

Pla d'Acció Sectorial en l'àmbit del desenvolupament turístic

Document final

Abril 2014

DCB. TURISME I
www.decaba.com DESENVOLUPAMENT LOCAL



Unió Europea
Fons social europeu
L'FSE inverteix en el teu futur



 **Generalitat de Catalunya**
Departament d'Empresa i Ocupació

PROMOTORS I COL·LABORADORS:



ÍNDIX

1. Presentació.....	5
2. Metodologia.....	6
3. Documentació consultada.....	8
3.1. Projectes Territorials Globals.....	8
3.2. Projectes Territorials Locals.....	13
3.3. Projectes Sectorials.....	15
3.4. Informe sobre la imatge i contingut informatiu sobre webs de referència ..	17
4. Experiències de projectes i territoris de característiques similars	31
4.1. Sud de França: Saint Tropez Tourisme. Golfe Saint Tropez. Région du Var	33
4.2. França: Aix en Provence i Perpinyà	36
4.3. Itàlia: La regió de Pisa i Pisa ciutat	38
4.4. França: Parcs Naturals	40
4.5. Reus i patrimoni Gaudí	42
4.6. País Pirineus Mediterrani.....	45
5. Fitxes de treball dels productes turístics més rellevants	47
5.1. Sol i platja	48
5.2. Senderisme.....	53
5.3. Ciclisme	70
5.4. Activitats nàutiques	79
5.5. Activitats aquàtiques i subaquàtiques.....	86
5.6. Vol.....	90
5.7. Enoturisme	92
5.8. Turisme cultural	100
5.9. Ecoturisme	108
6. Fonts de finançament per la dinamització turística dels territoris: nou període comunitari i Pla de Foment del Departament d'Empresa i Ocupació..	113
6.1. Nou període comunitari 2014-2020	114
6.2. Pla de foment turístic del Departament d'Empresa i Ocupació.....	123
7. Proposta del Pla d'Acció	125

Annexos

Annex 1. Actes de les reunions de la comissió de treball

Annex 2. Documents analitzats. Projectes territorials globals, territorials locals i sectorials

Annex 3. Presentació del Pla Estratègic de Catalunya. Sr. Ferran Roquer, Director Territorial del Departament d'Empresa i Ocupació. 27 de febrer de 2013

Annex 4. Informació sobre la normativa relacionada amb la Taxa turística

Annex 5. Documentació corresponent a les jornades EU Funding for Tourism de 20 de març de 2014 a Brusel·les

Annex 6. Presentació power point Empordà 2009

1. PRESENTACIÓ

El sector serveis representa més del 70% del Producte Interior Brut de la comarca de l'Alt Empordà. Es tracta d'un sector afavorit per la situació estratègica com a comarca fronterera i pel desenvolupament turístic de la Costa Brava que, des de la segona meitat del segle XX, és una de les principals zones turístiques de Catalunya.

Així mateix, els últims anys, la millora en la producció agrícola i en la transformació i comercialització dels seus productes (especialment vi, oli, fruita dolça, etc.) ha dinamitzat aquests sectors generant un major valor afegit i una imatge de marca de qualitat que repercuteix en el conjunt del territori.

D'altra banda, la diversitat de paisatges i l'extensa oferta d'activitats culturals i d'oci, fan que l'Alt Empordà sigui un espai que gaudeix d'una elevada qualitat de vida i li atorga un gran potencial per consolidar el seu posicionament, fent compatible el turisme convencional de sol i platja amb l'atracció de nous segments de visitants al llarg de tot l'any. Aquests nous segments venen atrets pels valors naturals i culturals i per la descoberta integral del territori.

Malgrat aquests factors positius de consolidació per a una part del teixit empresarial, cal tenir present que moltes empreses tenen dificultats per fer front als canvis necessaris per adaptar-se a les noves tendències dels mercats. No hi ha encara prou consciència del valor de la producció local, de l'adaptació de les micro i petites empreses de serveis comercials i turístics a les noves demandes dels consumidors, i de les oportunitats que, des d'un punt de vista de creació d'ocupació, poden significar elements com la valoració del territori o la pràctica d'activitats esportives i de lleure aprofitant els recursos naturals i culturals existents.

Per aquest motiu, s'ha estimat oportú disposar d'un full de ruta clar en què els agents econòmics vinculats al sector turístic i els tècnics de promoció econòmica, turisme i comerç que treballen en les administracions locals de la comarca vagin consensuant les accions a desenvolupar per fer front als reptes que es presenten.

En els últims anys, alguns d'aquests sectors han participat en plans estratègics i d'acció que han començat a donar fruits. Es requereix però, analitzar l'impacte aconseguït fins ara i conèixer com estan evolucionant les noves tendències en matèria de consum, oci i vacances en els mercats emissors -atès el caràcter internacional de la demanda- per proposar noves accions i projectes específics que facilitin l'adaptació de tot el teixit productiu del territori als nous reptes.

2. METODOLOGIA

La metodologia per desenvolupar aquest Pla s'ha portat a terme a través de:

- Organització d'una comissió de treball formada per tècnics responsables de les àrees de promoció econòmica, turisme, comerç o similars, que s'ha convertit en el grup responsable de concretar el Pla d'Acció.

Amb aquesta comissió s'han fet 5 sessions genèriques, de les quals s'adjunten els resums dels temes tractats a l'annex.

En aquest procés s'ha participat així mateix en 4 sessions de treball de projectes turístics de caràcter supracomarcal en els què la comarca hi està implicada, com és el cas del seguiment del projecte Empordà amb el Baix Empordà, 2 amb els tècnics dels 2 Consells Comarcals i 2 amb alcaldes i regidors dels municipis.

Quant al Pla Estratègic comarcal s'ha fet una sessió de treball amb l'equip redactor i s'ha intercanviat la documentació presentada a les sessions de treball a fi que el Pla Estratègic i el Pla d'Acció específic estiguin vinculats.

Reunions	
17/06/2013	Sessió amb la Comissió de Treball
12/06/2013	Sessió amb els tècnics dels Consells Comarcals de l'Alt i Baix Empordà
25/10/2013	Sessió amb la Comissió de Treball
10/10/2013	Sessió amb les Oficines de Turisme de l'Alt Empordà
25/10/2013	Sessió amb la Comissió de Treball
28/11/2013	Sessió amb la Comissió de Treball
11/12/2013	Sessió amb alcaldes i regidors – Alt Empordà
28/02/2014	Sessió amb els tècnics dels Consells Comarcals de l'Alt i Baix Empordà
05/03/2014	Sessió amb alcaldes i regidors – Baix Empordà
20/03/2014	Sessió amb entitats representatives del teixit social i econòmic al Consell Comarcal del Baix Empordà
26/03/2014	Sessió amb la Comissió de Treball

- Una acció no prevista en la proposta ha estat la de identificació i anàlisi de documentació existent a la comarca i als municipis per tal de conèixer quines diagnosi s'han elaborat, quins projectes s'estan portant a terme i els plans de

treball previstos o vigents. Aquesta informació complementada amb altres plans estratègics i d'acció a nivell supralocal, promoguts pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona, el Departament d'Empresa i Ocupació, s'ha considerat que s'havia de tenir en compte a l'hora de definir les actuacions a realitzar.

- Identificació i anàlisi d'experiències de territoris de característiques similars o d'iniciatives empresarials sectorials innovadores que puguin ser d'interès en la implementació del Pla d'Acció tant a nivell de l'Estat espanyol com dels principals mercats turístics europeus.

En aquest cas s'han analitzat 10 exemples.

