

Realitzar un pla estratègic participatiu de la comarca respecte al turisme, com a potencial sector clau en un desenvolupament sostenible de la comarca.

- A continuació es presenten els objectius específics, les fases i el cronograma del procés participatiu¹.
- L'Erika socialitza el marc de l'Iceberg i dels Punts Palanca, entenent que són els punts que pensant d'una manera estratègica, destinant-li un mínim d'energia, es poden aconseguir transformacions o canvis més grans en el sector turístic i en l'estratègia comarcal.
- Es proposa que a la propera trobada, un dels punts a treballar com a Comissió de Seguiment i Avaluació serà identificar com treballar amb les informacions extretes de la diagnosi participativa, l'estratègia de creació del Pla Estratègic de Turisme Sostenible.



Gràfic 01: L'iceberg de la transformació

18:20 Objectiu, funcions i principis de la CSA

Explicació:

- Es socialitza l'objectiu principal de la CSA que és "vetllar pel bon procés participatiu (qualitat democràtica i transparència) i assegurar que el Pla Estratègic de Turisme Sostenible sigui representatiu del sector.

¹ Vegeu més informació al document enviat per correu "Procés Participatiu per a la creació del Pla Estratègic del patronat comarcal de turisme de la Cerdanya, 2019-2024".

- A continuació, es fa una pluja d'idees de les **funcions concretes** que com a membres de la CSA es creu que cal realitzar i també, sobre els **principis claus** que acompanyen el procés. Es presenten a continuació:

Taula 01: Els PRINCIPIS de la Comissió de Seguiment i Avaluació (CSA)	
1. Honestetat, igualtat, respecte, confiança dins la CSA	2. Implicació i corresponsabilitat durant el procés
• Confiança • Igualtat • Honestetat (x2) • Sinceritat • Respecte	• Implicació (x2) • Assistència • Responsabilitat
3. Traspassar límits i innovar	4. Transversalitat, col·laboració i bé comú
• Crítics conscients • Innovació • Valents	• Bé Comú • Col·laboració • Transversalitat (x2)
5. Comunicació i transparència	6. Dinamització i organització
• Comunicar (x2) • Transparència	• Dinamitzar • Organitzar
7. Mirada global i atenció plena	8. Altres
• Atenció Plena • Mirada Global	• Sostenibilitat - dogma

Taula 02: Les FUNCIONS de la Comissió de Seguiment i Avaluació (CSA)	
1. Expressar lliurement	2. Identificar actors claus
• Aportar idees • Donar l'opinió lliurement	• Ajuda en la identificació de nous actors • Buscar nous actors clau
3. Innovar i crear	4. Dinamitzar i potenciar la xarxa
• Ser atrevits en els escenaris • "Open our minds"	• Dinamitzar • Ser proactius en les dinàmiques • Treball en xarxa, nosaltres som nodes
5. Avaluació i seguiment del procés participatiu	6. Facilitar la bona comunicació i recollir informacions i opinions
• Valorar i prioritzar idees • Crítica positiva del que s'ha fet fins ara (x2) • Validació de les jornades participatives • Revisió de les aportacions de la CSA (x2) • Assistència màxima a reunions • Revisió del procés participatiu • Complir el cronograma	• Facilitar eines per a la bona comunicació del procés participatiu • Compartir el que es va parlant amb amistats, veïns,... per saber la seva opinió
7. Vetllar per a la diversitat dins el procés	8. Tenir una visió de Futur
• Vetllar per la inclusió dels diferents punts de vista	• Pensar en la generació futura dels joves

- Es revisaran i validaran els 7 principis i les 8 funcions a la propera reunió de CSA.

18:45 Diagnosi participativa del turisme a la Cerdanya

Explicació:

- Arran de la demanda de l'equip de comunicació que acompanya el procés participatiu, d'identificar reptes i fortaleces del territori, es convida a les participants a construir el "relat de temps". En ella, els i les participants identifiquen l'origen, la identitat, les fortaleces, els reptes i la visió del sector del turisme de la Cerdanya.
- És així com es llancen 4 preguntes a les persones de la CSA, les quals es poden observar a continuació i també, les seves respostes.

Taula 03: El RELAT DEL TEMPS de la Cerdanya

[PROPÒSIT] Passat: "Quines són les arrels del patrimoni cultural i natural de la Cerdanya?"

Una terra de pagesia i agricultura, un sòl molt divers i roc. Una terra de pas i d'acollida, caracteritzada per una vall oberta i un caràcter singular al mig de grans muntanyes i amb una bona orientació vers el sol. Una vall caracteritzada per la seva capacitat innovadora, sostenible, de natura sana i cultura diversa. Essent un espai que ha conservat la salut natural, les tradicions i la ruralitat.

En destacaria la diversitat, la singularitat i la pertinença al territori.

Agricultura i Ramaderia	Tradició i Cultura
• La terra, la pagesia, els animals • La nostra plana és el Rosselló (ovelles) • Remaderia sostenible • Cultiu de cereal molt important • Manté la ruralitat	• Fires de la Cerdanya (p.e. la del Cavall) • Bona salut culturalment • Molt rica interculturalment • Intercanvis culturals • Identitat molt forta • Es perd el "parlar de la Cerdanya"
Natura i geografia	Innovació i emprenedoria
• Una galcera • Una plana en mig de muntanya, una vall oberta i amb un caràcter molt singular • Orientada a l'est i a l'oest • Un lloc de frontera • Gran diversitat geològica i de sòls, amb mines de carbó • Gran diversitat floral • "La Closa" prats envoltats totalment de vegetació • L'enclavat de Llíbia • Es guardava la llavor de pins per repoblar zones	• Una comarca innovadora (la Molina primera estació d'esquí) • El tren del principi de segle • La farmàcia més antiga • Una empresa fent medicaments amb 17 treballadores
Turisme saludable	Terra diversa
• Un destí de salut • Internalització del sector del turisme	• Terra de camins de fugida i d'acollida • "terra de pas"

[REPTES] Present: "Què s'ha deixat enrere al llarg del temps?"

Biodiversitat, tradicions, cultura, orgull rural?, diversitat econòmica

Orgull Rural	Diversitat econòmica	
- El pagès havia perdut molta autoestima, ara està augmentant. - El pagès lligat al territori, han fet molt mal les subvencions.	- La no viabilitat econòmica ha deixat enrere la diversitat productiva a l'especialització de tasques (p.e. el que fa llet, sols fa llet!), s'ha perdut resiliència econòmica. - El comerç local	
Tradicions i Cultura	Biodiversitat	Altres
- La manera de parlar - S'han perdut identitats i tradicions - La gent al carrer (infants jugant, la gent...) - La cooperació entre veïnes per a la celebració tradicional i cultural	- El "destí de salut" - La biodiversitat	Adaptació a la modernitat
Recull de comentaris vers els diversos punts de vista: - Conservem els productes propis, conservem la natura vs. siguem innovadors, fem activitats! - Mantenir conservar el paisatge i innovar dins el paisatge, amb coherència amb aquest. - El sentiment d'inferioritat vs. els de Barcelona (els poderosos) "Les dues Cerdanyes" "Volem viure millor!" i això comporta pèrdues de biodiversitat, de cultura, de tradicions...		
[FORTALESES/ OPORTUNITATS] Futur Proper: "Com podeu millorar la vostra comarca des del sector turístic?"		
La Governança	La relació i interrelació transfronterera	
Ara ja no ens governa "la gran ciutat", ara el poder i els focus de decisió els prenem nosaltres	Ampliar la relació amb regions properes, potenciar que sigui transfronterer (gastronomia, llengües cultura...) p.e. Andorra	
El potencial natural / territori	Activitat econòmica	
- El Parc Natural del Cadí - L'exotisme que significa viure a la Cerdanya	- Oferta d'activitats - Jocs olímpics ben gestionats - Economia diversa i equilibrada basada, potenciant empreses no turístiques	
Sostenibilitat i transformació ecològica	Un turisme sostenible i de qualitat	
- Eco-Silicon Valley - Empreses de joves no turístiques - Mobilitat sostenible - un tren nou per millorar la infraestructura i agilitzar el transport sostenible	- Turisme equilibrat - Agroturisme - Ecoturisme - Turisme de salut - Destastacionar el turisme de qualitat	
La Comunicació		
La comunicació dins de la nostra comarca		

[VISIÓ] Futur llunyà: "Què s'ha deixat enrere al llarg del temps?"	
Territori, innovació, identitat, sense fronteres i resiliència econòmica.	
Cultura i identitat	Natura
• Manteniment de les tradicions • Identitat pròpia • Tradició i cultura vives	• Respecte i conservació de la Natura
Un lloc referent en canvi ecològic	Canvi del model de turisme
• Un lloc referent en economia verda • Un lloc de generació de coneixement i innovació	• Menys concentrat i més extensiu • Augmentant l'ocupació de la regió
Futur econòmic digne i divers	
• Els i les nostres nétes poden crear projectes lligats amb diversos sectors a la Cerdanya • Es queden econòmicament amb dignitat	

- Aquesta diagnosi participativa serà tinguda en compte durant la fase d'entrevistes.

19:50 Properes passes i Cloenda

Explicació:

- Repassar propers passos i temes relacionats (Taules de Co-Producció Estratègica)
- Es decideix que es crearà un grup intern de whatsapp per tal de facilitar la comunicació dins la CSA
- La propera reunió serà el 21 de març de 11 a 13:00h a Ballver.

Calendari de les Taules de Co-Producció Estratègica

- Dijous, 4 d'abril de 10:00 a 13:00h. a la sala d'actes del Museu Cerdà de Puigcerdà
- Dimecres, 15 de maig de 17:00 a 20:00h. a les Escoles Velles de Bellver de Cerdanya
- Dimecres, 12 de juny de 10:00 a 13:00h. al Palau de Congressos d'Alp

Acta

Projecte:	A37-CERDT-1809
Grup/Tema:	Validació dels Pre-Resultats de les Entrevistes; Identificació dels Temes Principals per a la Primera Trobada Conjunta
Hora i Data:	11:00 –13:00, dijous 21 de març 2019
Lloc:	Ajuntament de Martinet
Participants:	David Isern, Núria Vidal, Francesc Armengol, Eva Campí, Montse Dolcet, Maria Faura, Montse López, Tània, Èrika Zárate, Òscar Gussinyer i Carla Güell
Excusades:	Carol Nabau, Joan Barnola i Bonada, Xavier Perpinyà, Marta Viver, Roser Bombardó, Enric Quilez i Carles de Moxó.

11:00 Benvinguda i revisió de l'acta anterior i ordre del dia

Informacions

- Es dona la benvinguda a tothom
- Es revisa l'acta de la reunió anterior i es fan algunes esmenes que són modificades (escriptura, ortografia i el punt que l'origen de la Cerdanya és tectònic)
- S'aprova l'ordre del dia

11:15 Comunicació del procés participatiu

Explicació:

- Es presenta la proposta de cartell que han fet en Marc i la Alba.
- La col i la patata de la imatge no són les típiques de la comarca, tot i que en són els ingredients clau. Les fotos de la imatge serien la **patata kennebec i/o red pontiac i la col d'hivern. (i es pot posar una col lila per despistar i fer més rabia; Maria Faura, però en general semblava una bona idea.**
- Es proposa obrir **més diversitat horària** de les trobades
 - Dijous 04 d'abril de 10:00 a 13:00h (cal confirmar lloc)
 - Dimecres 15 de maig de 17:00 a 20:00h (cal confirmar lloc)
 - Dimecres 12 de juny de 19:00 a 21:00h (cal confirmar lloc)
- La idea del trinxat agrada molt. Per tant, canviant les imatges i l'horari, serà el cartell definitiu.
- S'explica que també s'està elaborant un guió per a un audiovisual comunicatiu, que es circularà també amb la CSA per tal de que es doni suport en fer la difusió!

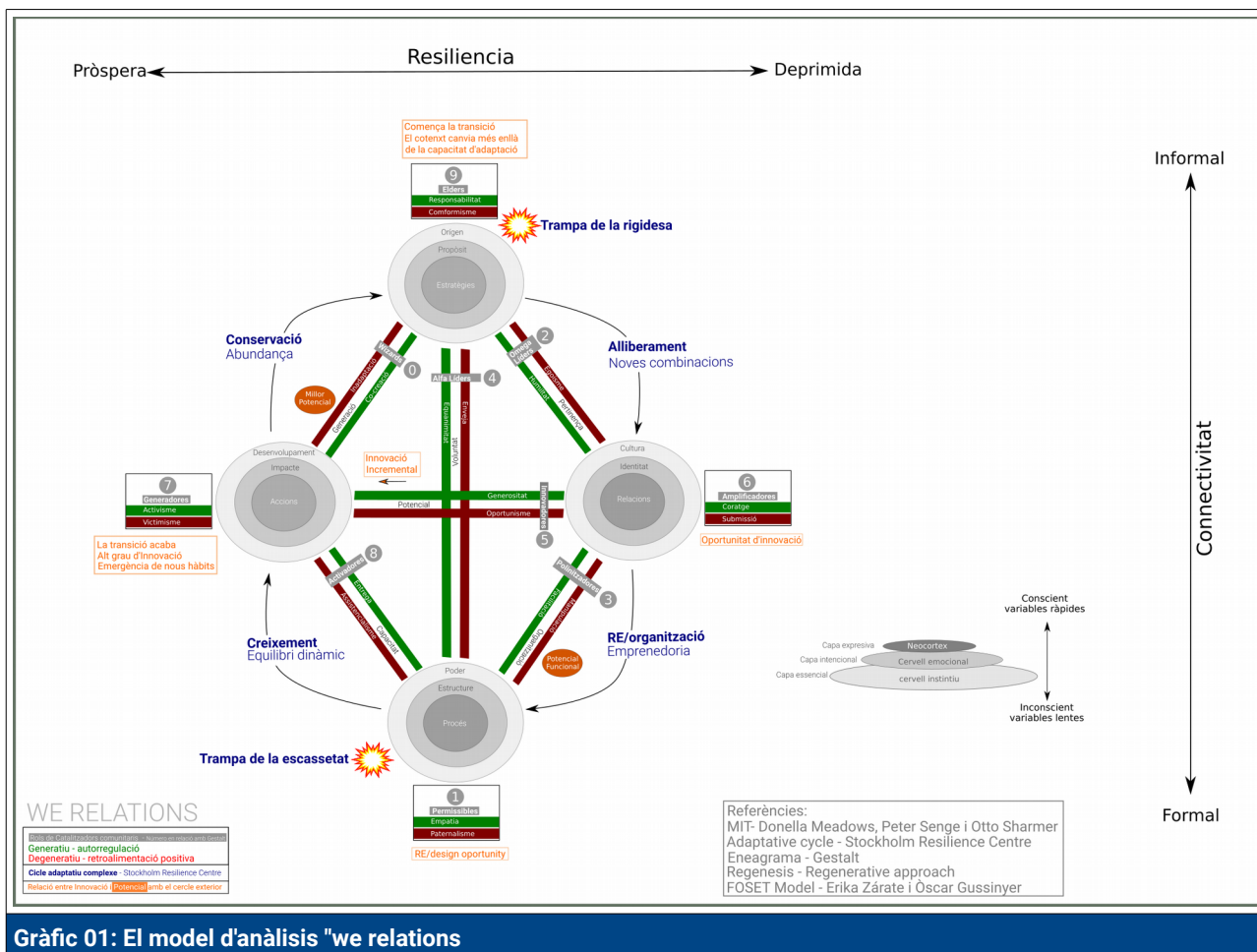
11:10 Pre-Resultats Entrevistes

Explicació:

- S'informa del procés de diagnosi participativa que la Carla i la Laura van realitzar fins ara. Pujant a la Cerdanya fins ara. S'han entrevistat a un total de 27 persones, realitzant un total de 25 entrevistes. Falten entrevistar via on-line a una persona LíderPlus i a una persona jove de la Cerdanya.
- La Carla explica que hi ha hagut molta bona acceptació de les entrevistes i la gent en general estava molt

contenta (Maria)

- Els resultats de les entrevistes donaven un clar accent a l'orgull de la vall, ens varen donar una diversitat d'opinions tot i que en general es podia llegir un patró de consens.
- Algunes de les entrevistes es varen realitzar en parelles tot i que la majoria eren individuals.
- S'explica el guió de l'entrevista i el **model d'anàlisi "we relations"**, centrat en identificar la resiliència del territori i l'equilibri entre el sector.



Gràfic 01: El model d'anàlisi "we relations"

- S'expliquen les tendències detectades (els pre-resultats de les entrevistes), per elaborar l'informe de diagnosi.
- L'Òscar destaca el gran consens en la **visió**, que s'ha llegit analitzant les entrevistes.
 - Tothom està orgullós i orgullosa de la comarca
 - Una abundància i diversitat que es vol conservar
 - Una molt bona comunicació a la comarca (tot i que també molta gent opina que la mobilitat s'hauria de tractar)
- **Sector privat, un sector fort i adaptatiu als canvis**
 - Desestacionalitzar
 - Descentralitzar
 - Sector empresarial, un sector fort
 - Bona capacitat d'adaptació i supervivència
- **Sector públic**
 - Fer més forta l'administració, obrint espais de diàleg amb la societat civil i de diàleg
 - Intervenció en regulació dels espais naturals i en limitacions (sobretot de cara en el turisme)
 - Un clam a cuidar a la gent amb ganes de mantenir i tirar endavant amb la pagesia, el producte local, etc.

