

## **ACTA 3a sessió Redacció Pla d'acció**

### **Carta Europea del Turisme Sostenible al Parc Natural de l'Alt Pirineu**

Sessió presencial, 20 d'octubre de 2022

---

#### **Assistents**

Aleix Aytes, Slow food Pirineus

Anna Panisello Mas, Àssua viatges receptiu turístic Pallars Sobirà

Eva Múrcia, Consorci GAL Alt Urgell - Cerdanya

Iolanda Mas Cases, tècnica de turisme de l'Ajuntament de Sort

Laià Valle, FGC

Marta Casals, Cafè Pessets

Marta Cortina Cortina, Càmpings de Lleida

Moises Villanueva, Parc Natural de l'Alt Pirineu

Pepo Foz Aragall, OUTDOOR ADVENTOUR

Raimon Monterde Alberich, Roc Roi

Ramon Aytes, Hotel Pessets - La Xicoia

Eva Tarragona, mOntanyanes (secretaria tècnica per l'elaboració de l'Estratègia i el Pla d'acció d'acreditació de la CETS)

Núria Canals, mOntanyanes (secretaria tècnica per l'elaboració de l'Estratègia i el Pla d'acció d'acreditació de la CETS)

#### **Descripció de la sessió**

Es demana als assistents si algú pot fer la presentació resum del procés de la CETS fet fins ara i del procés de redacció del Pla d'acció. Es presta voluntari Raimon Monterde per fer l'explicació. Eva Tarragona presenta la línia estratègica 3 i els àmbits de treball que es treballaran durant la sessió:

Línia 3. EXPERIÈNCIES, SERVEIS, INSTAL·LACIONS. Desenvolupament sostenible.

Temes a tractar:

- Reducció impacte ambiental en els serveis (establiments turístics, restauració, empreses d'activitats, i serveis públics).
- Experiències responsables
- Conservació equipaments i infraestructures

**Dinàmica 1: Pluja d'idees sobre perfils de clients desitjats:** En 3 grups de 3 o 4 persones es fa una pluja d'idees dels perfils de turistes que pensem que encaixen amb el model de turisme que volem promoure.

*Quins segments de mercat volem potenciar en els propers anys? Quins són els que més encaixen amb els valors del turisme sostenible?*

Una persona recull tots els perfils del grup, es comparteix amb els altres grups.

**Compartim i prioritzem:** Es posen en comú els perfils. Hi ha coincidència d'algun perfil entre els tres grups? Hi ha algun perfil amb el que ja comptem?

Surten els següents perfils:

- Turisme familiar (amb interès per l'entorn i territori)
- Turisme esport actiu

- Sènior actiu (pot fer activitats de senderisme i cultura): tots els grups coincideixen que és important perquè desestacionalitza.
- Turisme de pesca (podria ser un sènior també): es comenta la importància d'aquest fa uns quants anys, i que potser seria interessant poder-lo recuperar, doncs desestacionalitza i normalment té alt poder adquisitiu.
- Grups de joves (que aprofiten paks o promocions, com carnet jove).
- Turisme escolar/educatiu: important per omplir èpoques de l'any amb baixa afluència. Interessant perquè si es realitzen activitats atractives i es gestionen correctament, els infants poden actuar de prescriptors de cara a les seves famílies. Es genera debat sobre si **tenim les infraestructures correctes per acollir aquests grups escolars, concretament a la zona del Parc Natural.**
- Turisme d'observació de fauna i flora (ornitologia, rapinyaires, grans mamífers...): existeix el producte de la brama però actualment la major part d'usuaris no venen per interès de l'activitat en si, si no per altres motivacions (o per una motivació més general de gaudir de l'entorn natural). Aquest públic realitza l'activitat perquè és gratuïta. Tot i que s'especifica que hi ha públic que contracta l'activitat amb guia i que, per tant, paguen per realitzar-la. De la manera que s'ha proposat l'activitat, que té molt potencial, ha repercutit poc en el teixit empresarial. **Cal que activitats amb interès s'organitzin amb la participació de tot el sector i que es maximitzin les possibilitats de que repercuteixi en les empreses i guies locals.**
- Turisme lent "slow": Conèixer la vida pirinenca, rural, saludable...pot ser una tipologia de turisme que realitzen diferents perfils (per exemple un sènior).
- Turisme per grups reduïts (contracten guies i activitats locals exclusius per al grup): Poden venir a través d'agències de viatges o "tour operators". És un segment de mercat que requereix molt esforç per part de les agències locals i que necessiten proveïdors compromesos que puguin prestar servei de forma continuada.
- Altres perfils específics: turisme cultural, turisme estranger, turisme de parelles (caps de setmana).