- Identificació de programes de cooperació entre territoris, intercanvi d'experiències i treball en xarxa, i línies de finançament per la implementació del Pla d'Acció i dels projectes específics.

La informació incorporada està relacionada amb les línies previstes en el Marc Estratègic Comú en el qual s'està treballant per el nou període comunitari 2014-2020 de la Unió Europea, tenint en compte que les primeres convocatòries de programes com el FEDER i els INTERREG no es preveuen fins a finals del 2014.

S'ha afegit així mateix informació sobre la convocatòria d'ajuts a les administracions locals que ha promogut el Departament d'Empresa i Ocupació com a conseqüència de la implantació de l'Impost sobre les estades en establiments turístics.

- Una altra acció no prevista però que va sorgir arrel de les reunions amb l'equip de treball de la comarca, ha estat l'anàlisi de l'evolució i impacte que tenen alguns dels productes vinculats al turisme actiu i descoberta del territori (senderisme, cicloturisme, activitats nàutiques, vol, etc.) que ja tenen presència a la comarca, i les accions que hi havia previstes per part dels organismes promotors.

A partir d'aquesta anàlisi s'han pogut identificar propostes concretes d'actuació que són una part important del pla d'acció que es presenta.

- Redacció d'un informe de valoració de l'actuació que contindrà el Pla d'Acció i tota la documentació preparada en el procés.

3. DOCUMENTACIÓ CONSULTADA

Malgrat que no estava explícitament previst en la proposta inicial, una de les primeres actuacions en el marc de les reunions amb els agents turístics va ser la de identificar quins estudis i programes s'havien portat a terme, per tal de conèixer a fons quines diagnosis i plans de treball havien plantejat i a quin nivell d'execució es trobaven.

Es tracta tal com hem dit en l'apartat de metodologia, de l'anàlisi dels principals plans estratègics i/o de màrqueting turístic actualment en vigor formulats per les institucions d'àmbit europeu, estatal, nacional o local que tenen competències en promoció i suport a la comercialització turística. També, els existents o en fase de desenvolupament en l'àmbit comarcal, sigui pel seu conjunt, en cooperació amb altres comarques veïnes o a iniciativa d'alguns dels seus municipis.

La relació de documents analitzats s'ha dividit en:

- Projectes territorials globals
- Projectes territorials locals
- Projectes sectorials

A l'annex s'incorpora una fitxa resum d'aquests documents per fer més fàcil la identificació de quines són les línies comunes entre tots ells, amb una descripció dels elements que poden ser més rellevants pel treball que ens ocupa. Hi ha així mateix el link per consultar el document original.

3.1. Projectes territorials globals

Els 6 plans analitzats són els següents:

- Informe sobre indicadors de sostenibilitat per als destins turístics de la Comissió Europea.
- Plan Nacional e Integral de Turismo.
- Pla estratègic de Catalunya 2013-2016 i directrius nacionals de turisme 2020
- Pla de màrqueting turístic de Catalunya 2013-2015.
- Pla estratègic de les comarques gironines 2011-2015.
- Estratègia per a la valorització dels recursos territorials de l'Empordà (2009)

El primer document, sota el nom de **ETIS (European Tourism Indicators System)** no correspon a un pla estratègic pròpiament dit, però en canvi és una proposta de quins haurien de ser els indicadors de sostenibilitat –concrets i mesurables- a tenir en compte pels destins turístics de la Unió Europea.

Aquest sistema ha estat el resultat dels treballs d'una comissió d'experts (Tourism Sustainability Group) adscrita a la Direcció General de Indústria i Empresa de la Comissió Europea juntament amb tècnics representants de destins turístics d'arreu

d'Europa de tipologia diversa: grans ciutats, ciutats històriques i patrimonials, destinacions de turisme rural, de muntanya i litoral.

Durant el 2012 i 2013 s'ha anat treballant i fent proves pilot amb destins de la xarxa EDEN (European Destinations of Excellence) i NECSTouR (Network of European Regions for a Sustainable and Competitive Tourism) avaluant quins són els indicadors que més es poden adaptar a la gestió dels destins i que permetin la fàcil comparació entre diferents territoris a fi d'avaluar l'impacte que té l'activitat turística i determinar quines són les millors pràctiques per corregir els factors negatius.

Els indicadors estan agrupats sota 4 epígrafs:

- gestió del destí
- impacte econòmic
- impacte social i cultural
- impacte mediambiental

Els principals aspectes a destacar dels 6 documents analitzats és que mostren una línia d'actuació molt similar a nivell de quines són les estratègies que es consideren més adequades, així com en les accions que es preveuen.

- Com s'ha comentat, l'**ETIS** significa l'oportunitat de comptar amb un sistema d'indicadors que permeti comparar-se amb altres destinacions d'arreu d'Europa de forma similar com ja està implantat en d'altres països, per exemple al Regne Unit.

La incorporació d'aquest sistema a l'Empordà ajudaria a mesurar d'una forma més global l'impacte que té l'activitat turística en el territori i millorar l'atractivitat i competitivitat com a destí, ja que es podran determinar en quins aspectes s'obté un bona valoració (en relació a la mitjana de les destinacions consultades) i en quins altres, la valoració és més baixa i per tant cal fer millores.

La proposta doncs que es planteja per l'Empordà és crear una comissió de treball que vagi progressant en la implementació d'aquests indicadors. Aquesta comissió podria ser la Taula d'oficines de turisme que ve treballant conjuntament des de fa anys i que ja recull –al menys a nivell local- molts dels indicadors de caire turístic.

- Del **Plan Nacional e Integral de Turisme 2012-2016** (d'àmbit de l'estat espanyol) és important destacar que el seu nivell de desplegament ha tingut poca incidència pel que fa als destins. Tot i això s'ha de tenir en compte l'aposta que es fa de regeneració del model turístic espanyol a través de línies que van cap a la sostenibilitat i les "smart destinations".

Es posa de relleu així mateix la importància de crear experiències turístiques o el paper clau que tenen el patrimoni cultural, natural i enogastronòmic. Entre les mesures d'aprofitament del patrimoni natural es parla explícitament de les Vies Verdes o d'actuacions de interpretació del litoral en les zones de domini públic marítim-terrestre, on els camins de ronda de la comarca hi poden tenir un paper destacable.

Un altre aspecte determinant és l'aposta per la cooperació públic-privada en el model organitzatiu de Turespaña (a través de CONESTUR – Consejo Español de Turismo) que inclou la possibilitat de finançament privat en algunes de les actuacions que duu a terme i la realització d'un catàleg de serveis per a les empreses i entitats públiques, vinculats a la promoció i al coneixement dels mercats.

- En el **Pla Estratègic de Turisme de Catalunya** es posen de manifest els principals reptes a què ha de fer front el país:
 - Governança, amb el treball en comú de les diferents administracions i sectors i una major cooperació públic-privat que portin a l'impuls de l'emprenedoria i ocupació en el sector. Es destaca la importància d'orientar-se molt especialment vers els mercats internacionals.
 - El desenvolupament sostenible com a model de creixement, identificant quines destinacions o empreses fonamenten els models de negoci en criteris insostenibles i obligar-les a la seva transformació.
 - La creació de nous productes turístics. Es diu explícitament "Catalunya és rica en recursos turístics, però encara pobre en productes turístics estructurats, innovadors, competitius i vendibles, sobretot en l'àmbit internacional". En aquest procés es destaca el paper de les noves tecnologies de la comunicació.
 - El coneixement i la intel·ligència que permetin disposar de indicadors precisos de l'evolució de l'activitat turística i les tendències que s'estan imposant en els mercats per poder definir estratègies adequades.
 - Excel·lència, com a requisit imprescindible per afrontar l'entorn actual de crisi i l'elevada competència. Aquest nivell s'assoleix a través de l'ús avançat de les noves tecnologies de la comunicació, el coneixement dels idiomes, la formació, l'atracció de talent, la gestió de la innovació, l'actitud emprenedora o la qualitat del servei.