- **Societat civil (pagesia, gent jove amb ganes d'innovar)**
 - i. Ei, que no em veieu! No em sento que m'escoltin (ni sector públic ni privat!)
 - ii. La força de la innovació té un impacte amb l'entorn i el medi i que per tant, retorna a l'origen, la comarca.
 - iii. Sentim que no ens valora i això, no ens agrada
- L'Èrika explica que el potencial no és bo ni dolent sinó com s'utilitza, i com girar-ho per tal que entre totes siguéssim guardianes de la Vall.
- En David exposa que veu molt llunyana en general la connexió amb l'administració.
- Hi ha un punt entorn a les preguntes de "la coordinació i la presa de decisió a la Cerdanya". L'Òscar exposa la importància de l'empoderament dels diversos sectors per no caure en tendències de victimisme.
- Hi ha un acord en la presentació dels pre-resultats de l'anàlisi que ha presentat l'Òscar.

12:00 Co-creació de la trobada comunitària

Explicació:

- Es proposa jugar amb el model d'anàlisi per identificar tendències principals que ens ajudaran a preparar la primera jornada del 04 d'abril. Fer aquest exercici ens ajudarà a identificar possibles línies estratègiques per a la jornada. Així doncs, es demana a les persones que es situin a l'espai, en el punt que més s'identifiquin del model "we relations" explicat anteriorment.



Gràfic 01: El model d'anàlisi "we relations"

- Generant un diàleg en l'espai s'identifiquen algunes **tendències**:
 - S.Pub: Tenim clara la direcció però no és fàcil. Portem uns quants anys intentant **desestacionalitzar, descentralitzar i diversificar**.

- S. Pub: Els pressupostos ens limiten.
- S. Pub: La cultura i l'educació seria un punt clau per a la transformació (**comunicació per la transformació**) i pol·linització.
- S.Pub.: També **formació i informació** per tothom (producte d'aquí, de la terra, patrimoni cerdà) de la SC al SPri i SPub.
- S. Pri: Cal buscar alternatives, com les Olimpíades.
- SC: Cal esponjar perquè no segueixin apareixent les punxes de masses.
- **SC: Accions de conscienciació!** (p.e. monedes d'en David)
- S. Priv: Estem en moments molt intensos, apostem i volem equilibri: volem també la desestacionalització i la desestacionalització del turisme.
- S. Pub: No tothom vol canviar.
- SC: Estem cansades, volem tenir vida també als caps de setmana.
- S. Priv: està disposat a col·laborar més amb l'administració pública perquè això pugui passar.
- S. Pub: sempre som les mateixes.
- S. Priv i SC: **accions de conscienciació! transformar i donar valor al cuidar la natura, iniciatives innovadores.**
- S. Pub: **promoció d'activitats culturals, tradicionals, fires, concerts... Per turistes i gent local**
- **Empoderament de la societat civil**
- El repte d'accés a l'habitatge, a la terra, etc.
- Enriquiment del turisme
- Contradicció amor - odi cap al turisme
- Consciència que el turisme aporta riquesa (econòmica i laboral)
- **Canvi del model de mobilitat i transport públic**
- **Un rol que generi interrelacions i interdependències entre sectors i visions "el rol d'entremig"**
- **Administració una relació i iniciativa co-liderada i amb corresponsabilitat.**
- **Enxarxament entre sectors.**

Les tendències identificades són:

1. **Desestacionalitzar, descentralitzar i diversificar**
 2. **Aposta per a la comunicació per a la transformació (educació i cultura)**
 3. **Formació i informació de la societat civil al món**
 4. **Accions de conscienciació per transformar i donar valor a la natura a la cultura. Iniciatives innovadores.**
 5. **Promoció d'activitats culturals, tradicionals, fires, concerts. Per turistes i gent local**
 6. **Empoderament de la societat civil**
 7. **Canvi de model de mobilitat**
 8. **Un rol que generi interrelacions i interdependències entre sectors, enxarxament**
 9. **Administració: relació i iniciativa co-liderada i amb corresponsabilitat.**
- John Paul Lederach: Llevat crític (les persones que sempre estan a tot arreu, capaces de mobilitzar gent), Massa crítica (la gent mobilitzada pel llevat crític). Sí això passa, el canvi pot ser enorme!
 - Es fa la proposta que el cartell interpel·li més directament a la societat civil a participar de la proposta.

12:55 Identificació de propers passos i propera reunió

La propera reunió tindrà lloc:

Data i hora: La propera trobada es convocarà al maig i s'enviarà un **doodle per decidir la hora i el lloc**

Acta

Projecte:	A37-CERDT-1809
Grup/Tema:	Revisió dels Resultats de la Primera Jornada; Concreció del Propòsit i els Eixos Estratègics emergents
Hora i Data:	17:00 –19:00, dijous 25 d'abril 2019
Lloc:	Consell Comarcal, Puigcerdà
Participants:	Montse Dolcet, David Isern, Núria Vidal, Francesc Armengol, Càrol Nabau, Marta Viver, Maria Faura, Montse López, Carles de Moxó, Tania Vilana
Excusades:	Eva Campí, Roser Bombardó, Joan Barnola i Bonada
Facilitadores:	Òscar Gussinyer i Erika Zárate

17:00 Benvinguda i revisió de l'acta anterior i l'OdD

Diàleg:

- Aprovació de l'acta de la reunió anterior
- Aprovació l'ordre del dia d'avui

17:10 Reflexió de la 1^a jornada participativa

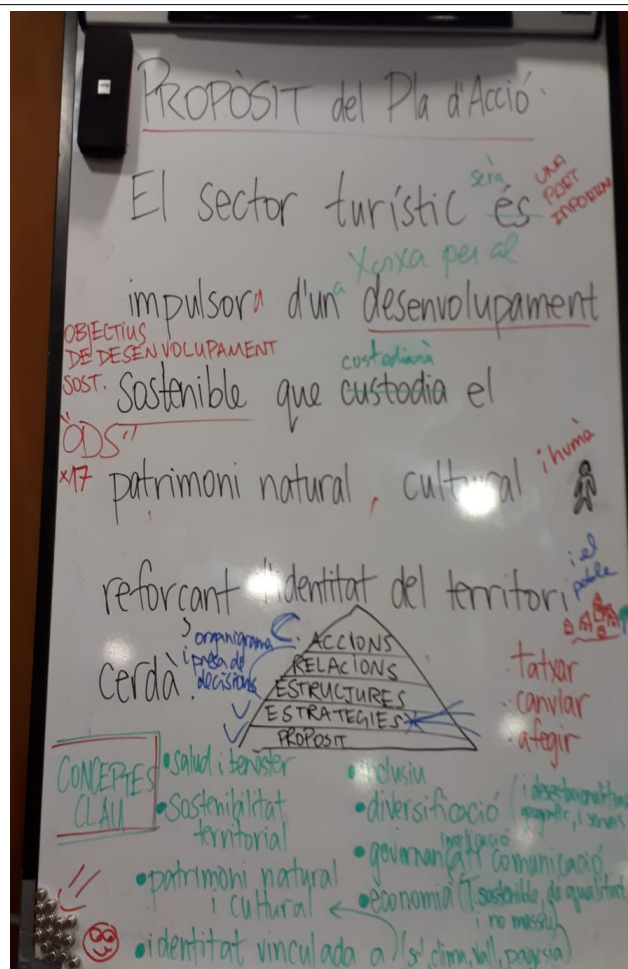
Reflexions:

- En general, tothom valora altament tant el procés com els resultats de la primera jornada.
- Coses per millorar per a la 2^a Jornada: que els torns de paraula no siguin tant llargs (cal tallar la gent que xerra massa), i no dividir els grups per sector (societat civil, tècnic, privat) sino mantenir els grups barrejats.

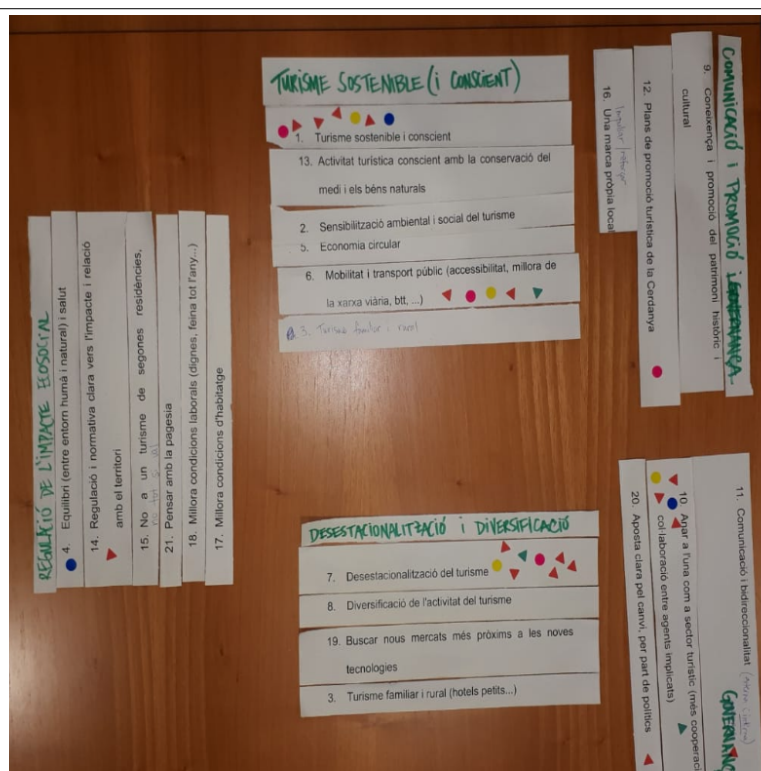
17:10 Revisió dels resultats de la 1^a jornada participativa

Diàleg:

- Es va definir el propòsit emergent del futur Pla d'Acció, a través de la dinàmica de co-creació «Esborrar, Canviar i Afegir». El resultat està present al imatge 1, amb el propòsit: «El sector turístic serà una part important impulsora d'una xarxa per al desenvolupament sostenible que custodiarà el patrimoni natural, cultural i humà, reforçant la identitat del territori»
- Es va concretar els 5 eixos estratègics del futur Pla d'Acció, a través de la dinàmica de co-creació «Domino!», on s'identificava patrons de tots els possibles eixos del futur pla d'accions. Els resultats són visibles al segon imatge, i poden ser resumits com:
 - i. Turisme Sostenible i Conscient
 - ii. Desestacionalització i Diversificació
 - iii. Regulació de l'Impacte Ecosocial
 - iv. Comunicació i Promoció
 - v. Governança



Imatge 1: El propòsit del Pla d'Acció



Imatge 2: Resultats del Domino dels Eixos Estratègics

18:45 Identificació de propers passos i propera reunió

La propera reunió tindrà lloc:

Data i hora: 17h – 19h, 30 de maig 2019

Lloc: Consell Comarcal

Concretar temes: Revisió de resultats de la 2^a Jornada; Preparació de la 3^a Jornada

Acta

Projecte: A37-CERDT-1809

Grup/Tema: Validació dels Resultats de la sessió build upon 2; Definició de l'estructura de la sessió build upon 3.

Hora i Data: 17:00 –19:00, dijous 30 de maig 2019

Lloc: Consell Comarcal, Puigcerdà

Participants: David Isern, Núria Vidal, Francesc Armengol, Càrol Nabau, Marta ViverMaria Faura, Montse López, Eva Campí, Carles de Moxó

Excusades: Roser Bombardó, Montse Dolcet, Joan Barnola, Enric Quilez, Tania Vilana

Facilitadores: Òscar Gussinyer i Erika Zárate

17:00 Benvinguda i revisió de l'acta anterior i l'OdD

Explicació:

- Donem la benvinguda a tothom
- Revisem l'acta de la reunió anterior
- Aprovem l'ordre del dia d'avui

17:10 Revisió d'inputs al Propòsit i Eixos Estratègics

Explicació:

- A través de la dinàmica «ReconciliAcció», revisem els inputs del Propòsit i els 5 Eixos Estratègics i acordem el Propòsit i Eixos finals (15', 15')

Consensos: *El sector turístic, amb els actors de la comarca (sector públic, sector privat i societat civil), treballa pel desenvolupament sostenible de la Cerdanya, custodiant el patrimoni cultural, natural i humà, tot reforçant la identitat del territori i el poble cerdà.*

Accions:

- Falta una correcció gramàtica de la frase però el contingut es correcte. La Núria a enviat el text al seu germà per revisar-lo.

17:40 Definir objectius per cada eix estratègic

Explicació:

- A través de la dinàmica «Round Robin», definim els objectius en grups petits (15', 10', 5', 3', 2')

Consensos: *S'ha generat una relació d'objectius per cada línia estratègica que encara no està tancat, però que està prou avançat per presentar a la propera jornada participativa el 12 de juliol, amb modificacions per assegurar la coherència entre totes les línies estratègiques.*

Accions:

- Després del dia 11 es necessitarà una revisió relacionada amb la validació tècnica del document.

18:45 Revisió de la 3^a jornada participativa

Explicació:

- Compartim els objectius i disseny global de la 3^a jornada.

Accions:

- Resilience.Earth farà un Zoom amb l'equip tècnic de l'Oficina de Turisme per tractar el tema de la governança, que serà l'últim punt a desenvolupar pel pla d'acció durant la 3^a Jornada.
- Entre totes, mirarem la necessitat de oferir servei de guarderia (tot i que s'entén que potser que és massa tard per oferir aquest servei durant tota la jornada, i igual només oferir-lo fins les 21h)
- Resilience.Earth contemplarà la proposta de reduir la sessió a 150 min enlloc de 180 min.

18:45 Identificació de propers passos i propera reunió

Data i hora:	10h-12h, 11 de juliol 2019
Lloc:	La Molina!
Concretar tasques i temes:	revisar el contingut final del pla d'acció

Acta

Projecte: A37-CERDT-1809

Grup/Tema: Concreció del contingut base del Pla d'Acció!

Hora i Data: 10:30 –12:30, dijous 11 juliol 2019

Lloc: La Molina

Participants: Maria Faura, Marta Viver, Núria Vidal, Francesc Armengol, Eva Campí

Excusades: David Isern, Joan Barnola i Bonada, Tània Vilana, Carles de Moxó, Montse Dolcet, Montse López, Roser Bombardó, Càrol Nabau

Facilitadores: Òscar Gussinyer, Erika Zárate i Joan Santaclàudia (acta)

10:30 Benvinguda i revisió de l'acta anterior i l'OdD

Explicació:

- Donar la benvinguda a tothom
- Revisar l'acta de la reunió anterior
- Aprovar l'ordre del dia d'avui

10:40 Revisió del contingut final i governança del Pla

Explicació:

- Amb el document de Memòria de la 3^a Jornada, fem el següent:
 - i. Revisar el contingut final del pla d'acció (**propòsit, objectius estratègics, objectius específics**)

Els comentaris que es van fer en relació al propòsit no es van trobar substancials així que queda aprovat per consens (s'ha parlat amb el Gerard que apuntava que faltava aterrar les coses, se li va proposar estar a la comissió de seguiment i ha aportat comentaris més elaborats a través d'un mail). Els objectius estratègics van ser aprovats sense més comentaris ja que s'havien inclòs després de la segona jornada, es fa un repàs de cada un dels objectius i les fites per tal que siguin aprovats formalment per la CSA. En l'objectiu 3 la fita 3.2 es va comentar que es miraria si existia un Observatori a nivell nacional o català, per tal de fer el vincle. 4.1 retreballar la identitat cerdana i revaloritzar-la.

L'objectiu estratègic 5, el de «governança» es tractarà diferent, avui ens ocuparà més temps ja que mirarem de concretar quina és la representativitat. Fita 5.1 ... representació dins el Patronat de Turisme de la Cerdanya.

5.2 Es remarca la importància d'aquest punt per tal de donar continuïtat a la feina feta.
 - ii. Afegir, treure i prioritzar les **accions** segons cada objectiu per poder plantejar un **calendari** d'accions.

Repàs eixos i objectius estratègics i entrar en els punts d'acció i tractar-los a través dels «tres horitzons». Els tres horitzons: dinàmica que permet prioritzar les diferents accions. Es poden caracteritzar per caràcters:

H1: persones que ràpidament es posen a treballar, que mouen el món.

H2: es plantegen com funcionen els H1 i intenten que siguin més eficients. Mentalitat més estratègica, més reformista... No acaba tirant mai les accions endavant

H3: els visionaris o els sumia truites. Sempre intenta veure que hi podrà haver més enllà; menys arrelades però amb moltes capacitats per veure que hi ha més enllà.

Aquests caràcters tot i ser complementaris si els posem a treballar en una taula els costarà molt entendre's. Del

que es tractaria ara és de poder classificar cada una de les diferents fites en un dels tres horitzons. El primer objectiu estratègic el classificarem en plenari i a continuació ens separarem en parelles perquè cada una abordi un objectiu estratègic.

Es recullen els fulls treballats en parella i els resultats apareixen recollits a l'última columna.