De tots els perfils recollits se'n prioritzen quatre, que són els que es consideren ideals i potencials per a un futur:

- Escolar
- Públic familiar
- Sènior
- Slow

**Dinàmica 2: Mapa d'empatia:** Es fan 4 grups de 3 o 2 persones i cada grup treballa un perfil. El mapa d'empatia és una eina que permet fer una aproximació més acurada del perfil dels potencials clients, intentant entendre millor, en el cas del turisme, què és el que impulsa un visitant a triar una destinació.

Resultats definició perfils a continuació. Marcat amb groc aquells conceptes que podríem treballar en forma d'accions per millorar l'oferta turística.

## AQUEST ÉS EL NOSTRE "TURISTA IDEAL"

**ESCOLAR**

Fiqueu-li un nom: *Vicenta*

Definiu els seus trets o característiques més rellevants: *Professora de medi ambient o educació física. Cap d'estudis. Mitjana edat i interessada en proposar activitats amb contingut.*

**1**

Quines motivacions i inquietuds té?  
Què és el que més li interessa quan viatja?

- Realitzar activitats a l'aire lliure amb seguretat.
- Vol cansar els alumnes
- Que la proposta tingui una part lúdica i una educativa

**2**

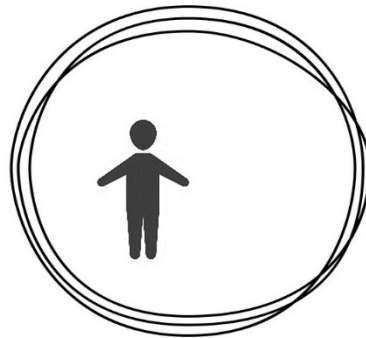
Què busca en una destinació?  
Quines coses veu en les destinacions que busca?  
(activitats, serveis, paisatges...)

- Tenir un **ventall ampli** i un bon programa amb:
  - Activitats
  - Natura
  - Tallers
  - Recursos pedagògics

**5**

Què l'influència a l'hora de viatjar?  
Què sent, què es diu?

- Coneixement del destí i activitat física



**4**

Quins desitjos vol aconseguir?  
Quines gratificacions (emocionals, pràctiques...) espera obtenir o viure?

- Que s'ho passi bé, coneixent un lloc (muntanya/cultura...)
- Fer treball en equip/socialització

**3**

Quan viatja o quan vol viatjar, què el pot frustrar? Què li fa por? Quins obstacles pot trobar? Què el pot tirar enrere?

- Meteo
- Nivell activitats
- **Distància**

## AQUEST ÉS EL NOSTRE "TURISTA IDEAL"

**FAMILIAR**

Fiqueu-li un nom: *Pere*

Definiu els seus trets o característiques més rellevants: *48 anys - Actiu - Funcionari a Barcelona - 3 fills - Divorciat i ajuntat amb la Maria que te 1 fill. Edat fills: 9, 12, 13 i 15.*

**1**

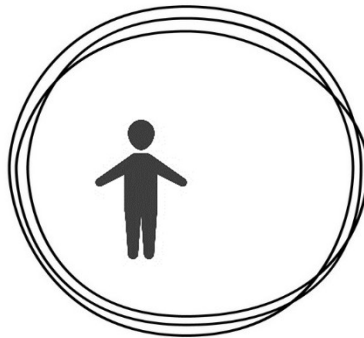
Quines motivacions i inquietuds té?  
Què és el que més li interessa quan viatja?

- Marxar de la ciutat
- Unir els fills
- Passar temps en família
- Transmetre als fills la idea de vida rural
- **Opcions per infants i joves**
- Preus familiars
- Poca massificació

**2**

Què busca en una destinació?  
Quines coses veu en les destinacions que busca?  
(activitats, serveis, paisatges...)

- Desconnexió
- Poca gent
- Entorn rural
- Acció
- Gastronomia
- Activitats infantils
- Activitats accessible de muntanya → còmodes



**5**

Què l'influència a l'hora de viatjar?  
Què sent, què es diu?

- Necessito connectar amb els meus fills
- Necessito temps per mi
- Necessito descansar
- Vull fer activitats tots junts

**4**

Quins desitjos vol aconseguir?  
Quines gratificacions (emocionals, pràctiques...) espera obtenir o viure?

- Temps en família
- Desconnectar de la feina i la ciutat
- Viure noves experiències
- Descobrir nous racons
- Relaxar-se

**3**

Quan viatja o quan vol viatjar, què el pot frustrar? Què li fa por? Quins obstacles pot trobar? Què el pot tirar enrere?