Un dels avantatges d'aquest Pla és que per primera vegada compta amb un instrument financer que el pot dotar de recursos. Es tracta de l'impost sobre les estades en establiments turístics, conegut com "taxa turística" que administra el Departament d'Empresa i Ocupació en un 70% i la resta retorna als ajuntaments o a les comarques, en el cas de municipis que no arribin a un total de 6.000 euros anuals de recaptació.

Pel que fa a la partida corresponent a la Generalitat, el 2013 s'ha fet una primera convocatòria de Plans de Foment de Turisme.

Per a la partida destinada a les administracions locals, corresponent al 30% restant, s'han publicat unes directrius per al 2014 que marquen la tipologia de despesa que els ajuntaments o consells comarcals poden imputar, que adjuntem a l'annex, conjuntament amb l'ordre de convocatòria del Pla de Foment.

- El **Pla de Màrqueting Turístic de Catalunya** proposa un portafoli amb 6 categories de productes que identifica com “grans experiències turístiques”. La diversitat de paisatges i d'ofertes de l'Alt Empordà es poden enquibir perfectament en totes 6 categories que són:

1. Vacances per gaudir de l'estil de vida mediterrani a la costa.
2. Escapades per desconnectar.
3. Itineraris per descobrir un petit país amb una gran cultura.
4. Estadetes per gaudir de la natura-aventura, muntanya i entorn rural.
5. Oportunitats per fer reunions diferents.
6. Viatges per gaudir d'un interès especial.

Així mateix els mercats als quals es vol adreçar de forma prioritària s'adeqüen perfectament als principals clients que s'interessen per venir a la comarca.

- El **Pla Estratègic de la Costa Brava** indica que el futur del sector passa per un desenvolupament sostenible que equilibri les vessants econòmiques, socials i de convivència i benestar de la població local. Ha d'ajudar a posar en valor i preservar els atractius mitjançant el desenvolupament de productes estratègics.

En la definició de productes d'interès estratègic es posen de relleu el sol i platja, medi rural, gastronòmic, “touring”, cicloturisme i BTT, natura i senderisme.

El Pla planteja un full de ruta 2011-2015 adreçat tant a qüestions internes del propi Patronat, la generació de recursos i la seva relació amb les comarques, com de projecció exterior de suport a les destinacions, màrqueting, comunicació, etc.

- Finalment, **l'Estratègia per a la valorització dels recursos territorials de l'Empordà** és el resultat d'un procés de reflexió conjunta entre els Consells Comarcals de l'Alt i Baix Empordà desenvolupat el 2009.

Identifica alguns dels eixos en què hauria de basar-se el treball en conjunt, i incorpora una anàlisi dels mercats amb els què cal interactuar així com dels continguts i productes que ofereixen destins de característiques similars en els seus portals turístics.

Es defineixen els àmbits d'actuació següents:

- Identificació dels productes transversals a desenvolupar vinculats als conceptes de GAUDIR i de DESCOBRIR.

Sota el concepte de GAUDIR – es pretén fidelitzar els visitants actuals posant en valor els referents turístics de la comarca: paisatges, esdeveniments, patrimoni cultural, espais naturals, productes autòctons, equipaments, ...

Les activitats de turisme actiu que s'incorporen al concepte de DESCOBRIR tenen per objectiu ajudar a desestacionalitzar i donar a prestigi a la destinació ja que s'identifiquen amb territoris de qualitat.

- Definició de les funcions de l'estructura de coordinació
- Adaptació del territori
- Instruments de suport per a la creació de productes
- Identificació de programes d'ajuts i treball en xarxa.

A l'annex s'incorpora el power point de presentació de resultats del projecte, l'any 2010.

3.2. Projectes territorials locals

S'han identificat **18 estudis i programes** de planificació estratègica en matèria de turisme i desenvolupament local dels 9 municipis i/o entitats locals següents:

- Sant Pere Pescador
- Vilabertran
- L'Escala
- Figueres
- Consorci Terra de Pas
- Consorci Salines-Bassegoda
- Peralada
- Roses
- Llançà

Dels Plans d'actuació municipals, la major part combinen la millora dels entorns turístics més vinculats al sol i la platja amb la creació de producte turístic basat en les activitats en el medi natural, marí i terrestre, i en posar en valor els recursos culturals i enogastronòmics, segons el municipi sigui de la costa o de l'interior.

Així per exemple, **Vilabertran** aposta per millorar els entorns del seu patrimoni monumental, crear nous atractius en el nucli i assegurar un programa d'activitats que ajudi a donar més rellevància al municipi. El municipi de **Peralada**, tot i no disposar d'un document similar, mostra la seva aposta per posar en valor els seus recursos en mantenir oberta tot l'any l'Oficina de Turisme que va atendre més de 13.000 persones l'any 2012. A més s'hi està desenvolupant un conjunt d'actuacions de millora en el marc de la convocatòria Viure al Poble Més sota el títol *Peralada, al cor de l'Empordà, pla de turisme sostenible i accessible* que s'estructura en 3 programes:

- Mobilitat i millora del paisatge urbà
- Accessibilitat
- Comunicació

Els municipis de **Roses, Castelló d'Empúries-Empuriabrava, Sant Pere Pescador i L'Escala** s'han agrupat per posar en valor la Badia de Roses, a partir del guardó de ser una de les Badies més belles del món.

Tots quatre donen una importància significativa a totes les activitats vinculades al litoral, molt especialment la creació de l'Estació Nàutica de Roses Cap de Creus, la captació de creuers, així com l'organització de regates i competicions de vela i windsurf. Un altre tret en comú és la voluntat en donar a conèixer la seva vinculació amb els 3 parcs naturals del seu entorn: Cap de Creus, Aiguamolls de l'Empordà i Montgrí-Medes-Baix Ter.

Pel que fa als **municipis del nord del Cap de Creus**, la valorització del front marí també és un dels elements més estratègics, en aquest cas vinculat a les especials característiques d'aquest tram de costa, a l'entorn del Parc Natural de Cap de Creus

i del Paratge Natural d'Interès Nacional de l'Albera, que ofereix excel·lents oportunitats per al submarinisme, el caiac i la navegació a través de la utilització dels ports esportius.

Un cas especial és la ciutat de **Figuères** que actua com a principal referent cultural de la comarca per l'efecte que té el Museu Dalí i el seu complement amb els del Joguet i de l'Empordà, així com el paper de centre comercial i de serveis.

És de destacar l'aposta que està fent la ciutat per convertir-se en una de les portes d'entrada de l'Empordà. L'objectiu és que els visitants atrets pel Museu Dalí i pel patrimoni cultural de Figueres, trobin a la ciutat una bona presentació de tots els atractius de la comarca i de l'Empordà, tant a nivell paisatgístic, cultural, enogastronòmic com de qualitat de vida. En aquest cas, el projecte Casa Empordà pot esdevenir un element destacable.

Entre les estratègies a nivell supralocal destaca la que està impulsant des de fa temps el **Consorci Salines Bassegoda** per convertir aquest territori en un punt d'atracció per a la pràctica del BTT i del senderisme, atesa la qualitat dels seus paisatges i el patrimoni associat.