Taula 01. Accions de l'Objectiu estratègic 1		
Accions	Qui	Quan
Fita 1.1: Sensibilitzar envers la sostenibilitat als professionals i a la població a través de la formació, començant per l'escola (de manera enxarxada amb altres actors)		
1. Mapatge d'activitats de turisme sostenible i punts d'informació		H1
2. Escola també, però primer als polítics i empreses		H2
3. Pla de formació (i calendari)		H2
4. Una mica internacional de propostes des de les escoles, pla d'acció (mapa del temps) amb la Cerdanya de França, Catalunya i arreu del món. Una possibilitat a estudiar		
5. De manera enxarxada amb mestres, empreses, etc.		H2
6. Implicar a la societat en la cooperació a través de la Ciència Ciutadana		H2
Fita 1.2: Promoure la certificació sostenible del territori (Carta Europea de Turisme Sostenible, CETS, biosfera i Paisatge) i Objectius de Desenvolupament Sostenible (o <i>clé vent</i> a França)		
1. Ajuntaments involucrats!		H2
2. Espais lliures de caça		H2
3. Declaració de Cerdanya reserva de la biosfera, Augment de parcs geològics, destacar PIG (Punts Interés Geològic)		H2/H3
4. Incrementar la protecció dels espais naturals de la Cerdanya (Solana)		H2
5. CETS de tota la comarca de la Cerdanya		H3
Fita 1.3: Millorar la mobilitat per tal de què sigui més sostenible i accessible		
1. Tren més ràpid i més accessible		H2
2. Telecabina a la Molina des de l'Estació		H3
3. Millorar el transport públic a nivell interurbà (Bus 1€ a França)		H2
4. Fer menys car (per VAO) el túnel, perquè sigui més accessible (però volem menys cotxes)		H3
5. Promoure la circulació en bicicleta (adequar vials, etc.)		H3
6. Compromís comarcal a la mobilitat sostenible i accessible per a tothom		H2
7. Cotxes elèctrics de loguer per hores (carsharing)		-
8. Taxa per vehicles contaminants		H2
Fita 1.4: Fomentar l'economia regenerativa a partir de recursos locals		
1. Tenir 2-3 agrobotigues locals, i sense intermediàries		H2
2. Reobrir escorxadors Bellver i Puigcerdà. Baixar preus sacrifici al escorxador transfronterer		
3. Obrador cooperatiu (lloguer puntual)		H3

4. Estadets de salut per a professions com mestres en formació (forans i locals) i aprenem fent salut alhora		H2/H3
5. Fomentar l'economia local		H2
6. Ajuda a fer més accessible les petites botigues		H2
7. Bona pràctica: Consultar zona austriaca-italiana que gestiona recursos locals de manera excel·lent		H1/H2
Fita 1.5: Despertar consciències des de la Cerdanya		
1. Sensibilització del producte local		H2
2. Donar-li sensibilització al producte local i de qualitat: benestar animal, benestar social, economia local i qualitat nutricional		H2
3. Cuidar productes de l'economia local i la cultura i valoració del producte local		H1
4. Promoure una cultura i els costums i la consciència sobre el producte local		H2
5. Cuidar i fomentar la nostra auto-estima i identitat		H1
6. A través de polítiques públiques per reduir deixalles de plàstic que entren pel turista (i que hem de gestionar nosaltres)		H2
7. Facilitar gestió de reciclatge a estacions d'esquí i a pobles (ara som penúltima comarca en gestió de reciclatge... hem d'estar davant de totes!)		H2
8. Que grans superfícies siguin més sostenibles		H2
Comentaris		
• Construir un model de turisme sostenible <i>en tots els sentits: social, ecològic i econòmic</i>. • Que esdevingui un referent i <i>s'hi ha de poder viure</i>. • Incloure glossari al Pla d'Acció • Incloure agenda al Pla d'Acció		

- iii. Explorar el **model de governança** per coordinar la implementació del pla d'acció. Veure com s'ha d'implementar la representativitat del 25% que es parlava l'altre dia.

Model de «sistemes niats» dintre de la teoria sistèmica cada sistema està dintre d'un sistema més ampli. Òrgan de governança és un sistema que està al servei del pla d'acció. Per tan ara l'important seria tenir clars quins són els objectius d'aquest òrgan:

- Vetllar que es compleixi el pla
- Per gestionar els recursos per fer accions.

Debat sobre la representació que al final acaba arribant en el fet de que ja hi ha un òrgan de govern que podria complir aquestes funcions, amb consens sobre el fet que de moment no està funcionant. S'arriba a l'acord que es demanarà si es pot reformular i adaptar-lo a la realitat actual. S'està constituint el nou consell comarcal (just avui), un cop s'hagi constituït es mirarà de veure quines són les possibilitats de reforma. Possibilitats:

- estudi dels òrgans actuals
- consolidació d'un sol òrgan participatiu de gestió / implementació del pla d'acció.

Oportunitat única d'incidir en la unitat de criteris que no es pot deixar perdre. Reformar el Patronat, obrir-lo i fer-lo participatiu és molt engrescador encara que hi ha consciència de que no es tenen tots els elements de decisió o crear un nou òrgan si cal. (La Montse comenta que tot i que ja no serà representant polític continuarà estant en el Patronat de Turisme de Girona Costa-Brava com a representant de la zona Pirineu.

11:30 Propers passos per a la tardor

Explicació:

- CSA: Tothom continua i sembla que molt engrescats
- Acabar esborrany del pla d'acció
- Al setembre es farà una segona reunió de la CSA per avaluar l'esborrany
- Buscar finançament per saber com s'han d'enfocar els propers passos (SOC, Diputació...).
- Reunió amb la Roser. Es molt important saber quina és la posició de la Roser, la nova presidenta de la diputació i del Patronat. (La Maria: com a tècnica de turisme i en Francesc, temptegen i miren de fixar una data de reunió...)

12:30 Celebració!

Explicació:

- Gaudir de la bona companyia dins de la CSA i celebrar tota la feina feta, amb una visita a la Molina!!! :)

Acta

Projecte: A37-CERDT-1809

Grup/Tema:

Hora i Data: 10:00 –12:00, dimarts 05 de novembre 2019

Lloc: Consell Comarcal. Puigcerdà

Participants: Maria Faura, Roser Bombardó, Càrol Nabau, Montse López, Marta Viver, Eva Campí, David Isern

Excusades: Núria Vidal, Francesc Armengol, Joan Barnola i Bonada, Tània Vilana, Carles de Moxó

Facilitadores: Erika Zárate i Joan Santaeulària (acta)

10:00 Benvinguda i celebració de la CSA

- Donar la benvinguda a tothom. Revisar l'acta de la reunió anterior. Aprovar l'ordre del dia d'avui.
- Celebrar totes les aportacions i feina que ha fet la CSA durant aquests últims 9 mesos, amb coca, xocolata i cafè/infusions/sucs

10:10 Compartir informacions i novetats

Explicació:

- Es comparteix el link amb les propostes de feina que no s'han cobert i s'han de cobrir ràpidament a risc de perdre la possibilitat del finançament d'aquestes places.
- Nova proposta: Via blava, vinculat a un altre projecte life (alnus life) de manteniment de les arbredes (verneda). Amb la intenció de fer un corredor biològic i de mobilitat per la fauna. El coneixen els alcaldes però, s'ha d'acabar de parlar amb propietaris abans de fer l'exposició pública.
- Petita introducció sobre les dues AODL que s'han presentat. Seran persones que treballaran per a la implementació del Pla: una per acompanyar al compliment dels objectius i l'altre per la dinamització de les taules.
- El Consell Comarcal i l'Oficina de Turisme comparteixen informacions sobre la implementació del Pla d'Acció Sectorial de l'Àmbit de Turisme i el Pla Ambiental. Definir els possibles papers de la CSA, si escau, al respecte
- En Marc Planagumà va avançar l'audiovisual per comunicar el pla d'acció. Dues presentacions una a nivell polític i una a nivell social.
 1. Podria ser una proposta atemporal? Ara que surten els bolets...
 2. Es poden regular realment els allotjaments d'ús turístic? Es competència de turisme o d'urbanisme. Atenció de no crear falses expectatives...
 3. Punt tres: eliminar «restaurar» si no sembla que tot estigui molt trencat...
 4. Canviar el nom de l'entitat, no dir-li «patronat» i que remeti a la imatge més participativa que se li vol donar. De moment pel vídeo «Turisme Cerdanya»
 5. Eliminem algunes redundàncies de l'últim paràgraf.
 6. A l'esquema en el segon objectiu: «lobby amb les comarques veïnes / Interregional»
 7. El tercer objectiu: incidir en la regulació en temes d'habitatge i d'ús turístics.
 8. Objectiu cinc: diversificar «Cerdanya Turisme»

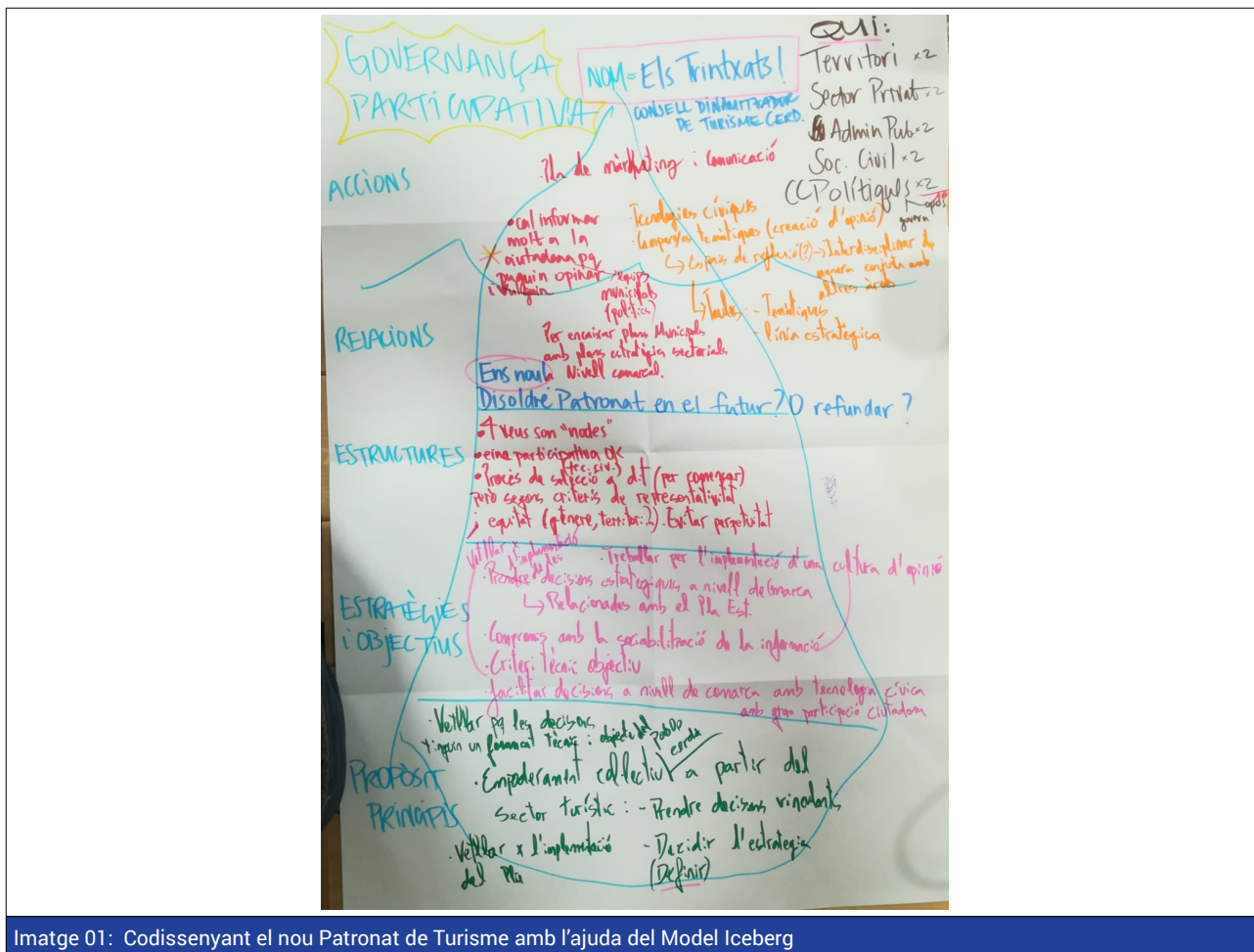
10:30 Validar les accions per cada fita!

- Preguntar a Turisme Garrotxa i SIGMA per agafar idees de com es poden gestionar les zones protegides habitats, respectant un màxim tots els interessos...

11:00 Aterrar el model de governança

Explicació:

- Amb una dinàmica vivencial, aterrar el model de governança per dur a terme el Pla d'Acció



Imatge 01: Codissenyant el nou Patronat de Turisme amb l'ajuda del Model Iceberg

11:30 Concretar propers passos

Explicació:

- Es comparteix el link amb les propostes de feina que no s'han cobert i s'han de cobrir ràpidament a risc de perdre la possibilitat del finançament d'aquestes places.
- S'han de compartir els documents de sol·licitud de subvenció AODL

Annex 3: Memòries de les Jornades de participació

Primera jornada
Co-Creativa del
**PLA D'ACCIÓ
DE TURISME**
de la Cerdanya

MEMÒRIA

10:00 - 13:00, 04 d'abril de 2019
Local social del pavelló d'esports de Puigcerdà



Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport al desenvolupament local

Index de continguts

1	Benvinguda i presentacions.....	1
2	Socialització de la diagnosi participativa.....	2
3	Validant les tendències estratègiques.....	5
3.1	Tendència estratègica 1: "Diversificació del turisme en el territori"	5
3.2	Tendència estratègica 2: "Diversificar el turisme en el temps"	6
3.3	La capacitat de decisió.....	6
4	Un model d'anàlisi "WE RELATIONS"	8
5	Cocreació de les estratègies de turisme de la Cerdanya.....	9
7	Properes passes.....	11

Nota sobre l'ús del llenguatge inclusiu

En la redacció de la present memòria així com amb la seva globalitat, la cooperativa Resilience.Earth utilitza el llenguatge inclusiu, és per aquest motiu que la present memòria s'escriu utilitzant principalment paraules en gènere neutre i parlant de «persones». L'ús del llenguatge inclusiu surt d'un compromís per a contribuir a la construcció de l'equitat de gènere entre altres equitats¹.

¹ The "Big Eight" social identifiers are: Ability, Age, Ethnicity, Gender, Race, Religion, Sexual Orientation, Socio-Economic Status/Class. However, the US National Association of Independent Schools (NAIS) added the following to this original list: Body Image, Educational Background, Academic/Social Achievement, Family of Origin, Family Make Up, Geographic/Regional Background, Language, Learning Style, Beliefs (political, social, religious), Globalism/Internationalism.

Participants

Participants (35)

Facilitadores: Òscar Gussinyer, Erika Zárata

Fotografia i Actes: Marc Planagumà i Carla Güell

Objectius de la Jornada

- Socialitzar el procés de co-disseny del Pla d'Acció de Turisme de la Cerdanya
- Validar els resultats de la diagnosi participativa realitzada
- Identificar les primeres estratègies per a desenvolupar el model de turisme més sostenible de la Cerdanya

Ordre del Dia

HORA	ACTIVITAT
10:00	Benvinguda, aprovació de l'agenda i dels objectius de la jornada
10:30	Socialització de la diagnosi participativa
10:50	Les tendències estratègiques
10:40	Un model d'anàlisi "WE RELATIONS"
11:20	Co-Creant les estratègies de turisme de la Cerdanya
12:50	Cloenda i propers passos

1 Benvinguda i presentacions

En Ramon Moliner, president del Consell Comarcal de la Cerdanya, presenta l'inici de la fase de co-creació del procés participatiu per a definir entre la diversitat d'agents de la comarca, el pla d'acció sectorial de turisme. Un procés participatiu que té com a objectiu principal definir les accions que es poden dur a terme per afavorir la sostenibilitat, la desestacionalització i la diversificació del turisme de la Cerdanya.

A continuació la Maria Faura, membre del Patronat de Turisme de la Cerdanya, agraeix l'assistència de totes les participants, recordant la importància de poder decidir de forma conjunta, quines seran les accions que es recolliran en el Pla d'Acció.

L'Erika membre de la cooperativa, presenta a l'equip assessor i facilitador que acompanya el procés, la cooperativa sense ànim de lucre, Resilience.Earth. Podeu trobar més informació sobre la cooperativa a l'enllaç que es presenta a continuació: www.resilience.earth.

Un cop presentat els objectius de la sessió i l'ordre del dia, es realitza la dinàmica del "**sociograma viu**". Una dinàmica que ens permet d'on venen les persones presents a la sala i quina relació tenen entre elles. Com a conclusions interessants cal destacar que:

- El 50% de les persones participants provenen de Puigcerdà
- Que falten més veus, sobretot aquelles de la zona més Lleidatana.
- La majoria de persones participants ja es coneixen entre elles, havent establert vincles i relacions (socials i/o econòmiques) prèvies a la trobada.