- Massificació
- **Meteorologia - poques alternatives si fa mal temps**
- Exigència de les activitats
- No poder anar sobre la marxa
- Cost
- Manca professionalitat dels serveis

## AQUEST ÉS EL NOSTRE "TURISTA IDEAL"

**SÈNIOR**

Fiqueu-li un nom: *Hans*

Definiu els seus trets o característiques més rellevants: *+55 anys. Jubilat, poder adquisitiu alt. Viatja amb parella en grup amb altres parelles.*

**1**

Quines motivacions i inquietuds té?  
Què és el que més li interessa quan viatja?

- Ampliar temps lliure
- Buscar bon temps
- Inquietud i descoberta cultural

**2**

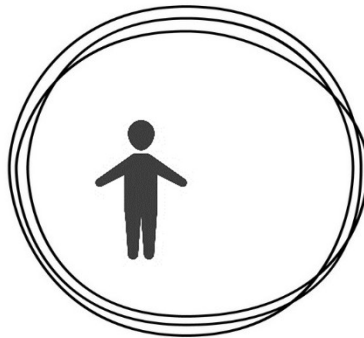
Què busca en una destinació?  
Quines coses veu en les destinacions que busca? (activitats, serveis, paisatges...)

- Bon temps / bon menjar
- Sensible a temes sostenibles i ambientals
- Tranquil·litat i activitats adaptades al seu perfil

**5**

Què l'influencia a l'hora de viatjar?  
Què sent, què es diu?

- Economia
- Temps / Meteo
- Gastronomia



**4**

Quins desitjos vol aconseguir?  
Quines gratificacions (emocionals, pràctiques...) espera obtenir o viure?

- Resoldre la inquietud de descoberta
- Vida saludable sense deixar de gaudir

**3**

Quan viatja o quan vol viatjar, què el pot frustrar? Què li fa por? Quins obstacles pot trobar? Què el pot tirar enrere?

- Massificació
- Experiències impersonals
- Li fa por la inseguretad
- No trobar teixit o estructures necessàries

## AQUEST ÉS EL NOSTRE "TURISTA IDEAL"

**SLOW**

Fiqueu-li un nom: *Sílvia*

Definiu els seus trets o característiques més rellevants: *Viatja amb parella estable. Poder adquisitiu mitjà, amb feina exigents a nivell de dedicació.*

**1**

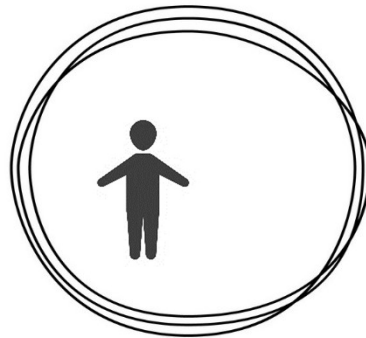
Quines motivacions i inquietuds té?  
Què és el que més li interessa quan viatja?

- Interès per la natura i el que hi pot obtenir (relaxació, benestar físic i mental, gaudi gastronòmic, connexió amb la terra)

**2**

Què busca en una destinació?  
Quines coses veu en les destinacions que busca?  
(activitats, serveis, paisatges...)

- Paisatge genuí, poc alterat
- Exclusiu (poc massificat)
- Viure la ruralitat, la tradició (en el dia, en la cultura, en la gastronomia, en la relació amb dona-home/paisatge)



**5**

Què l'influència a l'hora de viatjar?  
Què sent, què es diu?

- Vetllar perquè la meua despesa sigui sostenible, respectuosa amb l'espai que visito i la gent que hi viu
- Trencar amb la rutina i l'estrès de la vida diària.

**4**

Quins desitjos vol aconseguir?  
Quines gratificacions (emocionals, pràctiques...) espera obtenir o viure?

- Desconnexió de la rutina
- Connexió i generació d'un vincle emocional amb el lloc, la gent que hi viu i el que ha triat pel seu oci
- Allotjament ajustat als seus desitjos, necessitats.

**3**

Quan viatja o quan vol viatjar, què el pot frustrar? Què li fa por? Quins obstacles pot trobar? Què el pot tirar enrere?

- No trobar l'oferta que busca en el seu període vocacional
- Que la proposta triada sigui una mica "frau".  
Publicitat enganyosa
- No satisfer l'experiència buscada
- Massificació / Manca oferta

11:45 – 13:00: **Debat plenari i tancar accions. Som la destinació ideal per al nostre turista ideal?**

### **REDUCCIÓ IMPACTE EN ELS SERVEIS I EXPERIÈNCIES RESPONSABLES**

MANCA D'OFERTA, ESPECIALMENT PER ESTADES LLARGUES:

Manca oferta per estades llargues, i especialment per a clients que venen de més lluny. Es compara la nostra destinació amb destinacions properes com Andorra, amb molta més oferta. Es considera que cal posar en valor i comunicar els punts diferencials de la nostra destinació: mobilitat en carretera molt més fàcil que en altres destinacions més massificades; seguretat sanitària més "fàcil" que en altres destinacions; autenticitat; caminar sense trobar-se ningú...