O el **Consorci Terra de Pas**, que està en procés de canvi de nom per destacar d'una forma encara més contundent l'entorn on opera, és a dir els municipis situats en el Parc Natural del Cap de Creus i en el Paratge Natural d'Interès Nacional de l'Albera. L'objecte en aquest cas és el del treball conjunt entre els municipis per presentar als visitants un territori d'alta qualitat amb oportunitats de combinar la descoberta del litoral amb l'interior més immediat.

3.3. Projectes sectorials

Es tracta de documents que afecten alguns dels recursos o productes turístics amb més potencial en el territori, com el turisme cultural, l'enoturisme o el senderisme. S'han analitzat els següents:

- Estudi per a la creació de producte turístic basat en les rutes de Pirineu Comtal (patrimoni medieval)
- Estudis sobre el Pla d'Enoturisme Empordà 2012-2017
- Estudis de mercat per a la creació de productes. Anàlisi del mercat de França, Regne Unit, Alemanya, Bèlgica, Holanda i Noruega. 2008 i 2009
- Itinerànnia, Pla d'actuacions 2013
- Pirinexus

Pel que fa a projectes sectorials, cal destacar que els que s'han recollit en aquest document van tots en la línia de promoure uns models de turisme complementari al de sol i platja. Es tracta d'aprofitar la qualitat del territori com a base per a la creació de noves activitats turístiques, que permetin distribuir el flux de visitants en el conjunt de tota la comarca. Aquestes activitats es centren en la pràctica del turisme actiu i la descoberta dels valors naturals, culturals, paisatgístics i gastronòmics del territori.

És el cas per exemple de les xarxes de senderisme **Itinerànnia** que ja té una consolidació important en el mercat i que a l'Alt Empordà és on ha experimentat un desenvolupament més notori. S'ha pogut constatar que és la zona en la què més operadors europeus hi programen rutes i sortides.

Pel que fa a **Pirinexus**, promoguda pel Consorci de les Vies Verdes de Girona, hi ha una doble garantia argumental per augurar un bon futur a aquesta iniciativa. D'una banda, l'augment de l'interès per a la pràctica del cicloturisme arreu d'Europa i d'altra, la connexió que permet aquesta xarxa amb les grans rutes de ciclisme i cicloturisme que tenen com a objectiu unir tot el continent. També l'experiència del Consorci de les Vies Verdes en aquest treball és una garantia d'èxit.

Un altre dels projectes sectorials que s'ha de convertir en un reclam turístic de primera magnitud és el relacionat amb l'**enoturisme**. La qualitat dels vins de la DO Empordà, l'entorn on estan situades les vinyes i els cellers, la seva accessibilitat tant en cotxe com amb els itineraris de senderisme i cicloturisme i la qualitat gastronòmica que ofereix el territori, són arguments de pes per assegurar-li bones perspectives.

Finalment, destacar com a projecte sectorial l'estudi recentment presentat, que posa en valor tot el **patrimoni medieval** de l'Empordà i que igualment com en el cas de l'enoturisme, dóna a conèixer tot un conjunt d'elements monumentals, accessibles a partir de les diferents xarxes de itineraris en cotxe, a peu i en bicicleta. Disposa també de molts elements d'interès en l'entorn on s'ubiquen: altres elements patrimonials, productors locals, etc.

Tots aquests projectes sectorials tenen una característica important a tenir en compte i és l'**àmbit territorial** en el qual estan integrats. Així per exemple, el

projecte Itinerànnia treballa a 3 de les comarques pirinenques de Girona (Ripollès, Garrotxa i Alt Empordà).

En el cas de Pirinexus, es tracta d'un projecte d'àmbit de demarcació de Girona però de caràcter transfronterer i que a més connecta amb la xarxa europea EUROVELO, que uneix tot Europa de nord a sud i de est a oest, a través de 14 itineraris desenvolupats al llarg de 45.000 km. Es preveu que la xarxa estigui pràcticament completada l'any 2020, amb un total de 70.000 km

Pel que fa als projectes d'enoturisme i de patrimoni medieval, l'àmbit d'actuació és a nivell de tot l'Empordà. En aquest cas cal tenir present els treballs preparatoris que s'estan fent d'avaluar l'oportunitat de crear una marca turística Empordà, projecte que lidera l'Ajuntament de Figueres i que no hem relacionat en aquest recull documental ja que està en procés d'elaboració.

Per això, en l'apartat 7 d'aquest document, de proposta de Pla d'Acció i més concretament en la part de cooperació i treball en xarxa s'incorpora el concepte de "dimensió territorial variable" en el sentit que les accions que executi l'òrgan de gestió turística de la comarca aniran alternant l'àmbit territorial d'actuació en funció de cada un dels projectes que es vagin desenvolupant.

3.4. Imatge i contingut informatiu de webs de referència

Com a complement a la identificació dels estudis i projectes territorials s'ha considerat que l'anàlisi de planes web és un instrument molt útil per veure si els missatges que estem oferint als visitants que ja ens coneixen i principalment als visitants potencials, estan en línia amb la imatge que volem oferir així com si donen prou recolzament als recursos i productes que es pretenen potenciar.

Per això, en aquest capítol es fa una anàlisi de les webs següents:

- Figueres
- Alt Empordà Turisme
- Costa Brava Girona
- Agència Catalana de Turisme

En el capítol 4, corresponent a experiències d'altres territoris es farà així mateix un anàlisi de les seves planes web.

La web de la ciutat de Figueres www.visitfigueres.cat és molt visual i impactant, incorpora ja en la "Home" propostes concretes d'activitats, vincles amb les xarxes socials, etc. Com a productes, destaquen els de cultura i comerç.

En aquest cas es troba a faltar la seva vinculació amb la comarca, de la qual vol reforçar el seu lideratge, ja que no incorpora informació al respecte. Tampoc hi ha link a les webs de Alt Empordà Turisme o del Patronat de Turisme Costa Brava Girona. De fet, la ciutat i la comarca són en molts casos, parts d'una mateixa experiència per part dels visitants: s'allotgen al litoral i visiten Figueres o a l'inrevés, s'allotgen a Figueres i s'acosten a visitar els recursos i atractius de l'entorn.

En les iniciatives analitzades en el capítol 4 i molt especialment la corresponent a Aix en Provence (França) o a la regió de Pisa (Itàlia), es troben exemples de com es podria integrar la ciutat en el seu entorn més pròxim per millorar el seu posicionament en els mercats i ampliar la gamma de productes a oferir.

La web de la comarca www.empordaturisme.cat és molt complerta i té la voluntat d'adreçar-se a un tipus de públic de procedència molt diversa si tenim en compte que s'ofereix en català, castellà, francès, anglès, alemany i fins i tot en euskera.

També es veu clarament la seva intenció de posar en valor totes les possibilitats complementàries al producte principal de sol i platja, dedicant apartats específics als productes de cultura (amb la identificació de molts dels seus atractius) i natura, centrant-se en turisme nàutic, actiu, gastronomia i enoturisme.

Habitualment s'ofereixen a la plana principal, packs i ofertes amb productes específics que incorporen les empreses de la comarca que estan integrades en l'associació Alt Empordà Turisme.

No obstant i això, les planes dedicades a productes específics com ara senderisme, ciclisme en les diverses modalitats, activitats nàutiques, ... estan poc

desenvolupades, tant a nivell de continguts com de traducció als idiomes, tenint en compte la importància d'aquests productes en l'estratègia turística de la comarca.