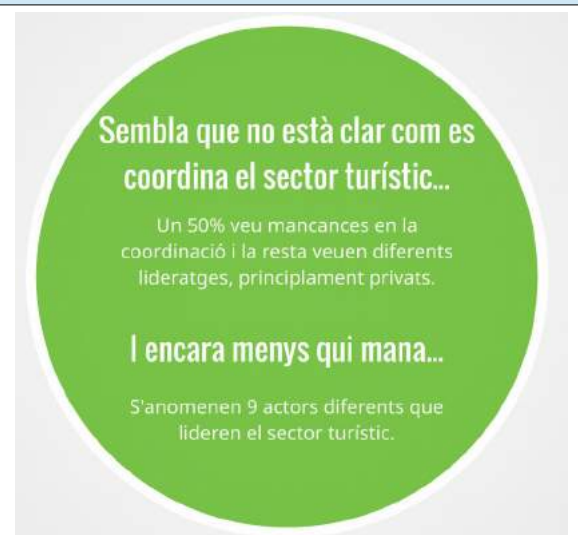
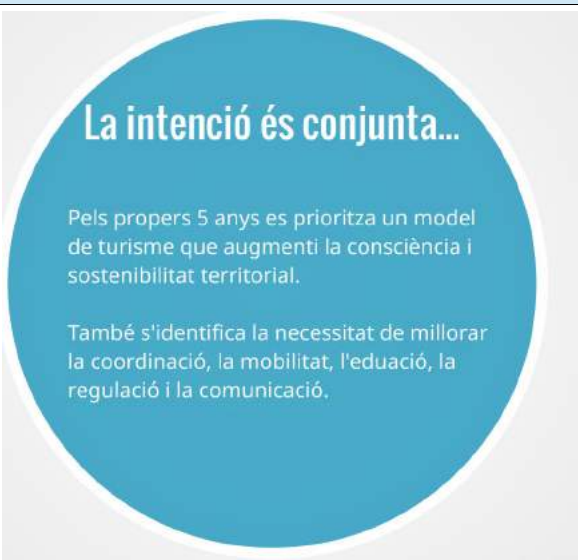


Imatge 01: Un **sociograma viu** de les persones participants

2 Socialització de la diagnosi participativa

Es presenten els **resultats de la diagnosi participativa** realitzada durant els mesos de febrer i març per Resilience.Earth. S'explica que es van entrevistar a un total de 25 persones, diverses tant pel que fa al territori, a l'activitat econòmica, al rol de la Cerdanya, en edat i gènere. Les entrevistes que es van realitzar van ser de caràcter qualitatiu, i a continuació, podeu observar-ne els resultats:

Taula 01: Presentació dels resultats de la diagnosi participativa

01. La singularitat	02. Les línies actuals del sector turístic
 Un ampli consens! La singularitat de la Cerdanya es basa en la seva geografia. I la singularitat del sector turístic es basa en gaudir del paisatge i dels esports d'hivern.	 Molta diversitat, amb uns patrons concrets... Socials: Gastronomia, cultura, família i esports. Ecològics: Sostenibilitat, conservació i ruralitat. Econòmics: Treball i ingressos.
03. Les relacions actuals entre la diversitat d'agents	04. Les estructures actuals
 També tenim un ampli consens... Actualment la relació entre el turisme i el territori NO es sostenible. I una visió compartida... En 10 anys la relació serà més sostenible, regulada i respectuosa amb el patrimoni natural i cultural.	 Sembla que no està clar com es coordina el sector turístic... Un 50% veu mancances en la coordinació i la resta veuen diferents lideratges, principalment privats. I encara menys qui mana... S'anomenen 9 actors diferents que lideren el sector turístic.
05. Els impactes del turisme al territori	06. Els futurs objectius compartits
 Hi ha un consens en l'impacte positiu.... El turisme és el motor econòmic de la comarca! Ahora es reconeix una diversitat d'impactes negatius... Precarietat laboral, degradació ecològica, desvalorització del sector primari, pèrdua del patrimoni cultural i disminució de la cohesió social	 La intenció és conjunta... Pels propers 5 anys es prioritza un model de turisme que augmenti la consciència i sostenibilitat territorial. També s'identifica la necessitat de millorar la coordinació, la mobilitat, l'educació, la regulació i la comunicació.

07. Possibles futures accions

I sembla que la perspectiva de futur és positiva...

D'aquí a 10 anys s'espera un turisme conscient i sostenible, relacions equitables entre turistes i Cerdanes, un augment del nivell socio-econòmic, un patrimoni cultural i natural saludable, i una comarca modernitzada tecnològicament.

Hi ha un acord per part dels i les participants davant la diagnosi presentada, tot i que comuniquen la necessitat d'incorporar-hi alguns comentaris més:

- Cal un canvi de redactat en el punt de "pèrdua del patrimoni cultural".
- No és sols culpa del turisme, sinó de nosaltres mateixes, els cerdans i les cerdanes, com estem gestionant el nostre territori? Som corresponsables de la situació actual: de la dignificació laboral, de l'impacte ecològic, de l'impacte social, de la pèrdua del patrimoni cultural, etc.



Imatge 02: Socialitzant la **diagnosi participativa**

3 Validant les tendències estratègiques

Emprant la dinàmica del baròmetre, -en la qual es demana a les persones que es situïn a una banda (o altra) de l'espai en funció del seu grau d'acord o desacord d'una afirmació concreta-, s'indaga entorn a si hi ha un consens davant les següents tendències estratègiques:

3.1 Tendència estratègica 1: "Diversificació del turisme en el territori"

Hi ha un acord gran pel que fa a aquesta tendència estratègica, tenint en compte els següents **comentaris**:

- Ja hi ha diversificació, però les persones que venen, la volen?
- No hem de sacrificar totes les zones de la Cerdanya, cal continuar preservant certs espais del territori
- La diversificació promou que els espais no quedin estancats



Imatge 03: Diversificar el turisme en el territori

3.2 Tendència estratègica 2: "Diversificar el turisme en el temps"

Diversificar el turisme en el temps per tal de disminuir l'impacte socio-cultural i augmentar la cohesió social. Hi ha un acord gran pel que fa a aquesta tendència estratègica, tenint en compte els següents **comentaris**:

- Cal posar més atenció amb l'impacte que té la densificació del turisme en la natura, perquè sinó matarem el que fa venir la gent aquí, la natura.
- Què demanem com a territori i què volem oferir a les persones que venen aquí?
- Als cerdans i a les cerdanes, ens afecta el turisme que arriba.
- El turisme que arriba és principalment de Catalunya, és de proximitat i el clima, ens afecta.
- Hi ha diverses realitats dins el sector turístic, p.e. la Núria comenta que com a hotel treballen més a caps de setmana que entre setmana, i facturen més a l'estiu que a l'hivern.



Imatge 04: Diversificar el turisme en el temps

3.3 La capacitat de decisió

A continuació i emprant la dinàmica del sociòmetre, la qual ens permet valorar de 0 a 10, el grau d'identificació de les persones en una afirmació concreta. Es demana: "Quina capacitat d'influència creus que tens vers el sector turístic a la comarca?"

Hi ha un grup de gent, que es situa a la part de baix de tot, aquelles que senten que no tenen ni poden dir res davant la direcció del turisme, majoritàriament persones a títol individual o sense una gran empresa a darrere ni associació. Al mig hi situen persones que fa temps que viuen a la Cerdanya i es mouen al món del turisme i a dalt de tot, les persones que senten que tenen un gran grau d'empoderament: persones que creuen que poden canviar el model de turisme, persones membres d'associacions grans, persones membres del Patronat de Turisme.

A continuació, es presenta un **recull de comentaris**:

Situades a baix de tot (0-2)

- La gent que fa més temps que viu a la Cerdanya i està a un gremi, té més capacitat d'influència
- Jo com a persona individual, no puc fer canvis al territori, més enllà de l'economia personal.
- Estem aquí perquè el model no ens agrada i volem canviar, volem sortir del mercantilisme

Situades a dalt de tot! "empoderades" (8-10)

- Empoderament: el canvi comença per un mateix. I estic aquí per canviar el món.
- Com a membre del Cluster i d'associacions d'hotels i restaurants,
- Turisme de Puigcerdà: sóc capaç de fer canviar la mentalitat de la gent.



Imatge 05: El sociograma de l'empoderament i la capacitat de decisió

Com a tret característic, les persones de baix, decideixen situar-se també a l'empoderament de poder dir i fer el model de turisme que es vol per a la Cerdanya, de forma conjunta amb la diversitat d'agents implicats al procés.

4 Un model d'anàlisi "WE RELATIONS"

Es presenta el model d'anàlisi sistèmic que empra la cooperativa Resilience.Earth, anomenat we relations, el qual ens permet analitzar com són les relacions entre els diversos agents presents en un ecosistema concret, en aquest cas, entorn a l'ecosistema que forma part (d'una forma més directa o menys) amb el turisme de la Cerdanya.

El model, analitza 4 sectors principals: el patrimoni local, el sector privat, el sector públic i la societat civil organitzada. A continuació, s'explica breument l'anàlisi qualitatiu realitzat:

- **Patrimoni local (natural, cultural i saviesa local)**
 - i. Molt potent i amb molta presència
 - ii. Estimat i compartit per tothom
- **Sector privat, un sector fort i adaptatiu als canvis**
 - i. Un sector fort
 - ii. Capacitat d'adaptació i supervivència
 - iii. Voluntat de Desestacionalitzar
 - iv. Voluntat de Descentralitzar
- **Sector públic, que comença a caminar cap a la participació**
 - i. Fer més forta l'administració, obrint espais de diàleg amb la societat civil i de diàleg
 - ii. Intervenció en regulació dels espais naturals i en limitacions (sobretot de cara en el turisme)
 - iii. Un clam a cuidar a la gent amb ganes de mantenir i tirar endavant amb la pagesia, el producte local, etc.
- **Societat civil (pagesia, gent jove amb ganes d'innovar)**
 - i. Una societat civil que vol ser escoltada, que es vol organitzar i influenciar en el model de turisme de la Cerdanya.
 - ii. Actualment, desorganitzada però amb voluntat i capacitat per fer-ho
 - iii. La força de la innovació té un impacte amb l'entorn i el medi i que per tant, retorna a l'origen, la comarca.

Des de Resilience.Earth, es veu necessari **millorar la relació i comunicació entre sector privat i societat organitzada**, i **potenciar que l'administració desenvolupi encara més les habilitats i capacitats toves**, les quals promouen la descentralització i repartició del poder, la participació i el diàleg entre la diversitat d'agents implicats.

5 Cocreació de les estratègies de turisme de la Cerdanya

Es demana a les participants que es posin en quatre grups per tal d'identificar un màxim de 3 estratègies que el sector turístic hauria de tenir en el seu pla d'acció. Tenint en compte també l'impacte i la relació amb els diversos sectors identificats amb el model "WE RELATIONS".

A continuació, es presenten les conclusions:

Taula 02: Recull del treball fet pel GRUP A

Impacte	Estratègies	Col·laboracions amb els sectors
a) Creixement econòmic del territori b) Sostenibilitat: consciència de l'impacte ambiental c) Imatge territori saludable d) Més visibilitat: imatge i eines	1. Promoció turística: • Captació de mercat internacional • Una marca de Pirineus (jocs olímpics, turisme, visitant de BCN) • Desestacionalització 2. Certificacions diverses (medi ambient, ecos...)3. Ús de noves tecnologies	- Cooperació públic-privat i implicació de la societat civil

Taula 02: Recull del treball fet pel GRUP B

Impacte	Estratègies	Col·laboracions amb els sectors
a) Poder de decisió - creure en el canvi b) Canvi de model (respecte del medi, sostenibilitat, desenv. econòmic...)	1. Crear associacions 2. Coordinació de les associacions 3. Participació ciutadana 4. Assamblearisme participatiu	Sector públic: Dinamitzar els moviments iniciats per la ciutadania Sector privat: Implicació i Compromís Patrimoni Local: respectar-lo, donar-lo a conèixer i conservar-lo.

Taula 02: Recull del treball fet pel GRUP C

Impacte	Estratègies	Col·laboracions amb els altres sectors
Un canvi de paradigma: a) Poder de decisió: involucrar sector català i francès (costums de turisme desestacionalitzat de França i Alemanya) b) Potenciar "territori Cerdanya" c) Ajuntaments a l'acció d) Turisme divers e) Ambaixadores del territori	1, Diversificar l'oferta i internacionalitzar (cultura, tercera edat i negocis) per desestacionalitzar el turisme 2. Una marca de Cerdanya i un catàleg de serveis transfronterers 3. Promoció de l'oferta: - diversa (cultural, patrimoni natural, esglésies romàniques, gastronomia, plantes medicinals) i crear productes especials - Campanya de comunicació? - atreure un públic divers (proper i internacional) 4. Turisme Saludable	Més col·laboració en general Col·laboracions amb la Cerdanya francesa (tinguent en compte diferències administratives i culturals) Potenciar les xarxes com el Cluster, entre empresaris i societat civil (per presionar a polítics amb l'acció Col·laboració més propera entre el sector públic i privat

6

Taula 02: Recull del treball fet pel GRUP D

Impacte	Estratègies	Col·laboracions amb els altres sectors
a) Desestacionalització b) Turisme sostenible c) Turisme no massificat d) Turisme de qualitat e) Diversificar sectors econòmics f) Manteniment del nostre patrimoni (cultural i natural)	1. Internacionalització i/o nous mercats 2. Millor publicitat i comunicació de la marca Cerdanya 3. Creació de nous productes "potents" • Estades de salut • Cicloturisme • Senderisme • Neu	

7 Properes passes

Es recorda que es faran dues trobades co-creatives i participatives més, per tal d'arribar al màxim nombre d'agents possibles. Es recorda que cada sessió serà diversa i que per tant, estan convidats i convidades a assistir a les properes, que tindran lloc:

Trobada	Hora i Lloc
1ra Trobada	04 abril, a Puigcerdà, a les 10:00h
2na Trobada:	15 de maig a Bellver, a les 17:00h
3ra Trobada:	12 de juny a Alp, 19:00h



Imatge 05: El sociograma de l'empoderament i la capacitat de decisió

Moltes gràcies per la vostra assistència i participació!

I recordeu que també podeu seguir el procés des de les xarxes a:

@TurismeCerdanya
#quintrinxatvols
www.cerdanya.org

II Jornada co-creativa
**PLA D'ACCIÓ
SECTORIAL DE
TURISME**
de la Cerdanya

MEMÒRIA

17:00 - 20:00h, 15 de maig de 2019
Centre Cívic Les Escoles Velles, de Bellver



Index de continguts

1 Benvinguda i presentacions.....	2
2 Propòsit del pla d'acció sectorial de turisme.....	2
3 El termòmetre de les línies estratègiques.....	4
3.1 Línia estratègica 1: "Comunicació i Promoció".....	4
3.2 Línia estratègica 2: "Turisme Sostenible i Conscient".....	5
3.3 Línia estratègica 3: "Regulació de l'impacte eco-social".....	7
3.4 Línia estratègica 4: "Desestacionalització i Diversificació".....	8
3.5 Línia estratègica 5: "Governança".....	9
4 De la teoria a la pràctica: "3 horitzons".....	10
4.1 El model teòric dels "Tres Horitzons".....	10
4.2 Definint la pràctica, els plans d'acció.....	11
5 Cloenda i Propers Passos.....	16

Nota sobre l'ús del llenguatge inclusiu

En la redacció de la present memòria així com amb la seva globalitat, la cooperativa Resilience.Earth utilitza el llenguatge inclusiu, és per aquest motiu que la present memòria s'escriu utilitzant principalment paraules en gènere neutre i parlant de «persones». L'ús del llenguatge inclusiu surt d'un compromís per a contribuir a la construcció de l'equitat de gènere entre altres equitats¹.

¹ The "Big Eight" social identifiers are: Ability, Age, Ethnicity, Gender, Race, Religion, Sexual Orientation, Socio-Economic Status/Class. However, the US National Association of Independent Schools (NAIS) added the following to this original list: Body Image, Educational Background, Academic/Social Achievement, Family of Origin, Family Make Up, Geographic/Regional Background, Language, Learning Style, Beliefs (political, social, religious), Globalism/Internationalism.

Participants

Participants (36)

Facilitadores (4): Òscar Gussinyer, Erika Zárate, Laura Comas i Carla Güell

Fotografia/Actes (3): Marc Planagumà, Laura Comas i Carla Güell

Objectius de la Jornada

- Socialitzar el procés de co-disseny del Pla d'Acció de Turisme de la Cerdanya
- Validar els resultats de la primera sessió co-creativa (propòsit i línies estratègiques)
- Identificar les accions per a les línies estratègiques per a desenvolupar el model de turisme més sostenible de la Cerdanya

Ordre del Dia

HORA	ACTIVITAT
17:00	1. Benvinguda i presentacions
17:20	2. Propòsit del pla d'acció sectorial de turisme
17:40	3. Termòmetre de les Línies Estratègiques
18:10	4. De la teoria a la pràctica, els 3 horitzons
19:50	5. Cloenda i propers passos

1 Benvinguda i presentacions

La Maria Faura, dóna la benvinguda a les persones assistents a la jornada participativa i introdueix breument el projecte participatiu d'elaboració del pla d'acció sectorial de turisme, impulsat pel Patronat de Turisme de la Cerdanya i el Consell Comarcal d'aquesta regió.

A continuació, dóna la benvinguda a l'equip tècnic i assessor contractat per a implementar el projecte participatiu: la cooperativa sense ànim de lucre Resilience.Earth, SCCL. L'Èrika Zárate, membre de la cooperativa, va presentar a la resta d'equip que acompanya el procés participatiu: l'Erika Zárate, l'Òscar Gussinyer, la Carla Güell, la Laura Comas, en Marc Planagumà i l'Alba Danés. Podeu trobar més informació sobre la cooperativa a l'enllaç que es presenta a continuació: www.resilience.earth.

