

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



**resilience
earth**

· Atiant la Re.Generació de la Terra ·
· Leveraging the Re.Generation of Earth ·

Resilience.Earth SCCL

Recerca, Formació i Assessorament en Resiliència Comunitària, Regeneració
Ecològica i Economia Social i Solidària

c/ del Carme 8, Olot, Girona · 17800 · Catalunya
+34 684 14 12 97 · info@resilience.earth
www.resilience.earth

Index de continguts

1 Benvinguda i presentacions	3
2 Socialització de la diagnosi participativa	4
3 Validant les tendències estratègiques	7
3.1 Tendència estratègica 1: "Diversificació del turisme en el territori"	7
3.2 Tendència estratègica 2: "Diversificar el turisme en el temps"	8
3.3 La capacitat de decisió.....	8
4 Un model d'anàlisi "WE RELATIONS"	10
5 Cocreació de les estratègies de turisme de la Cerdanya	11
6 Properes passes	13

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): Nathalie Imbern, Joseph Imbern, Carles Llonch, Esther Cot, David Casas, Xavier Jové, Sheila Rodríguez, David Isern, Lourdes i Salva (apartaments turístic), Carol Nabau, Alex Ibáñez, Marta Viver, Joaquim Camacho, Òscar López, Núria Muñoz, Mireia Vidal, Ivan Sanz, Joan Barnola, Montse Dolcet, Cristina Ferrer, Anna Pous, Gala Amell, Àngel Llobell, Lluís Milcant, Anna Peitx, Laura Forn, Núria Vidal, Màrius Mansilla, Mònica Isern, David Ruiz, Xusa Peleato, Maria Faura, Montse López, Carles de Moxó i Tània Vilana

Facilitadores: Òscar Gussinyer, Èrika 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.

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

07. Possibles futures accions

I sembla que la perspectiva de futur es 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 restaurant 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 si 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: <ul style="list-style-type: none"> • 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. Assamblearisime 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
<p>Un canvi de paradigma:</p> <p>a) Poder de decisió: involucrar sector català i francès (costums de turisme desestacionalitzat de França i Alemanya)</p> <p>b) Potenciar "territori Cerdanya"</p> <p>c) Ajuntaments a l'acció</p> <p>d) Turisme divers</p> <p>e) Ambaixadores del territori</p>	<p>1, Diversificar l'oferta i internacionalitzar (cultura, tercera edat i negocis) per desestacionalitzar el turisme</p> <p>2. Una marca de Cerdanya i un catàleg de serveis transfronterers</p> <p>3. Promoció de l'oferta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - diversa (cultural, patrimoni natural, esglésies romàniques, gastronomia, plantes medicinals) i crear productes especials - Campanya de comunicació? - atreure un públic divers (proper i internacional) <p>4. Turisme Saludable</p>	<p>Més col·laboració en general</p> <p>Col·laboracions amb la Cerdanya francesa (tinguent en compte diferències administratives i culturals)</p> <p>Potenciar les xarxes com el Cluster, entre empresaris i societat civil (per presionar a polítics amb l'acció)</p> <p>Col·laboració més propera entre el sector públic i privat</p>

6

Taula 02: Recull del treball fet pel GRUP D

Impacte	Estratègies	Col·laboracions amb els altres sectors
<p>a) Desestacionalització</p> <p>b) Turisme sostenible</p> <p>c) Turisme no massificat</p> <p>d) Turisme de qualitat</p> <p>e) Diversificar sectors econòmics</p> <p>f) Manteniment del nostre patrimoni (cultural i natural)</p>	<p>1. Internacionalització i/o nous mercats</p> <p>2. Millor publicitat i comunicació de la marca Cerdanya</p> <p>3. Creació de nous productes "potents"</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
#quintrinixatvols
www.turismecerdanya.org