D'altra banda, el fet que es promocionin només les empreses associades a Alt Empordà Turisme pot donar la imatge de que són productes poc desenvolupats, és a dir que hi ha poc teixit empresarial que els ofereixi. Caldria buscar la manera de fer evident l'aposta a nivell de comarca i a nivell d'empreses per aquests productes, i al mateix temps destacar les ofertes específiques de les empreses associades.

També és força activa en diferents xarxes socials i edita un butlletí mensual que serveix per donar informació a nivell intern i extern. La plana ja porta uns anys en funcionament i seria bo donar-li una nova imatge amb fotografies i textos de major dimensió i impacte visual.

També és recomanable fer més evident la connexió entre aquesta web i la dels organismes de promoció de referència com el Patronat de Turisme Costa Brava Girona o l'Agència Catalana de Turisme.

En aquest apartat ha estat interessant així mateix veure quina és la presència de la comarca i dels productes innovadors en la nova web del Patronat de Turisme Costa Brava Girona www.costabrava.org. La informació i links són molt complerts tot i que en les pestanyes corresponents als productes de turisme actiu, trobem a faltar molta més informació/imatges/textos sobre les diferents possibilitats existents. Per exemple, en el cas del senderisme es limita a:

Et proposem un munt d'**excursions** per la **Costa Brava** i el **Pirineu de Girona**, seguint rutes de gran recorregut (GR), petit recorregut (PR), senders locals (SL) i la xarxa **Itinerània**. A més, pots descobrir els **camins de ronda**, que ressegueixen platges i cales de la Costa Brava.

Aquesta presentació inicial es complementa amb una relació d'empreses o institucions que formen part del Club de Màrqueting de Natura i Turisme actiu. En aquest cas, de nou, com s'ha comentat en el cas de la web d'Alt Empordà Turisme, la imatge que es pot donar és que són ofertes amb poca incidència en el territori. Per tant, seria recomanable combinar una presentació de caràcter global que justifiqui la importància de cada un d'aquests productes amb informació específica que presenti els territoris i empreses associades.

Finalment, en el cas de la web de l'Agència Catalana de Turisme www.catalunya.com/turisme20 la comarca està poc representada principalment perquè les empreses o entitats han d'estar integrades en algun Club de Producte.

La informació es centra en diferents productes com són:

- | | |
|--|----------------------|
| - Familiar (amb una presentació vistosa però sense ampliar la informació), | - LGBT |
| - Enoturisme | - Sènior |
| - Patrimoni Mundial | - Camí de Sant Jaume |
| - Gastronomia | - Cultura |
| - Golf | - Esportiu |
| - Actiu Natura | - Rural |
| - Salut i Benestar | - Industrial |
| | - Religiós |
| | - Luxe |

A més d'altres pestanyes amb conceptes com Qualitat, Accessibilitat o Propostes de Lleure. En canvi, no hi surt l'opció de turisme nàutic o subaquàtic.

Hi ha poc text per captar l'interès a gaudir de les experiències, tot i això sí que es presenten ofertes molt variades amb productes concrets, que incorporen promocions de 2x1 o per més de 50 anys.

A continuació es presenten les fitxes d'anàlisi de cada una de les 4 webs esmentades.



PROMOTOR (nom organització): Ajuntament de Figueres

TERRITORI QUE ABARCA: Municipi Figueres

IDIOMES: Català, castellà, francès, anglès i alemany

TIPUS DE CARTOGRAFIA: Mapa interactiu on es poden situar els diferents serveis turístics

PORTADA - PRESENTACIÓ

Distribució -en el cos central- aproximada en % del contingut referit a:

	Text	Imatges
Territori	50%	50%
Productes	50%	50%
Empreses	0%	0%

Pàgina principal amb:

- capçalera amb gran imatge de territori i producte que va canviant

- selecció de 4 propostes d'agenda a Figueres (text i imatges)
- menú amb 4 apartats clars i definits
- enllaços
- vídeo de 1,33 min. mostrant producte i territori
- pàgina, neta, clara i estructurada
- links a xarxes socials
- Poca imatge de comarca, només del municipi

Paraules clau: Figueres, Museu Dalí, propostes, caps de setmana.

Menú

Informació pràctica: Allotjament / restaurants / mobilitat

Què visitar: museus / patrimoni / visites guiades / itineraris / shopping

Mapa interactiu

Espai Multimèdia: aplicació mòbils, fotos, vídeos.

RELACIÓ DE PRODUCTES QUE ES PRESENTEN

CULTURA

Descripció: dins l'apartat "Què visitar", relació dels diferents elements culturals. Clicant a l'atractiu, fitxa amb títol, descripció, dades generals, imatges, enllaç al mapa interactiu, etc.

Paraules clau: museus / patrimoni / visites guiades / itineraris / noms propis dels elements (Museu Dalí, etc.)

Concepte	Text	Imatges
Territori	50%	50%
Producte (composició)	50%	50%
Empreses	50%	50%

COMERÇ

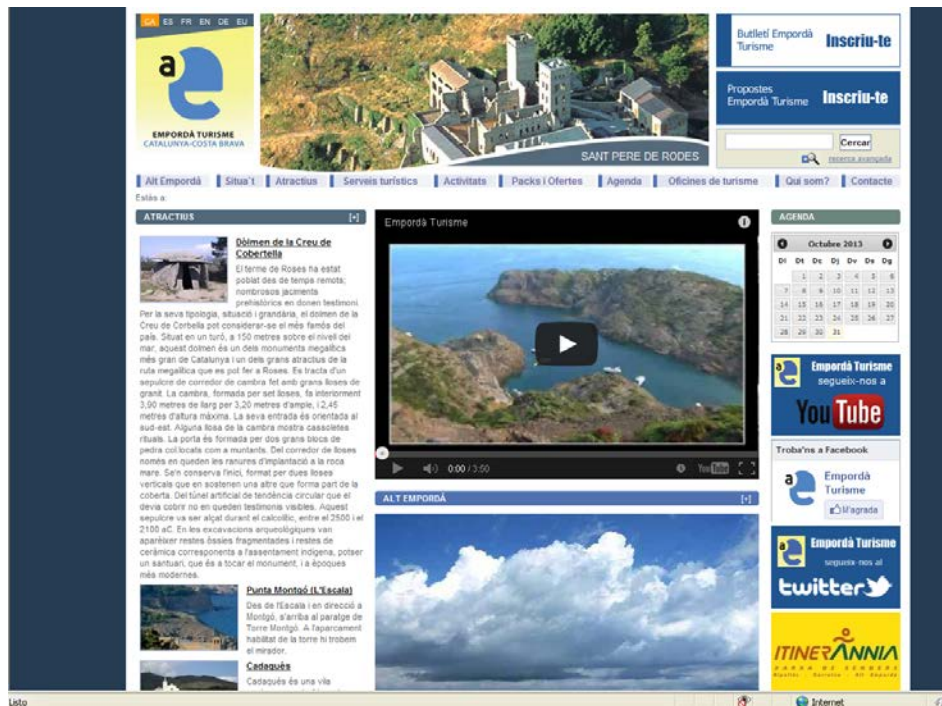
Descripció: dins l'apartat "Què visitar", breu descripció del comerç a la ciutat i imatges. Link a les activitats programades (obsolet)

Paraules clau: shopping, ciutat comercial, municipi turístic, botigues, alimentació, tèxtil, confecció, llar, qualitat, modern, innovador, França, Girona.

Concepte	Text	Imatges
Territori	0%	0%
Producte (composició)	50%	50%
Empreses	0%	%

GASTRONOMIA

Descripció: dins l'apartat "Informació pràctica", relació dels restaurants del municipi per tipus de cuina. Fitxa de cada restaurant amb dades i mapa.