Seguidament es va fer un breu resum del que s'havia fet a la jornada anterior i es va comunicar que podien accedir a la memòria de la primera jornada des de la pàgina web del patronat de turisme: www.cerdanya.org

2 Propòsit del pla d'acció sectorial de turisme

Les persones tècniques que acompanyen el projecte van resumir el procés pel qual ha passat la proposta de propòsit presentada a aquesta segona jornada co-creativa.

1. Es fan entrevistes, es recullen les informacions i se'n fa una anàlisi.
2. Es porta l'anàlisi a la primera jornada co-creativa per fer-ne una primera prevalidació i una recopilació de més elements importants a incorporar.
3. Es treballa una proposta amb la Comissió de Seguiment i Avaluació (CSA) que vetlla pel bon procés.
4. L'equip tècnic recull i sintetitza tota la informació i fa la següent proposta:

PROPOSTA DE PROPÒSIT:

El sector turístic serà una part important impulsora d'un desenvolupament sostenible que custodiarà el patrimoni cultural, natural i humà, reforçant la identitat del territori i poble cerdà.

Es va demanar a les participants que es col·loquessin sobre el termòmetre dibuixat a terra en funció del seu grau més alt o més baix d'acord amb la proposta de propòsit realitzada. Vam poder observar com les persones es van posicionar d'una forma dispersa al llarg de tot el termòmetre. A continuació, es presenten el recull de comentaris i propostes:

Els comentaris i propostes són:

- Fer referència al sector cultural, primari i a la societat civil.
- Posar atenció al diàleg entre el sector turístic i el primari

- Posar èmfasi a la XARXA
- Treure la paraula "important"
- Posar èmfasi a la conciliació entre l'interès natural i el turístic
- Objectiu: Comunicar la identitat de la Cerdanya
- La societat civil, nosaltres, som impulsores

En aquest sentit una primera contraproposta que es treballarà conjuntament amb la CSA és:

PROPOSTA DE PROPÒSIT:

El sector turístic esdevé part activa del desenvolupament sostenible de la Cerdanya, conjuntament amb el sector cultural, econòmic, agrari i la societat civil, potenciant la xarxa i la comunicació entre aquesta diversitat d'agents amb l'objectiu de custodiar el patrimoni cultural, natural i humà alhora que comunicar i reforçar la identitat del territori i del poble cerdà.



Imatge 01: El termòmetre del **Propòsit**

3 El termòmetre de les línies estratègiques

Anant a la part més estratègica del pla, es va explicar que les línies estratègiques presentades, igual que el propòsit, són el resultat d'un repàs analític fet per la CSA de les tendències estratègiques identificades al llarg de les entrevistes, treballades durant la 1ra jornada co-creativa i també, amb les aportacions fetes a través del qüestionari on-line. La proposta de 5 línies estratègiques és:

1. Comunicació i promoció
2. Turisme sostenible i conscient
3. Regulació de l'impacte eco-social
4. Desestacionalització i diversificació
5. Governança

Per tal d'iniciar el procés de buscar informació, opinions i consens amb el grup es va presentar la dinàmica del "dotmocracy" com a eina que facilita que cada persona pugui expressar què pensa, alhora que en poc temps es puguin identificar tendències col·lectives. En aquest sentit, les participants havien de votar a una escala de l'01 al 10 el grau d'acord vers cada una de les línies estratègiques proposades, també en post-it's podien donar respostes i comentaris de cada línia. Els resultats d'aquesta dinàmica es presenten a continuació:

3.1 Línia estratègica 1: "Comunicació i Promoció"

Observant el termòmetre fet amb els gomets, podem veure que la majoria de votacions d'aquesta primera línia estratègica es situen entre el 8 i el 10, tot i que algunes veus també van mostrar part dels seu desacord situant-se al voltant del 5. Els comentaris que sorgeixen són:

Taula 01: Recull de comentaris referents a les sub-categories de la línia estratègica 1

9. Coneixença i promoció del patrimoni històric, cultural i natural

- Cal tenir clar quin és el límit del territori i del medi
- Parlar de la nostra identitat i de les nostres riqueses naturals i humanes. El territori no és un supermercat.

12. Plans de promoció turística de la Cerdanya

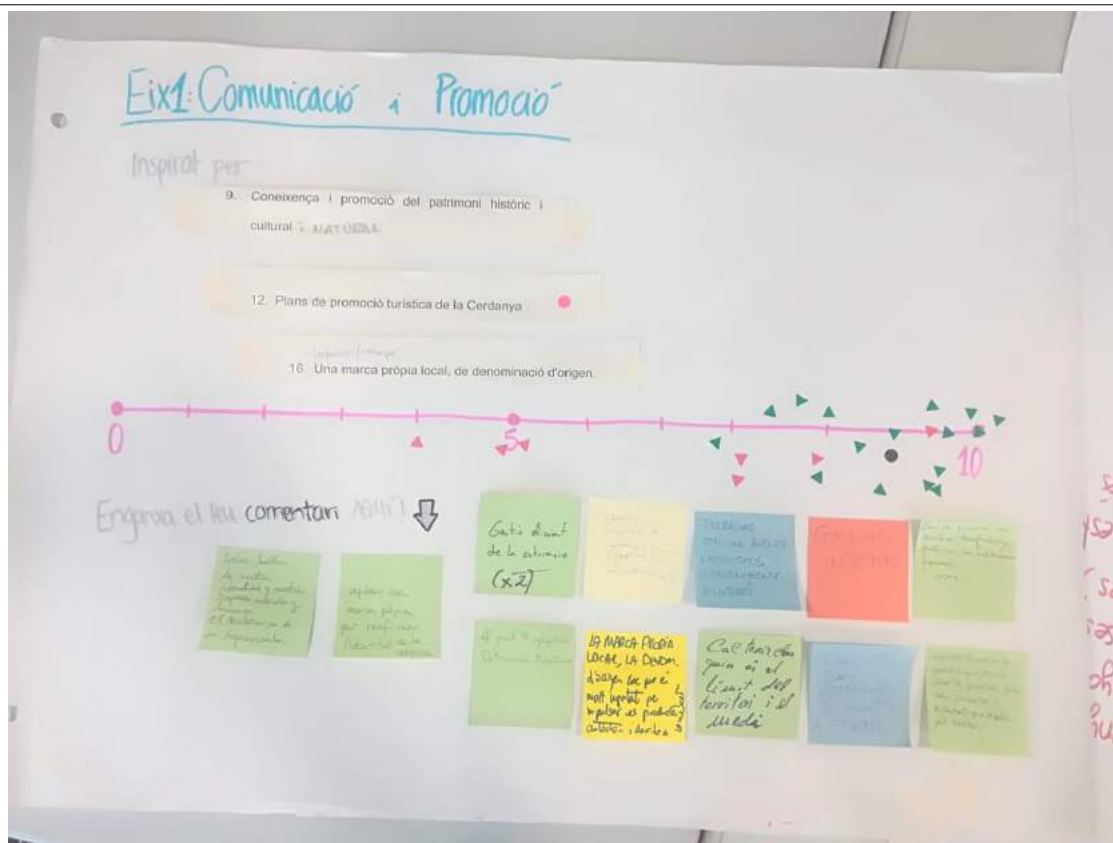
- Pla de promoció del territori transfronterer conjuntament amb les institucions franceses, un repte.
- Que els plans estratègics es duguin a terme!
- Treballar amb una agenda d'activitats i esdeveniments d'interès
- Identificar els "highlights" de Cerdanya i promocionar-los
- Plans que promoguin la identitat pròpia
- Gestió eficient de la saturació (x2)

16. Una marca pròpia local, de denominació d'origen

- Impulsar/ Reforçar-la
- Impulsar la marca que posi en valor la feina ben feta dels productors i restaurants que treballen pel territori
- La marca pròpia local, la denominació d'origen. Crec que és molt apropiat per impulsar el producte autòcton.
- Impulsar una marca pròpia que reafirmi la identitat de la comarca

Altres comentaris

- Consum intern



Imatge 02: Línia estratègica 1: **Comunicació i Promoció**

3.2 Línia estratègica 2: "Turisme Sostenible i Conscient"

Observant el termòmetre d'aquesta segona línia estratègica, veiem com la majoria de gomets rauen entre el 9 i el 10, amb algun punt disvers al 8-7. Podríem parlar que hi ha un acord generalitzat amb aquesta línia però que cal fer-ne alguns matissos. A continuació presentem propostes i comentaris fets:

Taula 02: Recull de comentaris referents a les sub-categories de la línia estratègica 2

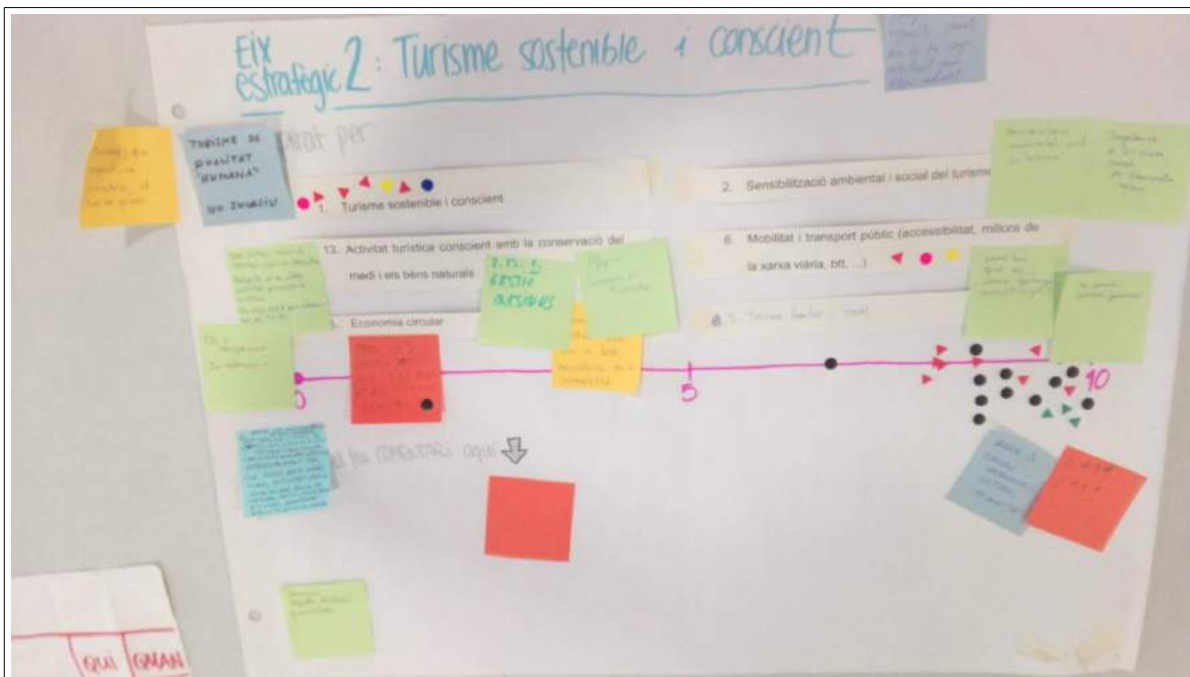
1. Turisme sostenible i conscient

- Turisme de qualitat humana "no invasiu"
- Aconseguir etiquetes turístiques i comunicar

13. Activitat turística conscient amb la conservació del medi i els béns naturals

- Turisme que respecte, que no invadeix el sector primari
- Un turisme que estima i valora el territori i que hi treballa. Que respecte les altres activitats que no són turístiques.

• No seguir sent el parc d'atraccions dels turismstes • Gestió de residus • Afegiria: conservació del paisatge i recuperació (x2)
5. Economia circular
• Fer les coses per a quí hi viu i si això li va bé al turisa, genial! • Promoure el producte local com a base necessària per la sostenibilitat
2. Sensibilització ambiental i social del turisme
• Sensibilització i educació ambiental i social de TOTHOM! • Afegir també: conservar el paisatge • Per sensibilitzar i socialitzar millor ambientalment cal un pla d'acció amb gent clau, activitat viària (ruta guiada, aula de natura, participació AMiPA, escola, ajuntament i biblioteca pública: Xarxa) ◦ En Miquel pot facilitar un exemple de Pla Pilot
6. Mobilitat i transport públic (accessibilitat, millora de la xarxa viària, btt...)
• Un carril bici que ens uneixi Cerdanya amb l'Alt Urgell
x. Turisme familiar i rural
• No només turisme familiar • Afegir: un turisme gastronòmic, cultural i de qualitat
Altres comentaris
• Si hem de tenir en compte tots aquests punts, cap visitant és adient



Imatge 03: Línia estratègica 2: Turisme sostenible i conscient

3.3 Línia estratègica 3: "Regulació de l'impacte eco-social"

Observant el termòmetre de la tercera línia estratègica, veiem com la majoria de punts es situen al voltant del 9, tot i que també trobem punts al 10, i al 7-8. Tanmateix, hi ha tres punts que no estan d'acord com la resta i que es posicionen al 5 i al 6. A continuació fem un recull dels comentaris fets:

Taula 03: Recull de comentaris referents a les sub-categories de la línia estratègica 3

4. Equilibri (entre l'entorn humà i natural i la salut)

- Gestió de residus, suport al punt 4 d' "equilibri (entre entorn humà i natural) i salut"

14. Regulació i normativa clara vers l'impacte i relació amb el territori

- Suport

15. No a un turisme de segones residències

- Suport al punt 15 "No a un turisme de segones residències". La segona residència donar eines més accessibles a nivell econòmic per a la gent d'aquí
- Més qe negar el turisme de 2nes residències s'hauria de modificar el comportament que perjudica el territori. La pregunta és, COM?

17. Millora condicions d'habitatge

- +2 comentaris de suport
- La segona residència pot ser un pas previ a la residència
- No podem prescindir de les segones residències, ja estan al territori
- Les 2ns residències no serien un problema si estiguessin ocupades més dies durant l'any. "No tot s'hi val"
- Regulació per vivendes buides. Fomentar el repoblament enfront a la temporalitat
- No seguim impulsant des dels ajuntaments l'especulació immobiliària.

18. Millora de les condicions laborals (dignes, feina tot l'any...)

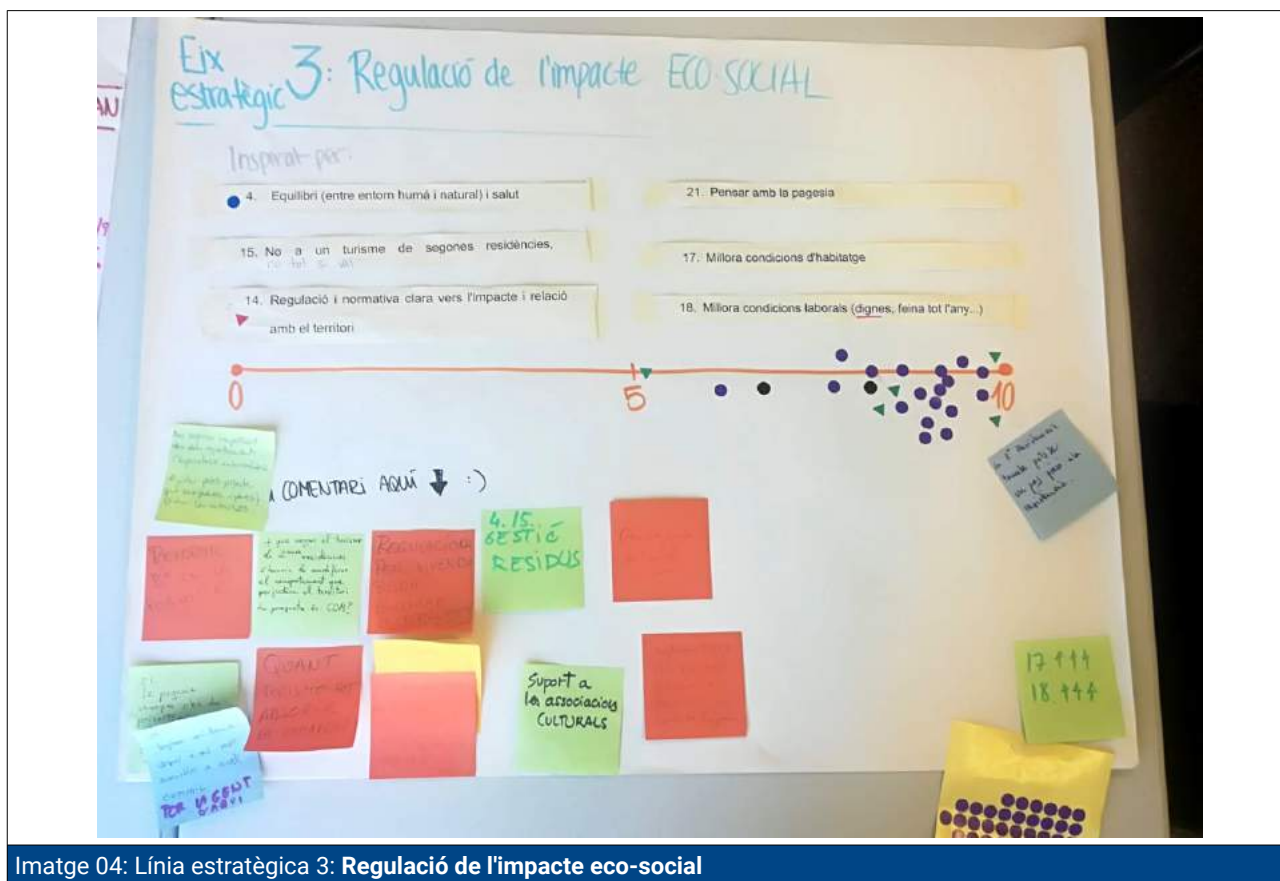
- +1 comentari de suport

21. Pensar amb la pagesia

- Imlicar TOTS els sectors econòmics i polítics, no només a la pagesia
- Suport a la 21 "la pagesia sempre s'ha de prioritzar davant el turisme quan sorgeixen conflictes"

Altres comentaris

- Creació d'eines de control
- Quant de turisme pot absorbir la comarca?
- Ajudar a petits projectes que enriqueixin i diversifiquin les activitats



Imatge 04: Línia estratègica 3: Regulació de l'impacte eco-social

3.4 Línia estratègica 4: "Desestacionalització i Diversificació"

En aquesta línia hi va haver més dispersió pel termòmetre que en la resta, ja que hi ha una part situada al 9 però també una gran part situada al 7, i amb un parell de votacions al 3. Un fet que significa que és important explorar quines diversitats i opinions hi han darrera aquest eix. Els comentaris realitzats van ser:

Taula 04: Recull de comentaris referents a les sub-categories de la línia estratègica 4

7. Desestacionalització del turisme

- Promocionar esdeveniments (fires, festivals, etc.) tot l'any!

