

ACTA 2a sessió Redacció Pla d'acció

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

Sessió presencial, 13 d'octubre de 2022

Assistents

Maria Ancil Cuscó, Associació Turisme Rural Pallars Sobirà

Marc Garriga Lujan, Parc Natural Alt Pirineu

Marta Cortina Cortina, Càmpings de Lleida

Marta Erena Sebastian, Ajuntament de Sort

Noemí Ruich Cera, Consorci Turisme Valls d'Àneu

Pepo Foz Aragall, OUTDOOR ADVENTOUR

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

Presentació de la línia estratègica 2, i dels àmbits de treball de la línia que es treballaran durant la sessió (Eva Tarragona):

Línia 2. GESTIÓ TURÍSTICA. Compatibilitat entre activitat turística i preservació del llegat.

Temes a tractar: - Capacitat de càrrega

- Dades turístiques

- Desestacionalització

Dinàmica 1: Preguntes individuals. Es reparteix 3 fulls (1 per cada àmbit de treball) a cada participant amb algunes preguntes que han de respondre de forma individual

Preguntes i respostes recollides de forma individual

DADES TURÍSTIQUES

Quines dades estem recollint des de la nostra entitat/empresa?

- *Pisos turístics*
- *Número turistes*
- *Despesa econòmica (tècnica turisme)*
- *Empreses i associacions turístiques comarca*
- *Properament: amb treball comarques, recollida de dades per càlcul índex.*
- *Cap: intuïció visual*
- *Església: número visitants, dia visita, hora visita...*
- *Visites a través del gestor estadístic*
- *Dades puntuals d'ocupació per part de l'associació de Cases rurals*
- *Dades quinzenals d'ocupació per part del Patronat de turisme de Lleida*
- *Dades comercials*
- *Dades programa gestió hotelera*
- *Dades que demana INE*
- *A les oficines d'informació: dades que demana la plataforma de la Generalitat*
- *Dades de freqüentació a través d'ecocontadors*
- *Dades d'enquestes i freqüentació cada 6 anys (estudi INEF Lleida)*



De quines disposem, recollides per nosaltres o altres?

- *Nosaltres: base de dades empreses*
- *Altres: PIB, població, del SOC, observatori...*
- *Sabem + o – quines empreses venen i un número molt aproximat de clients que porten.*
- *Dades marca Pirineus, massa generals*
- *Ocupació quinzenal, d'on venen...*
- *Per l'empresa: d'on venen, com ens han trobat...*
- *Que volen, que els agrada trobar...surt de xerrar amb ells*
- *Històric de dades comercials, no segmentades*
- *Dades personals dels clients (que es demanen a l'hotel)*
- *De totes les dades que recollim*

Quines dades necessitem?

- *Número de turistes*
- *Perfil turistes (edat, procedència...)*
- *Número turistes/mesos*
- *Activitats realitzades segons perfil*
- *Número total i distribuïts en el temps, de barranquistes que arriben*
- *Dades més aprofundides de motivació i com han conegut el projecte*
- *Dades del nostre territori per poder saber més sobre el perfil del nostre turista*
- *Com ens han trobat*
- *Que els hi interessa*
- *Que els ha agradat més*
- *Necessitem creuar dades entre la capacitat d'acollida, l'oferta d'activitats i el percentatge d'ocupació*
- *Com ens han conegut*
- *Que venen a visitar*
- *Perquè venen al Pallars*
- *Coneixen el territori, qui som i on som?*
- *Quina impressió s'emporten de la visita*
- *Dades de les millores o mancances que detecta la gent*
- *Dades ambientals del viatge realitzat*

CAPACITAT DE CÀRREGA

Segons la teva percepció i entenent que el territori CETS te una capacitat de càrrega concreta, marca l'opció que més et convenç (marcar una sola resposta):

- a) El número total de turistes ha d'augmentar a l'Alt Urgell i disminuir al Pallars Sobirà. 0 vots
- b) El número total de turistes ha d'augmentar en tot el territori CETS, però distribuir-se temporalment de forma diferent a l'actual. 2 vots
- d) El número total de turistes s'ha de mantenir però distribuir-se en el territori d'una manera diferent a l'actual. 2 vots
- e) El número total de turistes ha de disminuir al territori CETS. 0 vots
- f) Altres (especifica la teva resposta). 3 vots
 - 1) *El número total s'ha de mantenir però distribuir-se temporalment i territorialment diferent*
 - 2) *Reduir en els indrets més "top" i repartir espacialment els visitants.*
 - 3) *Amb dades podria respondre menys subjectivament o més objectivament.*
- g) NS/NC

DESESTACIONALITZACIÓ

Creus que hem de dedicar esforços a desestacionalitzar?

- *Si +3*
- *Parlem-ho!*
- *Si, és important però no de forma total. Es a dir, crec que és important reservar temporades per a la reflexió i la sostenibilitat humana dels qui treballem al sector turisme.*
- *Si, promovent activitats culturals i ambientals fora de temporada. A l'estiu evitant esdeveniments macros i sobredimensionats i repartint al llarg de l'any.*

Què hauria de canviar en el sector ?