PROMOTOR (nom organització): Associació Alt Empordà Turisme (dependent del Consell Comarcal de l'Alt Empordà – Àrea de turisme)

TERRITORI QUE ABARCA: Comarca Alt Empordà

IDIOMES: Català, castellà, francès, anglès, alemany i euskera

TIPUS DE CARTOGRAFIA: Mapa google maps + mapa turístic descarregable de la comarca

PORTADA - PRESENTACIÓ

Distribució -en el cos central- aproximada en % del contingut referit a :

	Text	Imatges
Territori	33,3%	80%
Productes	33,3%	20%
Empreses	33,3	0%

Pàgina principal amb:

- capçalera amb gran imatge de territori
- breu descripció de la comarca amb text i imatges
- selecció de 4 atractius de la comarca representant diferents productes turístics (text i imatges)
- menú web
- selecció de 4 packs i ofertes (text i imatges)
- llistat d'associats (entitats i empreses) segons producte
- agenda / enllaços / butlletí /
- vídeo de 3,50 min. mostrant producte i territori
- utilització de colors vius i de territori (blau, verd, etc.)
- "home" amb massa informació, poc neta i poc clara.
- links a xarxes socials

Paraules clau: Empordà, Catalunya, Costa Brava, turisme.

Menú / Alt Empordà

Descripció general de la comarca, els municipis que en formen part, els parcs i espais naturals, la gastronomia, el clima, els productes de l'Empordà i els establiments adaptats per a persones que pateixen alguna discapacitat.

RELACIÓ DE PRODUCTES QUE ES PRESENTEN

CULTURA

Descripció: dins l'apartat "Atractius", relació dels diferents elements culturals. Clicant a l'atractiu, fitxa amb títol, descripció, horaris, preus, imatges, enllaços, etc.

Paraules clau: Romànic, Santa Maria de Vilabertran, Sant Pere de Rodes, Sant Quirze de Colera, Sant Miquel de Fluvià, Claustre de Sant Domènec de Peralada, Fortificacions i castells, Fortificacions, Sant Llorenç de la Muga, L'Empordà Comtal, Sant Martí d'Empúries, Castelló d'Empúries, Peralada, Ciutats greco-romanes, Ciutadella de Roses, Ruïnes d'Empúries, Empordà surrealista, Casa Museu Salvador Dalí, Cadaqués, Teatre museu Dalí, Megalític, Dòlmen de la Creu de Cobertella, Museus, Ecomuseu Farinera, Museu Memorial de l'Exili, Miradors de l'Alt Empordà, El Far de Cap de Creus, Església, ermita.

Concepte	Text	Imatges
Territori	50%	50%
Producte (composició)	50%	50%
Empreses	50%	50%

NATURA

Descripció: dins l'apartat "Atractius", relació dels diferents elements naturals. Clicant a l'atractiu, fitxa amb títol, descripció, imatges, enllaços, etc.

Paraules clau: Natura, PEIN Alta Garrotxa, PEIN Les Salines, Riu Fluvià, Riu la Muga, Riu Manol, Pantà de Boadella, Parc natural: Aiguamolls de l'Empordà, El Cap de Creus, Paratge natural de l'Albera.

Concepte	Text	Imatges
Territori	50%	50%
Producte (composició)	50%	50%
Empreses	50%	50%

TURISME NÀUTIC – relació empreses associades dins "Serveis turístics / Activitats aquàtiques". Fitxa amb dades general, descripció, com arribar i fotos. Possibilitat de deixar comentaris.

TURISME ACTIU – relació empreses associades dins "Serveis turístics / Activitats d'aventura". Fitxa amb dades general, descripció, com arribar i fotos. Possibilitat de deixar comentaris.

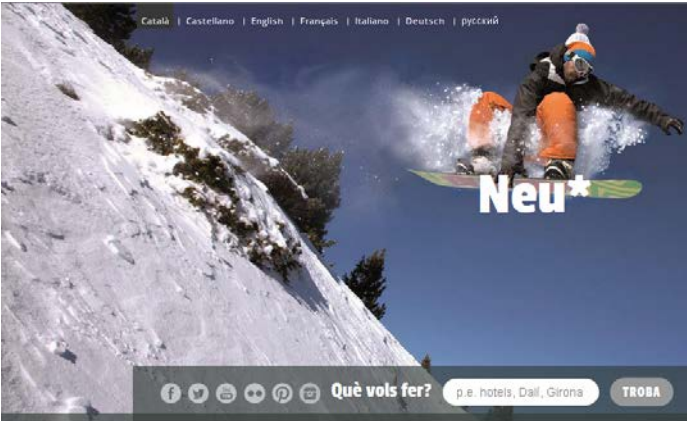
GASTRONOMIA - relació empreses associades dins “Serveis turístics / Restaurants”. Fitxa amb dades general, descripció, com arribar i fotos. Possibilitat de deixar comentaris.

ENOTURISME – relació empreses associades dins “Serveis turístics / Productors”. Fitxa amb dades general, descripció, com arribar i fotos. Possibilitat de deixar comentaris. Proposta “Camins de vi” de la D.O. Empordà

PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA

L'Alt Empordà a www.costabrava.org

Català | Castellano | English | Français | Italiano | Deutsch | русский



Costa Brava
Pirineu de Girona

Neu*

Facebook Twitter YouTube Instagram Pinterest

Què vols fer?



GAUDEIX ON ANAR QUÈ FER ON MENJAR ALLOTJAMENT AGENDA



Neu

I a tu, també t'apassiona el color blanc? Al Pirineu de Girona pots gaudir esquiant a algunes de les estacions d'esquí alpí amb més tradició i una d'esquí nòrdic.



Senderisme

Pas a pas. Sense presses. Respirant profundament. Fent fotos. Al teu ritme. Et proposem un munt d'excursions per la Costa Brava i el Pirineu de Girona.



Triangle dalinià

Et proposem endinsar-te en la vida i l'obra de Salvador Dalí, visitant el famós triangle del pintor empordanès amb els museus de Figueres, Púbol i Portlligat.

HOTELS APARTAMENTS CAMPINGS

Destinació

Data d'arribada

25 Febrer '14

Data de sortida

26 Febrer '14

TURISME 360°

PROGRAMA

Català | Castellano | English | Français | Italiano | Deutsch | русский

Costa Brava
Pirineu de Girona

Què vols fer?

EL TEMPS  MAPA 

GAUDEIX **ON ANAR** QUÈ FER ON MENJAR ALLOTJAMENT AGENDA

Informació general | Transports | Costa Brava | Pirineu de Girona | Comarques i municipis

Costabrava.org > On anar > Comarques i municipis > Alt Empordà



Alt Empordà

L'Alt Empordà sempre s'ha caracteritzat per ser una terra de pas, per la seva situació al nord de la Costa Brava fent frontera amb França. Quan descobreixis la comarca, veuràs que sobretot és una terra acollidora per estar-s'hi, durant una escapada d'uns dies o unes vacances llargues. De raons per fer-ho, no te'n faltaran.

Per veure i viure, hi tens paisatges naturals protegits molt diversos: el Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà, el del Cap de Creus, el Paratge Natural de l'Aiberà i la zona de Bassegoda.

Per assaborir, tasta la gastronomia de mar i muntanya, el suquet de peix, l'oca amb naps, els brunois de l'Empordà, la botifarra dolça, les anxoves de l'escala i, si t'agrada el bon vi, un de la Denominació d'Origen Empordà.