8. Diversificació de l'activitat del turisme

- Cal dinamitzar les propostes culturals - artístiques de la comarca en especial als pobles i convidar també als habitants de segones residències
- Suport a les associacions culturals

3. Turisme familiar i rural

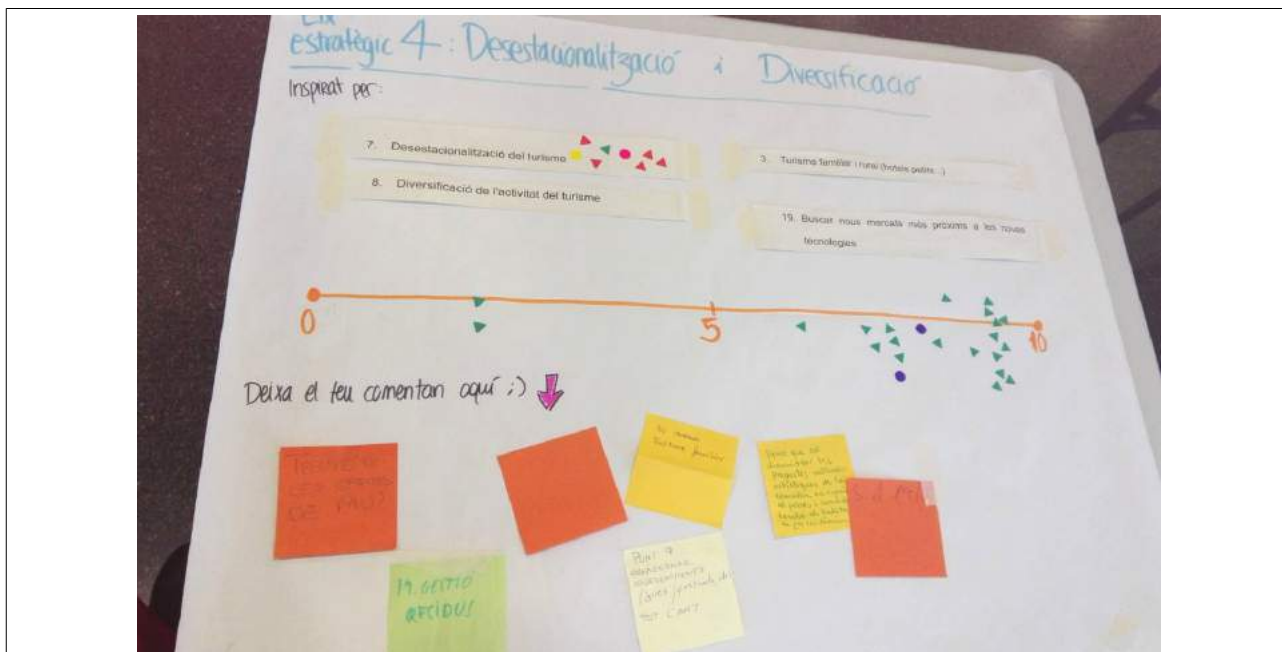
- No només turisme familiar

19. Buscar nous mercats més pròxims a les noves tecnologies

- Suport (x1)
- Gestió de residus

Altres comentaris

-



Imatge 05: Línia estratègica 4: Desestacionalització i diversificació

3.5 Línia estratègica 5: "Governança"

L'eix de la governança també presenta alguna ambigüetat, la majoria de punts s'acumulen al número 8, tot i que hi ha una tendència d'anar cap al 9 i també d'anar cap al 7. També apareixen un parell de gomets, un al 3 i un altre al 4. Els comentaris realitzats són:

Taula 05: Recull de comentaris referents a les sub-categories de la línia estratègica 5

11. Comunicació i bidireccionalitat

- Buscar les eines per fer possible la governança bidireccional
- Treball i cooperació conjunta amb el sector primari
- Coordinació i comunicació amb les comarques veïnes

20. Aposta clara pel canvi, per part dels polítics

- Ja toca exigir a la política el canvi

10. Anar a la una com a sector turístic (més cooperació i col·laboració entre agents implicats)

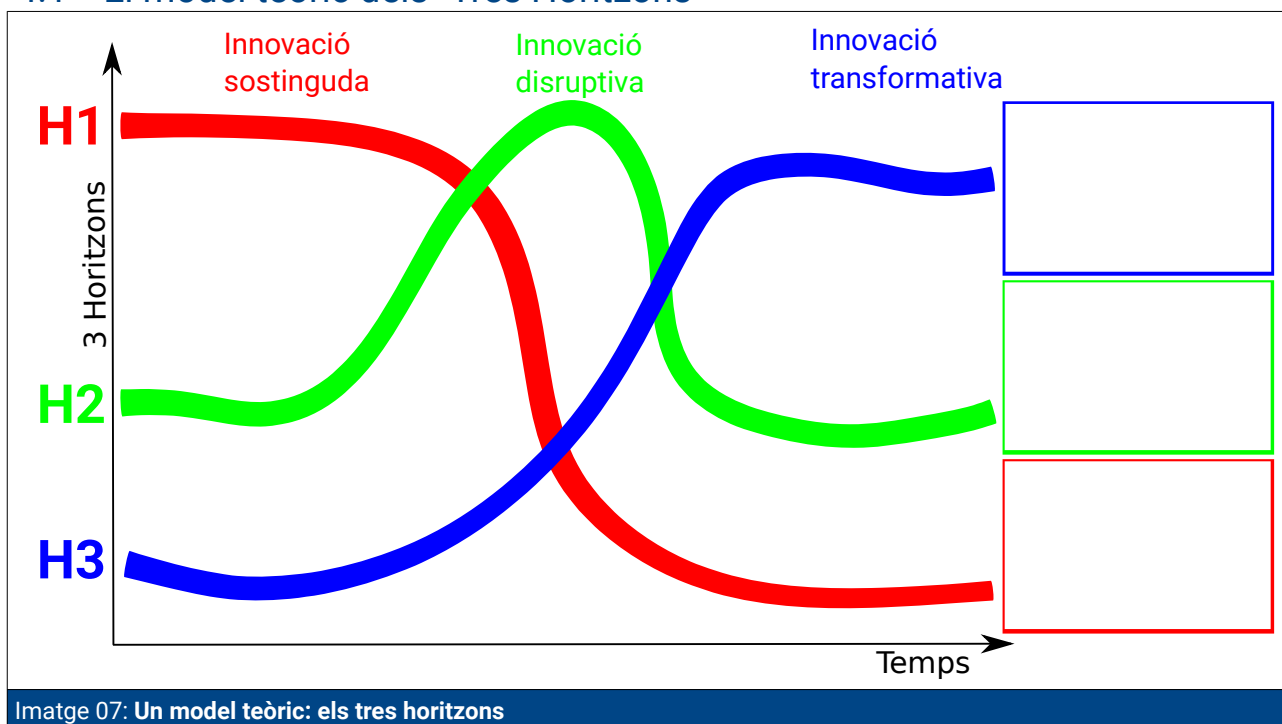
- Coordinació entre administracions: ajuntaments, consells comarcals, generalitat, diputació!
- Massa diferència entre Lleida i Girona, cal anar a la una!
- Pensar més en gran i no només amb la Cerdanya
- Els pobles allunyats de la vall també existeixen i mereixen més atenció. Han perdut Pes demogràfic i econòmic.

Altres comentaris

- Propietari del territori ho és qui hi viu i treballa des del territori. No només qui treballa la terra.
- Perquè la gestió dels recursos estan només en mans dels propietaris (aj.) si afecten a tot el territori
- Xarxa de petits empresaris < poder als grans empresaris

4 De la teoria a la pràctica: "3 horitzons"

4.1 El model teòric dels "Tres Horitzons"



La cooperativa Resilience.Earth explica el model dels tres horitzons com a marc clau que pot guiar a la hora de fer una planificació estratègica. Aquest model ens indica que hem de tenir presents tres horitzons:

1. **L'horitzó 3 (H3)**, la visió, allò que projectem, els canvis esperats.
2. **L'horitzó 2 (H2)**, les passes estratègiques a mitjà termini que ens permetran arribar a l'H3
3. **L'horitzó 1 (H1)**, les accions concretes del dia a dia, que ens permet materialitzar l'H2

Amb tres horitzons estan presents al mateix temps, són complementaris i cada un d'ells és important. Aquest model entra amb interacció amb el factor temps, en el qual, l'H2 esdevé H1, H3 en H2 i neix un nou H3.

4.2 Definint la pràctica, els plans d'acció

Es va convidar a cada persona a situar-se davant d'un dels 5 eixos estratègics proposats. D'aquesta manera es van

formar 5 grups d'entre 5 i 6 persones cada un. Els grups tenien l'objectiu d'identificar els 3 horitzons comentats anteriorment. A continuació es presenten amb taules un recull dels resultats.

Taula 06: Línia estratègica 1 "Comunicació i Promoció"		
Accions	Qui	Quan
H1: Quines accions podríem impulsar de forma immediata?		
1. Buscar finançament		
2. Una agenda comú coordinació d'activitats		
3. Creació de la marca		
4. Creació de networking intern de la comarca		
H2 Quines accions ens permeten desenvolupar aquest eix?		
1. Comunicar per atreure gent que vingui a viure [?] Dinamització comunitària		
2. Buscar finançament [40] "Marketing de contingut"		
3. Creació del <i>relat de la Cerdanya</i>		
4. Crear relacions transfrontereres (governança)		
5. Trobar formes de comunicar originals		
6. Cercar relacions transpirinèiques		
7. Saber quina és la identitat i el potencial a nivell municipal		
8. Coordinació amb la comunicació		
H3: Quines accions ens permeten assolir el propòsit del pla?		
1. Gastronomia i producte local		
2. Marca pròpia: qualitat de vida - salut		
3. Territori sostenible		
4. Una marca coneguda arreu: Cerdanya i Pirineus- Interna		
5. Atreure turisme europeu		
6. Una marca tot l'any		
7. Una comunicació plural, coordinada dins una marca		
Comentaris:		
•		

Taula 07: Línia estratègica 2 "Turisme Sostenible i Conscient"		
Accions	Qui	Quan
H1: Quines accions podríem impulsar de forma immediata?		
1. Tallers, formacions Natura, escoles a la línia de la Rosa Sensat...		
2. Disseny d'una campanya d'economia circular i de gestió de residus [zero]	Associació	

waste]	agroalimentària	
3. Tallers de conscienciació naturals (papellones, camins...)		
4. Espais de producte local a les botigues		
5. Bicis i camins senyalitzats		
6. Una aplicació de compartir cotxes a nivell comarcal "transport a la carta"	Consell Comarcal	
7. Arreglar camins amb camps de treball		
H2 Quines accions ens permeten desenvolupar aquest eix?		
1. Demanar la carta de turisme sostenible europea	Consell Comarcal	
2. Demanar el segell de qualitat "bioesfera"	Consell Comarcal	
3. Demanar la carta del paisatge (sector primari i ramaders)	Consell Comarcal	
4. Promoure l'ús conscient i reciclatge d'una campanya: productes turístics sostenibles		
5. Regulació de la producció: residus zero		
6. Transport públic bones connexions locals i durant tot l'any "transport intrapobles" i puntuals	Consell Comar.	
7. Formació per guies, idiomes i autoformació pels joves de la Cerdanya!	Parc Natural i Consell Com.	
H3: Quines accions ens permeten assolir el propòsit del pla?		
1. Una oferta coherent i anant a la una		
2. Que la població sigui la primera de fomentar el model i també les escoles (i les rurals!) de turisme sostenible i conscient		
3. Educació i escoles i AMIPAS (canvi de valors, economia circular, sinergies...) en natura		
4. Enxarxament i sinergies, promoure l'economia circular a la Cerdanya (circuit d'economia local). Funcionem molt amb el que veiem (cohesió, intercooperació i comunicació)		
5. Accions turístiques per la gent d'aquí i la gent d'allà		
6. Organitzem activitats perquè el turisme també ens ajudi a conservar el territori		
7. Despertar consciències des de la Cerdanya...!	TOTES	
Comentaris:		
Potenciar la cultura popular: remeieres, oficis de muntanya, cultura oral per no perdre-la, art i artesanía popular		

Taula 08: Línia estratègica 3 "Regulació de l'impacte eco-social"

Accions	Qui	Quan
---------	-----	------

H1: Quines accions podríem impulsar de forma immediata?		
1. Unificació de la senyalització dels senders i pistes i sobre activitats agrícoles i ramaderes	Consell	Ja
2. Definició d'itineraris amb menys impacte i més seguretat	Parc Natural CM + Admin	Ja
3. Campanya de conscienciació sobre el comportament de l'entorn	Parc Natural CM + Admin	Estiu 2019
4. Ajuts a l'emancipació del jovent	Ajuntament	Aviat
5. Regulació d'accés a espais d'interès natural (pagar, limitació d'accés: 4x4, boletaires, capacitat, cria, ecologia...)	Ajunta PNCM	Ja
6. Facilitar la recollida i dipòsit de residus (porta a porta?)	?	Ja
7. Campanya de conciençiació sobre el reciclatge		Ja
8. Prohibició de les bosses de plàstic	Ajuntaments	Ja
H2 Quines accions ens permeten desenvolupar aquest eix?		
1. Estudi ben fet de les capacitats de càrrega turística (bolets, total, llocs concrets, espai...)	Consell Comarcal	2020
2. Estudi de perfil de persones amb necessitats d'habitatge - i regulació municipal: gravar a habitatges turístics amb benefici amb persone que necessiten de la vivenda	Consell Comarcal i Ajuntaments	2020
3. Recollida selectiva (Porta a porta)	Ajuntament	2021
4. Impulsar altres economies		
5. Recolzament institucional al sector primari i a altres activitats		
6. Impulsar l'economia social i solidària i el cooperativisme		
7. Pla urbanístic comarcal que afavoreixi la vivenda habitual		
H3: Quines accions ens permeten assolir el propòsit del pla?		
1. Bloqueig a la requalificació de terrenys rústics		
2. Creació d'una entitat reguladora (H2 o H3)		
Comentaris:		
•		

Taula 09: Línia estratègica 4 "Diversificació i desestacionalització"

Accions	Qui	Quan
H1: Quines accions podríem impulsar de forma immediata?		