Caldria ampliar oferta i organitzar l'existent. En aquest sentit:

- No hi ha disponibilitat de guies que ofereixin serveis de llarga durada (màxim unes poques hores). Cal analitzar com s'organitzen els serveis de guies en altres destinacions que sí que ofereixen servei d'un dia o dies sencers.
- És difícil trobar guies qualificats en certs moments de l'any. En temporada estan tots ocupats i fora de temporada no estan disponibles.
- Ens interessa molt focalitzar-nos en un model de turisme adreçat a grups reduïts. Aquests grups funcionen sovint amb agències estrangeres que estableixen contacte amb agències locals, que són les que acaben organitzant l'activitat en el lloc. Ara el que passa és que aquestes agències locals no poden assegurar el proveïment del servei de forma continuada a no ser que disposin dels seus propis guies. Això té un cost elevat per l'agència local, i a més, sovint els guies formats acaben desvinculant-se de l'empresa i establint-se pel seu compte.
- Possible ACCIÓ: Analitzar com establir un model de gestió de guiatges més eficient. Prospeccionar models en altres destinacions, fer un viatge tècnic per conèixer-lo, amb l'objectiu d'analitzar un col·lectiu de guies ben gestionats, com seria el cas d'associacions de guies d'alguns països. La situació ideal: que les empreses i agències locals amb una trucada poguessin tenir a disposició un guia per l'endemà.
- Seria viable unificar esforços entre les empreses de serveis per mantenir un mínim de serveis actius durant tot l'any? Per exemple en el cas de la restauració?
- Cal més coordinació entre els gestors d'activitats (esdeveniments culturals, fires, etc.) amb les empreses de serveis per assegurar que hi ha disponibilitat quan aquests es realitzen (especialment serveis de restauració i allotjament).
- Algunes empreses turístiques amb oficines o la seu a llocs de pas, serveixen de punts d'informació turística donant informació de la comarca, del Parc Natural, d'itineraris o activitats a fer.

ALTRES TEMES:

OCUPACIÓ EN EL SECTOR TURÍSTIC: Es debat sobre la necessitat de conciliar en el sector turístic, sobretot tenint en compte que és molt difícil trobar treballadors.

HABITATGE: es necessita regular el nombre de HUTS i assegurar habitatge accessible, pensant tant en els potencials treballadors del sector, com per la resta de la població.

### **EQUIPAMENTS I INFRAESTRUCTURES**

#### PRIORITAT: MATENIR XARXA SENDERS

Els clients valoren molt positivament la possibilitat d'accedir als senders sense cotxe (des de les mateixes poblacions on s'allotgen o des dels càmpings). Importància dels senders de fons de vall (amb poc desnivell) i en global de la xarxa de senders. És prioritari mantenir-la ben conservada.



Caldria condicionar o establir espais per fer activitats amb escolars a muntanya (tipus Parc Nacional). Actualment, només s'utilitza el pantà de la Guingueta. Cal més oferta.  
Promocionar llocs com Sant Joan de l'Erm: poc promocionats i amb molt potencial.

#### **PRIORITAT: ANÀLISI VIA CICLABLE**

Es prioritza el projecte de via verda ciclable: Cal fer una valoració per part de professionals experts sobre la seva viabilitat i costos i possibles recorreguts.

#### **ALTRES TEMES:**

Cal fer un anàlisi global en tot el territori CETS per a la regulació d'autocaravanes: habilitant espais per aquestes, possibles pagaments de taxes, etc. Com afecta als càmpings?

Analitzar possibles zones d'aparcaments.

Realitzar valoració global del transport existent: intern, compartir línies (transport escolar amb altres usuaris), desenvolupament d'aplicacions, parades regulades per a l'auto-stop, millora del servei de taxis i la seva coordinació.

Mobilitat i accés a pistes: fixar-se en model de la Vall d'Aran (pistes son d'ús comunal).

Proposta de fer intercanvis entre joves o infants a territoris amb característiques similars al territori CETS (Pallars Sobirà i AU).

#### **Recursos existents que tenim:**

Itinerari "Pas del temps"

Educatius (maletes pedagògiques)

#### **QUE VALORA EL TURISTA IDEAL?**

Senderisme solitari, camina cada dia rutes diferents sense trobar a ningú

Qualitat en el menjar

Meteorologia

A l'hora de comunicar, posar en valor els nostres punts forts:

No massificació

Autenticitat

Tranquil·litat