I per sorprendre't, tot el llegat d'un artista icona d'aquestes terres –Salvador Dalí–, amb el Teatre-Museu de Figueres i la Casa-Museu de Portlligat.

AGENDA

CLUB DE LECTURA D'ADULTS

Figueres (L'Alt Empordà)

24/02/14

PRESENTACIÓ DEL LLIBRE L'AFER MARSELLÈS, DE MERCÈ CUARTIELLA

Girona (El Gironès)

24/02/14

L'HORA DEL CONTE: OLGA CERCÓS, MONTSERRAT COLOMÉ I SUSANNA RUIZ, AMB LA PERRUQUERIA DE LA CAPUXXETA

Tamarit (Palafrugell) (El Baix Empordà)

24/02/14

III FESTIVAL INTERNACIONAL DE CIRC CIUTAT DE FIGUERES

Figueres (L'Alt Empordà)

Fins al 24/02/14

+ Veure'ls tots

TWITTER

RT @TuCuponera: RT @asaltodemata: #ParacaidismoAccesible @costabrava tinyurl.com/xgee63f #TurismoAccesible, #TourismForAll #incostabrava

Mostra la màgia del #CarnavalCostaBrava i aconsegueix un dels 58 premis! Com participar: bit.ly/CarnavalCD pictwitter.com/F9qHesxPsV

27

PROMOTOR (nom organització): Patronat de Turisme Costa Brava Girona

TERRITORI QUE ABARCA: Costa Brava i Pirineu de Girona

IDIOMES : Català, castellà, francès, anglès, alemany, italià i rus

La nova web de la Costa Brava destaca per:

- disposar d'un apartat específic amb informació general de la comarca de l'Alt Empordà;
- aparèixer les dades de contacte del Consell Comarcal - Alt Empordà Turisme, les diferents oficines de turisme de la comarca, les associacions i gremis, etc.
- oferir tota la informació sobre serveis i recursos turístics i teixit empresarial de la comarca (més o menys actualitzada);
- incloure una selecció molt àmplia de productes de turisme actiu. Tot i això, la descripció per atreure els visitants potencials està poc desenvolupada, amb textos molt curts previs a una relació d'empreses o institucions que formen part del Club de Màrqueting de Natura i Turisme actiu.
- disposar d'un apartat específic de l'oli de l'Empordà, vins amb Denominació d'Origen Empordà, bunyols de l'Empordà i la ceba de Figueres dins l'apartat Què fer – Gastronomia;
- comptar amb una agenda d'esdeveniments actuals a la comarca;
- fer un bon ús de la xarxes socials.



PROMOTOR (nom organització): Agència Catalana de Turisme

TERRITORI QUE ABARCA: Catalunya

IDIOMES: Català, castellà, francès, anglès, alemany i rus

La comarca de l'Alt Empordà està poc representada en aquesta web. Apareix dins la marca Costa Brava. A nivell de teixit empresarial de la comarca de l'Alt Empordà hi ha representació molt escassa degut a que per aparèixer s'ha de formar part d'algun club de producte.

La major part de la informació està estructurada segons producte:

- Com a rutes culturals només apareix el Triangle Dalinià.
- Com a rutes de senderisme hi ha presents el GR92, el Camí de Sant Jaume i el GR2 La Jonquera-Aiguafreda.
- Com a rutes de cicloturisme surt la ruta de Figueres a Castelló d'Empúries, Sant Pere Pescador, L'Escala, etc.. i també el Centre BTT Salines Bassegoda.
- Hi ha força bona representació de rutes gastronòmiques i dels productes cultura, natura, golf, spa i turisme nàutic (ports esportius).
- A nivell de turisme aquàtic la comarca no surt representada tot i la gran oferta que hi ha.

- A nivell de turisme actiu tampoc hi ha representada tota la oferta. Destaca l'oferta de paracaigudisme a Empuriabrava.
- El producte "compres" manca de molta informació a nivell de comarca.
- Apareix la població de Roses com a Destinació de Turisme Familiar.
- Apareix la població de Castelló d'Empúries com a Destinació de Turisme Esportiu.

4. EXPERIÈNCIES DE PROJECTES I TERRITORIS DE CARACTERÍSTIQUES SIMILARS.

Aquest apartat pretén veure exemples d'actuacions que fan altres territoris de posar en valor els seus recursos turístics i la captació de visitants durant tot l'any, a través de la promoció de nous productes que de forma complementària a l'activitat principal, afavoreixen la desestacionalització, i són un bon argument promocional.

S'han triat alguns exemples de referència a partir de l'anàlisi de les seves planes web que ens ajuden a emfatitzar quatre aspectes concrets:

- El paper que tenen els productes turístics complementaris al sol i la platja en els destins litorals mediterranis, com a instrument de màrqueting territorial i de generació de nova activitat turística, diversificació empresarial ocupació al llarg de l'any.

Es tracta d'activitats vinculades a la descoberta dels paisatges, del patrimoni cultural, als productes agroalimentaris, a les activitats recreatives en el medi natural, les activitats artístiques, etc.

- El contingut informatiu que tenen moltes planes web d'aquests destins en la descripció dels principals atractius i elements d'interès.

La pràctica de les activitats esmentades en el punt anterior és possible pel fet que aquests territoris gaudeixen d'uns espais naturals, un patrimoni arquitectònic, equipaments museístics, etc.

Per tant, la informació sobre aquests elements esdevé una eina promocional molt important, tant sobre les característiques de cada un d'ells com sobre les activitats que s'hi poden realitzar. Com hem vist en el capítol 3, es detecta sovint que en algunes de les nostres planes web s'incideix en les empreses que ofereixen activitats però no en les característiques privilegiades de l'entorn on es porten a terme.

- La importància que es dona al producte local (agroalimentari i artesanía) facilitant la trobada entre visitants i productors com una nova experiència turística. D'aquesta manera veiem que s'ofereixen recorreguts guiats o autoguiats de visita.
- La interrelació entre les ciutats que compten amb atractius patrimonials, culturals i artístics com a complement i punt de referència de l'oferta turística del territori que l'envolta. És el cas per exemple d'Aix en Provence i de la província de Pisa però no de Perpinyà o de la web de la ciutat de Pisa. També la capacitat de creació de productes adaptats a diferents segments de mercat per atreure visitants de les zones litorals cap a aquestes ciutats, com seria l'exemple de Reus.

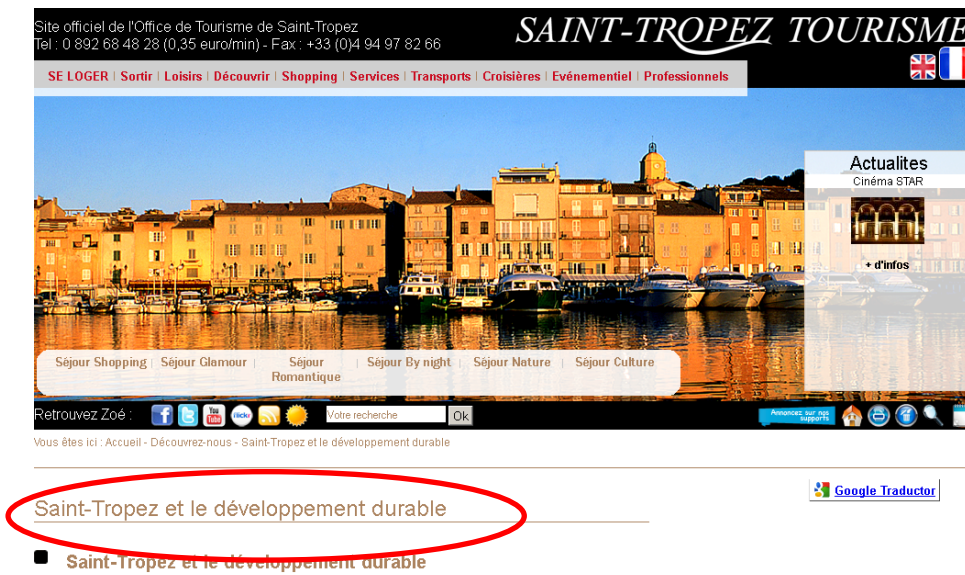
Finalment en aquest apartat, s'ha considerat oportú també fer referència al treball que realitza l'entitat País Pirineu-Mediterrani de la Catalunya Nord, per veure com la seva estratègia de desenvolupament turístic, molt similar a la què es planteja a

nivell d'Empordà, s'adapta als períodes de programació comunitària per poder aprofitar al màxim els fons de finançament basats en la cooperació transfronterera.