1. Crear productes i serveis fora de temporada (fires, festivals, esdeveniments esportius i turístics) i organitzar 2 festivals de música, teatre, dansa (un a primavera i un altre a la tardor)	Aj., assemblea, Consell Comarcal	Primavera i tardor
2. Enquesta sobre la valorització del patrimoni per part de cerdans i turistes		
3. Fer 2 festivals per fomentar colles amateurs de música, teatre, dansa		
4. Ofertes repartides en les poblacions no només Puigcerdà (organitzada amb escoles, associacions...		
5. Festival Natura (primavera), representar moviments que cuiden la natura		
6. Destacar-nos com a comarca sostenible, bona gestió de residus, bona creació de noves tecnologies (cotxes elèctrics)		
7. Potenciar la pàgina web per atreure mercat internacional (cursos per petites empreses)		
8. Oferta amb persones expertes del món de l'esport, la salut, etc.	Amb claustrer	
H2 Quines accions ens permeten desenvolupar aquest eix?		
1. Fer una enquesta sobre diversos punts: - Estudi del sector turístic i l'estacionalitat de les consumidores cerdanes i altres agents - Conèixer les ofertes de les altres comarques (p.e. la Vall d'Aran i altres oficines turístiques, per crear xarxa!) - Definir i conèixer a fons el patrimoni (natural i cultural) per poder-lo revalorar, difondre i promocionar-lo! També crear-lo! - Investigar la gestió dels residus per promoure nous mercats (vinculats amb les noves tecnologies, nous llocs de treball, feina i residència... - Vincular-nos amb investigadors d'universitats		
2. Fer una proposta (oferta) gastronòmica (p.e. formatges, embotits, pastisseria, km0, etc.)		
3. Anàlisi de tendències de futur		
4. Crear xarxa i comunitat (teixit social) amb totes les agents involucrades en aquest procés de desestacionalització - tractar temes comuns!		
H3: Quines accions ens permeten assolir el propòsit del pla?		
1. Totes aquestes accions estan vinculades amb la gent (societat civil) i d'interès per les cerdanes		
2. No podem apartar-nos de les "èpoques de pau", cuidar-nos i al territori		
3. participació ciutadana a la presa de decisions (governança)		
Comentaris:		
•		

Taula 10: Línia estratègica 5 "Governança"

Accions	Qui	Quan
---------	-----	------

H1: Quines accions podríem impulsar de forma immediata?		
1. Acció política que promoció la participació	Polítics	
2. Normativa de circulació, prioritzar la població de la Cerdanya 1. Què passa en camins privats, amb els i les apgeses, els cotxes... 2. Remarcar la identitat del poble cerdà	Totes i admin pública	
3. Carta de turisme sostenible (fer la gestió entre diferents sectors i a la comarca)		
H2 Quines accions ens permeten desenvolupar aquest eix?		
1. Realitzar un estudi sobre l'habitatge d'ús turístic de la comarca i regularitzar-ho (de forma participativa), prioritzant l'accés a la gent que viu a la Cerdanya	Polítics	
2. Crear un consorci públic/privat de gestió de recursos naturals		
H3: Quines accions ens permeten assolir el propòsit del pla?		
1. Crear òrgans temporals (consell de poble o e barris) de presa de decisions (de diferents sectors) obertes a tothom i assembleàries	Admin pública, societat civil... TOTES	
Comentaris:		
•		

Seguidament cada grup va poder socialitzar amb la resta els punts i conclusions clau que havien estat desenvolupant de cada una de les cinc línies estratègiques,

Es va explicar que els propers passos serien: recollir tota la informació i socialitzar-la amb la Comissió de Seguiment i Avaluació (CSA), i portant-la de nou a la tercera jornada co-creativa.



Imatge 09: Co-creant el pla d'acció a l'aire fresc

5 Cloenda i Propers Passos

Es recorda que es farà una tercera trobada co-creativa i participativa més, on tothom hi està convidat/da. Es recorda que cada sessió és diversa, i que la suma de les tres generen els resultats finals. S'informa i es recorda que la propera i última jornada tindrà lloc el proper:

Trobada	Hora i Lloc
1ra Trobada	04 abril, a Puigcerdà, a les 10:00h
2na Trobada:	15 de maig a Bellver, a les 17:00h
3ra Trobada:	12 de juny a Alp, 19:00h

Moltes gràcies per la vostra assistència i participació!

I recordeu que també podeu seguir el procés des de les xarxes a:

@TurismeCerdanya

#quintrinxatvols

www.cerdanya.org

III Jornada co-creativa
**PLA D'ACCIÓ
SECTORIAL DE
TURISME**
de la Cerdanya

MEMÒRIA

19:00 - 22:00h, 12 de juny de 2019

Palau de Congressos, d'Alp



Index de continguts

1 Benvinguda i presentacions.....	2
2 Propòsit del pla d'acció sectorial de turisme.....	2
3 El termòmetre de les línies estratègiques.....	4
3.1 Línia estratègica 1: "Comunicació i Promoció"	4
3.2 Línia estratègica 2: "Turisme Sostenible i Conscient"	5
3.3 Línia estratègica 3: "Regulació de l'impacte eco-social"	7
3.4 Línia estratègica 4: "Desestacionalització i Diversificació"	8
3.5 Línia estratègica 5: "Governança"	9
4 De la teoria a la pràctica: "3 horitzons"	10
4.1 El model teòric dels "Tres Horitzons"	10
4.2 Definint la pràctica, els plans d'acció.....	11
5 Cloenda i Propers Passos.....	16

Nota sobre l'ús del llenguatge inclusiu

En la redacció de la present memòria així com amb la seva globalitat, la cooperativa Resilience.Earth utilitza el llenguatge inclusiu, és per aquest motiu que la present memòria s'escriu utilitzant principalment paraules en gènere neutre i parlant de «persones». L'ús del llenguatge inclusiu surt d'un compromís per a contribuir a la construcció de l'equitat de gènere entre altres equitats¹.

¹ The "Big Eight" social identifiers are: Ability, Age, Ethnicity, Gender, Race, Religion, Sexual Orientation, Socio-Economic Status/Class. However, the US National Association of Independent Schools (NAIS) added the following to this original list: Body Image, Educational Background, Academic/Social Achievement, Family of Origin, Family Make Up, Geographic/Regional Background, Language, Learning Style, Beliefs (political, social, religious), Globalism/Internationalism.

Participants

Participants (35)

Facilitadores (4): Òscar Gussinyer, Erika Zárate, Joan Santaaulària i Laura Comas

Fotografia/Acte (3): Marc Planagumà, Joan Santaaulària i Laura Comas

Objectius de la Jornada

- Confirmar el propòsit del Pla d'Acció
- Validar els objectius estratègics
- Socialitzar i consensuar les fites pels objectius estratègics
- Fer una pluja d'idees d'accions per aconseguir les fites
- Co-crear un model de governança per executar aquest pla d'acció

Ordre del Dia

HORA	ACTIVITAT
19:00	1. Benvinguda i presentacions
19:15	2. Termòmetre del Propòsit, Objectius Estratègics i Fites
19:45	3. Co-creació del Pla d'Acció
20:45	4. Governança
21:45	5. Cloenda i propers passos

1 Benvinguda i presentacions

Ramon Moliner, President del Consell Comarcal de la Cerdanya, dona la benvinguda a les persones assistents a la jornada participativa i introdueix la fi d'aquest procés participatiu per l'elaboració del pla d'acció sectorial de turisme, impulsat pel Patronat de Turisme de la Cerdanya i el Consell Comarcal.

A continuació, Maria Faura, tècnica del Patronat de Turisme, presenta l'origen del procés participatiu, el seu finançament, així com la cooperativa assessora i contractada, Resilience.Earth, que acompanya aquest procés participatiu.

L'Erika Zàrate, sòcia de la cooperativa ResilienceEarth (www.resilience.earth), explica què és un procés participatiu i quins són els passos que s'estan seguint:

1. Es realitza un buidatge de **documents de referència**, així com d'altres estudis ja realitzats amb anterioritat.
2. **Diagnosi participativa**, amb més de 25 persones entrevistades de diferents àmbits i sectors.
3. Creació de la **Comissió de Seguiment i Avaluació**, que té la funció de vetllar per la transparència i l'avaluació durant tot el procés participatiu.
4. **Jornades de participació**; han estat tres, essent la present la última.
5. **Redacció del Pla d'Acció**.
6. **Retorn** als assistents del Pla d'Acció i **Implementació**.

Tanmateix, va introduir l'Ordre del Dia de la tercera i última jornada participativa, i es va comentar que, si hi havia prou consens, es validarien tant el propòsit com els objectius estratègics, es faria una pluja d'idees de quines accions caldrà realitzar per a donar resposta als objectius i el propòsit, i per últim, ens centrariem en quin seria l'òrgan coordinador per d'implementació del Pla d'Acció, per tal que sigui participatiu i tingui en compte les diferents veus de la comarca.

Seguidament, es va fer un breu resum del que s'havia fet a la jornada anterior i es va comunicar que es pot accedir a la memòria de la primera i la segona jornada des de la pàgina web del patronat de turisme: www.cerdanya.org

2 Termòmetre del Propòsit i els Objectius Estratègics

Es va demanar a les participants que aixequessin les mans en funció del seu grau de consens amb la proposta de propòsit ja treballat en les trobades anteriors de 0 a 10 (més avall = 0 i més amunt = 10). Vam poder observar com les persones aixecaven les mans tot mostrant un grau d'acord elevat. A continuació, es va demanar als assistents d'anotar els seus comentaris en post-it

Així doncs la proposta de propòsit que es va retenir va ser:

PROPÒSIT:

El sector turístic, juntament amb els actors de la comarca (sector públic, sector privat i societat civil) treballa pel desenvolupament sostenible de la Cerdanya, custodiant el patrimoni cultural, natural i humà, tot reforçant la identitat del territori i poble cerdà.

Comentaris:

- Els globos «Cerdanya Montgolfier»: cal compartir la nostra experiència de desestacionalització (com a bona pràctica).
- Falta aterrar les coses, massa poc real.
- Sembla la missió d'una associació cultural i s'allunya precisament de l'objectiu d'aquest debat: el turisme.



Imatge 01: El termòmetre del Propòsit

Anant a la part més estratègica del pla, es va explicar que les línies estratègiques presentades, igual que el propòsit, són el resultat d'un repàs analític fet per la CSA de les tendències estratègiques identificades al llarg de les entrevistes, treballades durant la primera i segona jornada co-creativa i també, amb les aportacions fetes a través del qüestionari on-line i de la segona jornada co-creativa, amb diferents fites clares per cada una de les estratègies.

La proposta de 5 línies estratègiques i les seves fites són:

OBJECTIU ESTRATÈGIC 1: Construir un model de turisme sostenible i conscient que esdevingui un referent.

- *Fita 1.1:* Promoure la certificació sostenible del territori(Carta Europea de Turisme Sostenible, biosfera, Paisatge)
- *Fita 1.2:* Sensibilitzar envers la sostenibilitat als professionals i a la població a través de la formació, començant per l'escola.
- *Fita 1.3:* Millorar la mobilitat per tal de què sigui més sostenible i accessible.
- *Fita 1.4:* Fomentar l'economia regenerativa a partir dels recursos locals.
- *Fita 1.5:* Despertar consciències des de la Cerdanya.

OBJECTIU ESTRATÈGIC 2: Desestacionalitzar i diversificar l'oferta turística de la comarca.

- *Fita 2.1:* Crear productes i serveis fora de temporada, potenciant les infraestructures existents arreu del territori cerdà.
- *Fita 2.2:* Fer de la Cerdanya un destí turístic de qualitat que potenciï la identitat comarcal.
- *Fita 2.3:* Fer *lobby* amb les comarques veïnes per incidir i fer evolucionar el calendari i la legislació nacional turística.
- *Fita 2.4:* Captar nous mercats internacionals, sempre en equilibri amb les necessitats dels habitants de la comarca.

OBJECTIU ESTRATÈGIC 3: Regular l'impacte eco-social de les activitats turístiques.

- *Fita 3.1:* Gestionar el turisme perquè el seu impacte augmenti la conservació, restauració i regeneració dels espais naturals i agrícoles.
- *Fita 3.2:* Limitar i regular els habitatges d'ús turístic i de segona residència.
- *Fita 3.3:* Crear un Observatori de Turisme Sostenible(per fer estudis, informar el públic i presa de decisions polítiques...).

OBJECTIU ESTRATÈGIC 4: Potenciar la comunicació i promoció del pla d'acció.

- *Fita 4.1:* Co-crear el relat de la identitat Cerdana per promoure la nostra proposta singular.
- *Fita 4.2:* Crear una marca pròpia referent en turisme sostenible, que vetlli per la qualitat de vida i la salut dels habitants.

- *Fita 4.3:* Co-crear un pla de comunicació de contingut.
- *Fita 4.4:* Augmentar la interrelació amb els territoris veïns.
- *Fita 4.5:* Difusió de la «marca Cerdanya» a nivell internacional.

OBJECTIU ESTRATÈGIC 5: Co-crear i gestionar un model de governança participativa.

- *Fita 5.1:* Augmentar la participació i la diversitat de la representació dins del Patronat de Turisme.
- *Fita 5.2:* Coordinar els diferents actors turístics de la comarca.
- *Fita 5.3:* Facilitar un espai anual i participatiu per a la revisió del pla d'acció i co-creació de noves iniciatives.
- *Fita 5.4:* Organitzar una jornada anual internacional on debatre les noves tendències del turisme sostenible.

Per tal d'avaluar el grau de consens i veure les opinions respecte els diferents objectius estratègics es va presentar la mateixa dinàmica feta anteriorment amb el propòsit: havien de votar a una escala de l'01 al 10 el grau d'acord vers cada una de les línies estratègiques proposades, també en post-it's podien donar respostes i comentaris sobre cada objectiu. Aquesta eina facilita que cada persona pugui expressar què pensa, alhora que en poc temps es puguin identificar tendències col·lectives. Els resultats d'aquesta dinàmica es presenten a continuació:

2.1 Objectiu estratègic 1: Construir un model de turisme sostenible i conscient que esdevingui un referent.

Observant el termòmetre fet a mà alçada, podem observar que hi ha un grau elevat de consens.



Imatge 02: Objectiu estratègic 1. Construir un model de turisme sostenible i conscient que esdevingui un referent.

2.2 Objectiu estratègic 2: Desestacionalitzar i diversificar l'oferta turística de la comarca.

Observant el termòmetre d'aquest objectiu estratègic, també podem observar un grau de consens elavat.



Imatge 03: **Objectiu estratègic 2.** Desestacionalitzar i diversificar l'oferta turística de la comarca.

2.3 Objectiu estratègic 3: Regular l'impacte ecosocial de les activitats turístiques.

Observant el termòmetre d'aquest objectiu estratègic, també podem observar un grau de consens elavat.



Imatge 04: **Objectiu estratègic 3.** Regular l'impacte ecosocial de les activitats turístiques

2.4 Objectiu estratègic 4: Potenciar la comunicació i promoció del pla d'acció.

Observant el termòmetre d'aquest objectiu estratègic, també podem observar un grau de consens elavat.



Imatge 05: **Objectiu estratègic 4.** Potenciar la comunicació i promoció del pla d'acció

2.5 Objectiu estratègic 5: Co-crear i gestionar un model de governança participativa.

Per finalitzar, observant el termòmetre d'aquest objectiu estratègic, també podem observar un grau de consens elavat.



Imatge 06: **Objectiu estratègic 5.** Co-crear i gestionar un model de governança participativa.

3 Co-creació del Pla d'Acció

Després de validar i fer comentaris sobre el propòsit i els objectius estratègics, es va proposar una dinàmica participativa per taules, per la co-creació d'accions per cada objectiu estratègic i les seves fites. La dinàmica consistia en fer grups amb diversitat de sectors (empresa, pagesia, públic-polític i societat civil) i que cada grup rotés per totes les taules sobre els diferents objectius estratègics, proposant diferents accions per aconseguir les fites.

3.1 Objectiu estratègic 1: Construir un model de turisme sostenible i conscient que esdevingui un referent. Accions.

La pluja d'accions realitzada per tots els grups està a la taula següent:

Taula 01. Accions de l'Objectiu estratègic 1		
Accions	Qui	Quan
Fita 1.1: Sensibilitzar envers la sostenibilitat als professionals i a la població a través de la formació, començant per l'escola (de manera enxarxada amb altres actors)		
1. Mapatge d'activitats de turisme sostenible i punts d'informació		
2. Escola també, però primer als polítics i empreses		
3. Pla de formació (i calendari)		
4. Una mica internacional de propostes des de les escoles, pla d'acció (mapa del temps) amb la Cerdanya de França, Catalunya i arreu del món. Una possibilitat a estudiar		
5. De manera enxarxada amb mestres, empreses, etc.		
6. Implicar a la societat en la cooperació a través de la Ciència Ciutadana		
Fita 1.2: Promoure la certificació sostenible del territori (Carta Europea de Turisme Sostenible, CETS, biosfera i Paisatge) i Objectius de Desenvolupament Sostenible (o <i>clé vent</i> a França)		
1. Ajuntaments involucrats!		
2. Espais lliures de caça		
3. Declaració de Cerdanya reserva de la biosfera, Augment de parcs geològics, destacar PIG (Punts Interés Geològic)		
4. Incrementar la protecció dels espais naturals de la Cerdanya (Solana)		
5. CETS de tota la comarca de la Cerdanya		
Fita 1.3: Millorar la mobilitat per tal de què sigui més sostenible i accessible		
1. Tren més ràpid i més accessible		

2. Telecabina a la Molina des de l'Estació		
3. Millorar el transport públic a nivell local (Bus 1€ a França)		
4. Transport intern		
5. Fer menys car (per VAO) el túnel, perquè sigui més accessible (però volem menys cotxes)		
6. Promoure la circulació en bicicleta (adequar vials, etc.)		
7. Compromís comarcal a la mobilitat sostenible i accessible per a tothom		
8. Cotxes elèctrics de loguer per hores (carsharing)		
9. Taxa per vehicles contaminants		
Fita 1.4: Fomentar l'economia regenerativa a partir de recursos locals		
1. Tenir 2-3 agrobotigues locals, i sense intermediàries		
2. Reobrir escorxadors Bellver i Puigcerdà. Baixar preus sacrifici al escorxador transfronterer		
3. Obrador cooperatiu (lloguer puntual)		
4. Estadets de salut per a professions com mestres en formació (forans i locals) i aprenem fent salut alhora		
5. Fomentar l'economia local		
6. Ajuda a fer més accessible les petites botigues		
7. Bona pràctica: Consultar zona austriaca-italiana que gestiona recursos locals de manera excel·lent		
Fita 1.5: Despertar consciències des de la Cerdanya		
1. Sensibilització del producte local		
2. Donar-li sensibilització al producte local i de qualitat: benestar animal, benestar social, economia local i qualitat nutricional		
3. Cuidar productes de l'economia local i la cultura i valoració del producte local		
4. Promoure una cultura i els costums i la consciència sobre el producte local		
5. Cuidar i fomentar la nostra auto-estima i identitat		
6. A través de polítiques públiques per reduir deixalles de plàstic que entren pel turista (i que hem de gestionar nosaltres)		
7. Facilitar gestió de reciclatge a estacions d'esquí i a pobles (ara som penúltima comarca en gestió de reciclatge... hem d'estar davant de totes!)		
8. Que grans superfícies siguin més sostenibles		
Comentaris		
• Construir un model de turisme sostenible <i>en tots els sentits: social, ecològic i econòmic.</i> • Que esdevingui un referent i <i>s'hi ha de poder viure.</i> • Incloure glossari al Pla d'Acció • Incloure agenda al Pla d'Acció		