- *Motivació conjunta*
- *Oferir serveis fora de temporada i si els ofereixen que no hi hagi mínim de pax.*
- *No centrar-nos tant amb agost, sembla que si agost no està ple hem fracassat...*
- *Marcar una estratègia compartida. Definir el com i el quan de la desestacionalització*
- *Adaptar activitats i serveis a l'estació de l'any*
- *Centrar la promoció turística en les temporades fluixes*
- *(Canviar vacances de la gent)*
- *Voler treballar més mesos de l'any*
- *Potenciar les ofertes turístiques fora de temporada*

Què podria fer la teva entitat o empresa per desestacionalitzar?

- *Activitats fora de temporada*
- *Captar turisme estranger, pre-jubilats, jubilats, que tenen més capacitat econòmica i més temps*
- *Conveni procedent del propi sector turístic*
- *Comercialitzar*
- *Aportar propostes viables i realistes d'oferta turística adaptada al territori*
- *Organitzar i donar suport a activitats fora de temporada estival que encaixin amb els objectius del Parc*
- *Organitzar esdeveniments amb el suport privat en mesos fluixos*

Dinàmica 2. Posada en comú de les preguntes reflexionades de forma individual. Proposta d'accions, línies de treball i factors a tenir en compte:

DADES TURÍSTIQUES

- Les empreses tenim dades comercials, però no les tenim segmentades, per interessos per exemple.
- Els ens públics que oferim informació turística tenim un gestor estadístic de la Generalitat (al qual podem accedir i descarregar totes les dades). Ens cal recollir les dades i disgregar-les per Alt Pirineu. L'anàlisi que es fa ara i que arriba als ens locals és global de tot el territori català.
- Cal treballar amb la capacitat d'allotjament. Exemple: en època de brama, molts allotjaments estan tancats.
- Cal anticipació. Per exemple, no només saber quina capacitat d'allotjament tenim en cada moment, si no, quina tindrem, per poder planificar què promocionar i en quin moment.



- Coordinació per conèixer la capacitat en cada moment → **personal tècnic** que pugui encarregar-se d'això.
- **Caldria desenvolupar mecanismes de recollida i anàlisi de dades** (allotjaments, empreses activitats, entitats...) → Ens cal desenvolupar una base de dades i realitzar entrevistes presencials – quan obren els allotjaments o empreses? Volen obrir més? En quin moment? Cal fer un treball de camp per després poder cuinar els resultats i fer propostes noves per desestacionalitzar i que les empreses i entitats del sector turístic s'hi sentin a gust.
- Anàlisi XXSS per saber què buscar el públic.
- Anàlisi de dades de seguiment de les activitats que es realitzen (p.ex: brama, perquè funciona? Quin impacte genera?)
- Centrar esforços en períodes concrets (no cal tot l'any), però si generar activitat en èpoques de menor afluència turística i preveure els moments per tancar més idonis. Cal tenir en compte la responsabilitat social i generar llocs de treball dignes, tant pels empresaris com pels treballadors.
- **Dins el projecte Comarques del SOC, es preveu la figura d'un prospector** d'empresa que tractarà dades vinculades al sector empresarial i l'ocupació.

CAPACITAT DE CÀRREGA

- Es valora que calen estudi de capacitat de càrrega, però també es remarca la necessitat de ser curosos per no afectar de forma severa les empreses d'activitats. Potser es poden treballar models d'acreditació d'empreses? → **Buscar models** d'altres territoris.
- Valorar bé quan hi ha un problema de capacitat de càrrega o acollida, només 15 dies a l'agost? Valorar si és un tema prioritari.
- Estudiar les problemàtiques en moments puntuals, indrets puntuals i en quines situacions:
 - Barranquisme
 - empreses que gestionen molt volum de pax
 - indrets emblemàtics
 - oferta d'itineraris concrets que tenen tendència a la hiperfreqüentació. Per exemple, itineraris per a públic familiar, n'hi ha pocs i s'hi concentra molta gent.
 - HUTS (no regulats)
 - Caravanes
- **Millorar infraestructures** per reduir impactes (wc secs, aparcaments per població local...)
- Endreçar afluència.
- Reivindicar augment del % de retorn de taxa turística (+aportació diputació) → major índex d'intensitat turística al Pallars Sobirà.
- Campanya de recolzament als serveis locals per reforçar una visió positiva del turisme. (ex: Andorra).

DESESTACIONALITZACIÓ

- Coordinació esdeveniments – valorar disponibilitat de serveis
- Anticipació: en quin moment calen més places turístiques, en quins moments del l'any es poden generar esdeveniments o fer més promoció tenint en compte la disponibilitat d'allotjament i serveis.
- Marcar moments per obrir establiments, però no tot l'any.
- Canviar percepció de turisme de 24h 365 dies...

- Promoció → redirigir esforços en temporades determinades. Fer anàlisi d'aquesta promoció.
- Estudiar models de negoci de les nostres empreses: cal una reflexió sobre aquests models i la seva política de preus.
- Producte ideal per desestacionalitzar: Vies verdes → Estudi d'infraestructures (ex: camí Pobla-Esterri). Es valora que calen noves infraestructures per desestacionalitzar i es planteja la idoneïtat d'analitzar la viabilitat d'obrir una via ciclable de llarg recorregut seguint el curs del riu (desnivell moderat). Es tractaria d'una infraestructura de mobilitat lenta, apta no només per a públic turista si no també per a públic local, i apta per a promoure el turisme fora de temporada.
- Es manifesta la necessitat d'instal·lar carregadors de bicis elèctriques.
- Pensar propostes per la primavera també!

Marcat amb groc aquelles propostes concretes que es podrien desenvolupar com a accions.