3.2 Objectiu estratègic 2: Desestacionalitzar i diversificar l'oferta turística de la comarca. Accions

Les accions que varen sorgir en les taules co-creatives són les següents:

Taula 01. Accions de l'Objectiu estratègic 2		
Accions	Qui	Quan
Fita 2.1: Crear productes i serveis fora de temporada, potenciant les infraestructures existents arreu del territori cerdà		
1. Turisme esportiu i de salut (malalties d'asma, fomentar la gent gran com a clientela...)		
2. Turisme de negocis		
3. Turisme natura / ecològic (rutes guiades; flora i fauna, geològic, temps i clima... Visites a pagès 2.0 «evolucionat»)		
4. Turisme de patrimoni cultural: ruta de museus, festivals culturals, musicals, teatre... durant tot l'any		
5. Recuperar festes i tradicions antigues: trumfades, jornades gastronòmiques (local i sobirania alimentària)		
6. Rotar i descentralitzar festes gastronòmiques		
Fita 2.2: Fer de la Cerdanya un destí turístic de qualitat		
1. Llocs de treball de qualitat (I+D facultats d'universitats)		
2. Espai de participació i de trobades per a la coordinació		
3. Pujar la qualitat del producte (Per exemple: un càmping de * pujar-lo a ****)		
4. Regular allotjaments turístics complint la normativa		
Fita 2.3: Fer Lobby amb les comarques veïnes per incidir i fer evolucionar el calendari i la legislació nacional turística		
1. Marcar 2 mesos l'any temàtiques per la promoció		
2. Coordinar el calendari d'esdeveniments a nivell transfronterer per tal que no coincideixin activitats		
Fita 2.4: Captar nous mercats internacionals, sempre en equilibri amb les necessitats de la comarca		
1. No ampliar ni créixer més en la infraestructura		
2. Formar guies especialitzats i amb idiomes		
3. Buscar mercats segons estudi de mercat		
Comentaris		
• Esponjar i llimar pics de sobre freqüentació • Agricultura i ramaderia que potenciïn espècies en perill d'extinció		

• Calendari de vacances rotaria igual que el model francès (setmana blanca per comarques)
• En temporada baixa fomentar i facilitar el turisme local (Cerdanya) i territoris veïns
• Falta una via ferrada
• Falta una activitat estrella que no es trobi a 2 hores de cotxe
• Hi ha una demanda fora de temporada? Quina? Hi ha activitats sostenibles que suportin els volums de l'esquí
• Crear productes de cicloturisme i bicicleta de carretera
• Potenciar el senderisme sostenible (control)
• Crec que hi ha oferta suficient, falta potenciar el mercat
• Entenc que també es bo un període de descans. Per tant desestacionalització sí, però...

3.3 Objectiu estratègic 3: Regular l'impacte eco-social de les activitats turístiques. Accions

Les accions que varen sorgir en les taules co-creatives són les següents:

Taula 03: Accions objectiu estratègic 3		
Accions	Qui	Quan
Fita 3.1: Gestionar el turisme perquè el seu impacte millori la conservació, restauració i regeneració dels espais naturals, agrícoles, culturals i patrimonials (i prediquem amb l'exemple)		
1. Tolerància zero amb infractors en el territori protegit (quads, buggys, etc.)		
2. Masella il·luminació i increment de pistes (No) ?!		
3. Sensibilització sobre la conservació de monuments, jaciments i espais naturals		
4. Reducció de la contaminació lumínica, acústica i residus		
5. Regular els processos de lloguer turístic en Ctoc (ex.: BandB). No limitar la llibertat individual de uso de su propiedad		
Fita 3.2: Limitar i regular els habitatges d'ús turístic i de segona residència i incentivar l'accés a l'habitatge habitual (fixació població resident)		
1. Model <i>Lotisament</i> Francès (habitatge social)		
2. Regular de manera similar a Barcelona i homogenia a tots els municipis		
3. Apostar per la rehabilitació enlloc de nova construcció		

Fita 3.3: Crear un Observatori de Turisme Sostenible (per fer estudis, informar el públic i presa de decisions polítiques, donar reconeixement a les bones idees i accions)		
1. Lligat a governança (Treure-ho de l'Objectiu estratègic 3)		
Fita 3.4: Limitar l'expansió urbanística (lligat a 3.2)		
1. Limitar l'expansió urbanística també a places hoteleres, càmpings, etc.		
2. Gestionar la mobilitat i l'accés a espais massificats, d'interès natural i patrimonial		
Comentaris:		
• Canviar Regular per Conscienciar i Gestionar en l'objectiu estratègic		



Imatge 07: Co-creació del Pla d'Acció a través de la dinàmica «Round Robin»

3.4 Objectiu estratègic 4: Potenciar la comunicació i promoció del pla d'acció.

Les accions que varen sorgir en les taules co-creatives són les següents:

Taula 04: Accions Objectiu estratègic 4		
Accions	Qui	Quan
Fita 4.1: Co-crear el relat de la identitat Cerdana per promoure la nostra proposta singular		
1. La identitat cerdana ja està creada		
Fita 4.2: Crear una marca pròpia referent en turisme sostenible, que vetlli per la qualitat de vida i la salut dels habitants		
1. Identificar la marca amb un producte. El trinxat?		
2. El producte és la vivència del visitant, la comarca en si...		
Fita 4.3: Co-crear un pla de comunicació de contingut		
1. Cal treballar primer per millor comunicar		
2. Abans de comunicar a l'exterior s'ha de tenir clara la estratègia de manera interna		
3. Identificar els diferents segments de mercat per comunicar de manera concreta amb cada un d'ells		
4. Creació d'una xarxa de comunicació interna		
Fita 4.4: Augmentar la interrelació amb els territoris veïns		
1. Treballar amb els territoris veïns per atreure públic internacional		
Fita 4.5: Difusió de la «marca Cerdanya» a nivell internacional		
1. Assistència a fires internacionals		
5. Aprofitar l'efecte olimpíades		
6. Estem d'acord però potenciant un turisme sostenible i de qualitat i que arribi al sector que ha d'arribar		
Comentaris:		
• En el títol de l'objectiu estratègic crea confusió la part de: del pla d'acció		

3.5 Objectiu estratègic 5: Co-crear i gestionar un model de governança participativa.

Les accions que varen sorgir en les taules co-creatives són les següents:

Taula 05: Accions objectiu estratègic 5		
Accions	Qui	Quan
Fita 5.1: Augmentar la participació i la diversitat de la representació dins del Patronat de Turisme		
1. Buscar nous canals de comunicació que arribin a la gent que normalment no arriba		
2. Aprofitar i fomentar el que ja tenim (amplificació)		
3. Les institucions hauran d'acceptar el pla d'acció participatiu		
4. Formació dels tècnics en participació i governança		
5. L'espai participatiu haurà d'estar facilitat per una entitat neutral i externa al territori.		
6. Aquest organisme hauria de ser molt rotatiu (6 mesos o 1 any per garantir continuïtat), dinàmic , flexible i funcional		
7. S'ha de ser realista. Ha de ser un òrgan amb poder i finançament		
Fita 5.2: Coordinar els diferents actors turístics		
1. Treballar en interrelació entre sectors		
2. Que hi hagi persones que representin la societat civil no organitzada		
3. La societat civil té més limitacions a participar: Crear un espai de participació digital pot facilitar la democràcia i la transparència (Plataforma)		
4. Projecte compartit per tots els sectors		
5. La informació de la coordinadora hauria de ser el més transparent possible		
6. Acordar i limitar la capacitat de decisió de cadascun dels agents		
Fita 5.3: Facilitar un espai anual i participatiu per a la revisió del pla d'acció i co-creació de noves iniciatives.		
1. Garantir la solidesa i continuïtat de l'estructura de governança		
1. Representació de tots els sectors (joves!!!)		
1. Implicació participativa en el desenvolupament		
Fita 5.4: Organitzar una jornada internacional on debatre les noves tendències del turisme sostenible		

Comentaris:

- Obrir la participació en moments concrets
- Parlem de turisme per supervivència dels veïns. És un dels pocs productes que podem vendre i que són atractius pel possible consumidor.

4 Decidint sobre la governança

Seguidament es plantejà el repte de la governança, reflexionant sobre quina hauria de ser la composició de la estructura que sostindria el pla d'acció acordat. En un primer moment es proposà una pluja d'idees demanant a les participants qui pensaven que hauria d'estar representada en aquest organisme i s'assignaren cadires (a la imatge inferior post-its) per a cada una de les representants.



Imatge 08: Assignació de cadires a les representants en l'òrgan de governança

Finalment, es proposà una reflexió sobre la representació sectorial, l'alternança en els càrrecs de representació i la regularitat de les trobades, on es van acordar els següents punts:

- Una comissió/moviment/òrgan de coordinació per implementar el Pla d'Acció
- Va sorgir la reflexió que es voldria molta diversitat i diferent representació, però es dubtava que pogués ser sostenible en el temps pel compromís a les trobades.
- Es va comentar que les representants han de tenir coneixement de cada sector
- Es va proposar una tantativa:
 - 25% sector públic-polític
 - 25% sector privat
 - 25% societat civil
 - 25% territori

5 Cloenda i Propers Passos

Per acabar, es va agrair la participació a totes les persones i es va recordar que els propers passos són que la Comissió de Seguiment i Avaluació validi el Pla d'Acció i acabar de concretar el model de governança i coordinació per la seva implementació. Com a propers passos, es va comunicar que la Comissió de Seguiment i Avaluació treballarà el contingut d'aquestes tres jornades, conjuntament amb l'Oficina de Turisme i la cooperativa Resilience.Earth per poder generar una proposta final del Pla d'Acció, que estarà oberta a retroalimentacions del públic fins la tardor, quan es farà la seva aprovació oficial, per poder implementar-lo a l'any 2020. Es va convidar a persones del públic qui estan interessades en aportar a la Comissió de Seguiment i Avaluació a la tardor, per donar relleu a algunes de les membres de l'actual Comissió de Seguiment i Avaluació que no podran continuar per qüestions d'altres compromisos personals i professionals.

Moltes gràcies per la vostra assistència i participació!

I recordeu que també podeu seguir el procés des de les xarxes a:

[@TurismeCerdanya](https://twitter.com/TurismeCerdanya)

[#quintrinxatvols](https://twitter.com/quintrinxatvols)

www.cerdanya.org

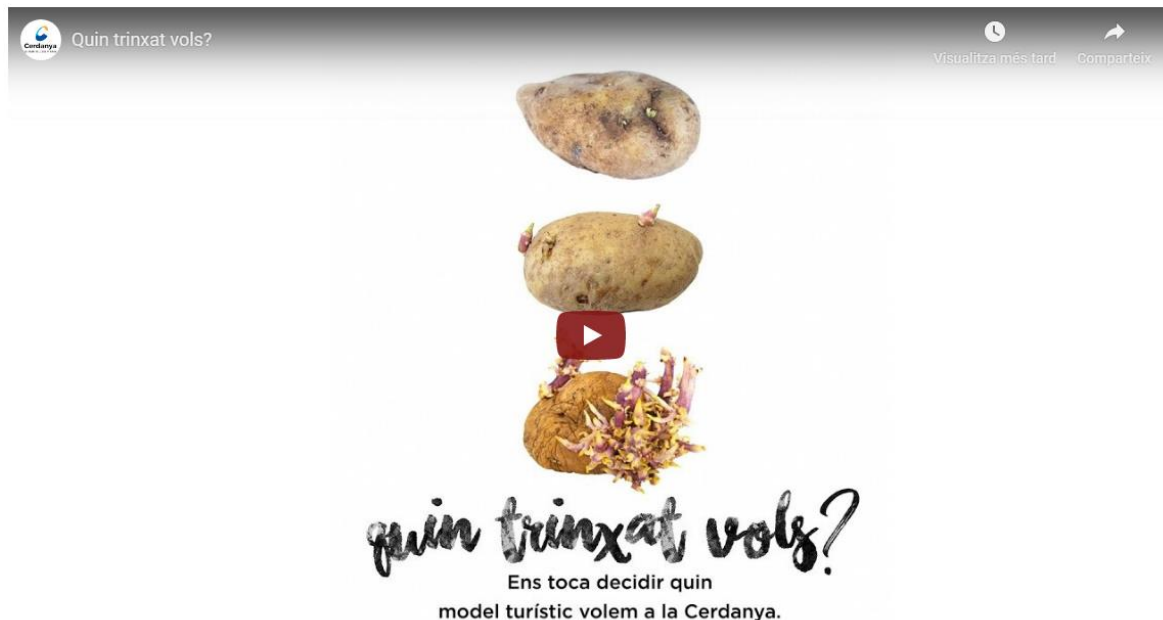


Imatge 09: Membres de la tercera jornada en un debat actiu!

Annex 4: Vídeos comunicatius de les Jornades de participació

Vídeo promocional de l'inici del procés participatiu

<https://youtu.be/JJUsNgu1mGI>



1^a Jornada participativa

<https://youtu.be/QDXBVQTgBuM>



2^a Jornada participativa

<https://youtu.be/wl5LqALFJao>



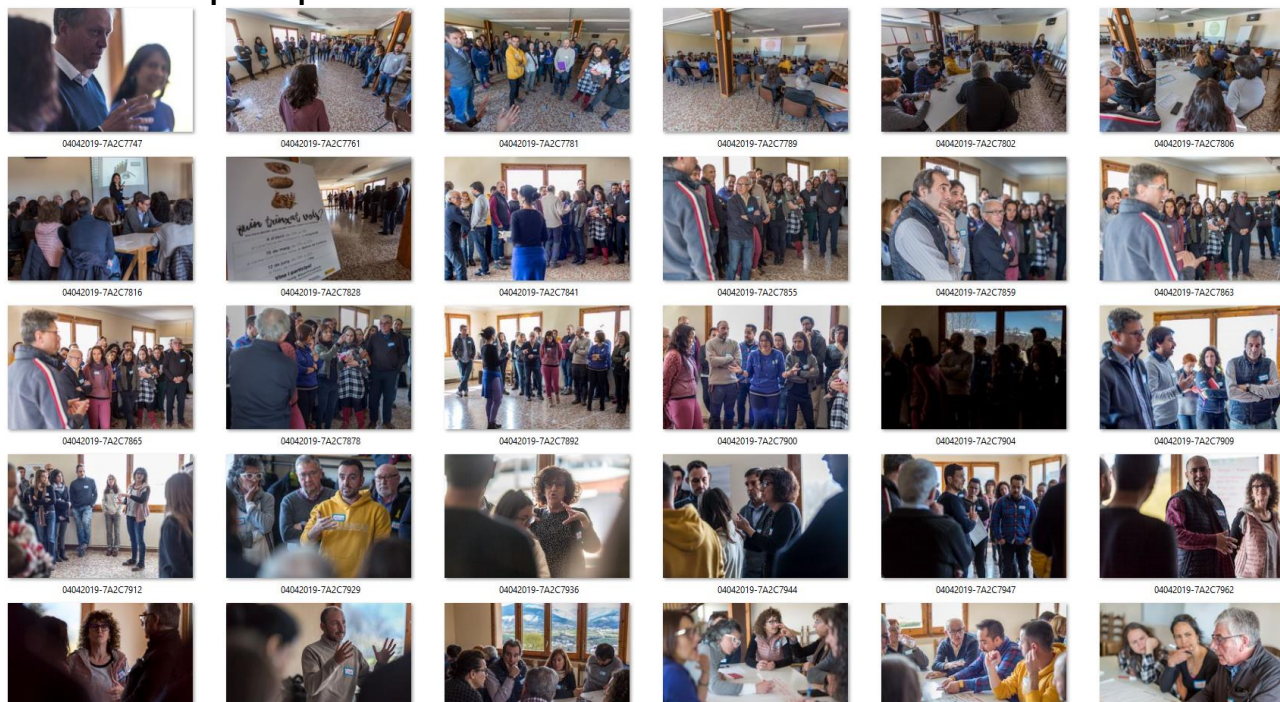
Resum final PAS-Turisme

https://www.youtube.com/watch?v=_MXPRH204LM&t=74s



Annex 5. Imatges de les Jornades de participació

1a Jornada de participació



2a Jornada de participació



12062019-E01A2692	12062019-E01A2685	12062019-E01A2674	12062019-E01A2655	12062019-E01A2632	12062019-E01A2626
12062019-E01A2617	12062019-E01A2607	12062019-E01A2589	12062019-E01A2567	12062019-E01A2580	12062019-E01A2575
12062019-E01A2545	12062019-E01A2531	12062019-E01A2521	12062019-E01A2520	12062019-E01A2513	12062019-E01A2510