4.1. Sud de França: Saint Tropez Tourisme. Golfe Saint Tropez. Région du Var

En aquest cas s'incorporen tres exemples de la zona del Var, a la regió de Provence-Alpes-Côte d'Azur, que des de sempre ha estat una zona de referència per al turisme litoral. Veiem a través de les planes web l'aposta que es fa per complementar l'oferta de sol i platja amb activitats vinculades a la descoberta del territori, els productes locals, l'artesanía, la creació artística, etc. com a forma de generar prestigi i valor afegit a la destinació i d'assegurar una activitat turística al llarg de tot l'any.

Analitzant l'**oficina de turisme de la vila de Saint Tropez**, població que en el nostre imaginari associem a un turisme de luxe i elitista, volem destacar la seva aposta per posar en valor l'entorn i pel turisme sostenible, que es manifesta de forma explícita en la [plana web turística](#) de la destinació.



Així pel que fa a la descoberta de l'entorn veiem a la Home, com s'ofereixen diferents tipus de packs temàtics, alguns molt vinculats als valors més tradicionals de Saint Tropez (shopping, glamour, romàntic), però d'altres més vinculats als atractius de la població, com són les ofertes de natura o cultura.

I per què s'aposta pel desenvolupament sostenible? La resposta es mostra en aquesta mateixa plana: "l'objectiu a llarg termini és desmarcar-se front a la competència i atreure els consumidors responsables". En aquesta línia el municipi de Saint Tropez va tenir molt interès en ser inclòs com un dels destins pilot en la implementació dels indicadors de sostenibilitat ETIS -European Tourism Indicators System, promoguts per la DG Indústria i Empresa de la Comissió Europea, del què s'ha parlat en l'apartat 3.1.

El segon exemple es centra en l'Oficina de Turisme del **Golfe Saint Tropez**, classificada com a societat d'Economia Mixta integrada pels 12 municipis que formen la Communauté de Communes Golfe de Saint Tropez i professionals del sector que s'hi han adherit.

En aquest cas volem destacar la similitud quant a territori amb l'Alt Empordà, sobretot en el fet de combinar litoral amb petits municipis d'interior, en ser presents boscos d'alzines sureres com a l'Albera o en el prestigi internacional d'aquesta zona com a destinació de vacances de sol i platja d'alt standing (platges de Saint Tropez, Sainte Maxime, Cavalaire, etc.)

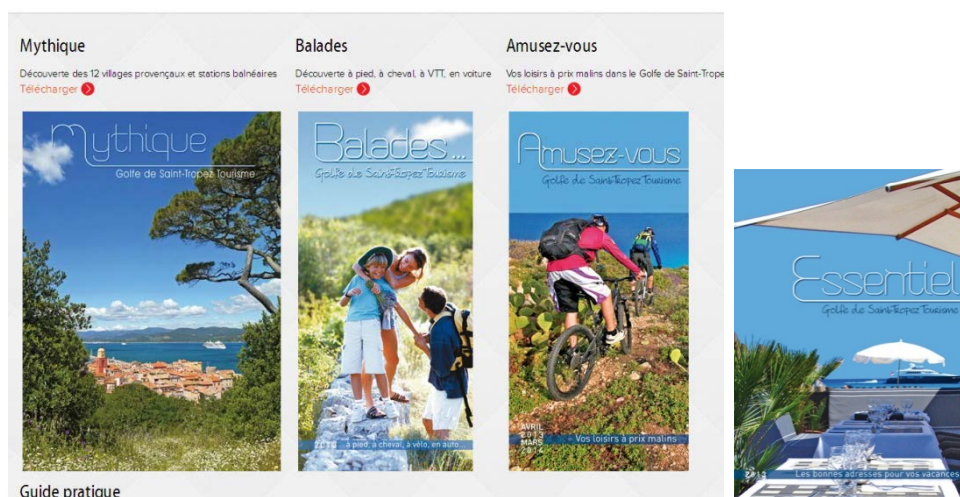
La presentació que es fa del territori a través de la [web](#) i del material editat, es basa en la qualitat de vida, els paisatges i la diversitat de recursos i punts d'atracció que ofereix. Evidentment, la part marítima hi té un paper molt determinant però l'aposta per conèixer l'interior amb tot el patrimoni cultural, caràcter de les poblacions, producció agroalimentària, els cellers, ... és molt notòria.

La plana web presenta dos pestanyes centrals:

- **On?** Descripció dels municipis, rutes turístiques així com un apartat per descobrir les zones més properes (regió del Var)
- **Què?** Visites i descobertes, allotjaments, oficines de turisme, ...

Destacar així mateix els 4 documents de presentació del territori, que es poden consultar i descarregar i que van molt en la línia del dossier que s'està preparant des de Alt Empordà Turisme, conjuntament amb la comarca del Baix Empordà. En aquest cas porten per títols:

- Mythique
- Balades
- Amusez-vous
- Essentiel, com a directori d'empreses i serveis.



El missatge que volem extreure és la importància de fer ben visible allò que és més atractiu i que genera “emocions” als visitants actuals i potencials. En aquest cas, el litoral hi és ben representat però altres activitats estan sent utilitzades com a icones d'atractivitat durant tot l'any.

El tercer exemple d'aquesta zona del sud de França correspon al **Département del Var**, entitat administrativa en la qual es troben els municipis del Golf de Saint Tropez, abans esmentats.

La seva [plana web](#), malgrat que el disseny no és gaire actual, és un bon exemple pels seus continguts. Seguint la mateixa línia dels casos anteriors, hi trobem informació de les activitats nàutiques, de sol i platja, dels allotjaments, però també amb la mateixa intensitat, dels artesans o dels productes agroalimentaris locals, amb itineraris que inviten a visitar els tallers i obradors.



Així per exemple, quan es clica en l'apartat “Destinació Familiar” es mostren les ofertes de museus, d'activitats a l'aire lliure o el calendari d'activitats durant tot l'any.

En l'apartat “Destinació Natura”, es mostren propostes d'activitats de tot tipus: senderisme, cicloturisme, nàutiques, vol, golf, ... En tots els casos, el nombre d'activitats que s'ofereix és molt elevat, la qual cosa dóna imatge de què és una oferta consolidada.

Cal destacar així mateix un apartat de Patrimoni natural amb una presència destacada de tots els espais d'interès natural. La informació de cada un és de nou molt extensa, estructurant diferents nivells de lectura i complementant amb links que aporten informació addicional, que connecten amb la web oficial de cada espai i sempre, donant informació en clau més turística, de totes les activitats que s'hi poden fer.

Sovint les planes web dels territoris tenen la dificultat de que volen fer cabre tot els elements d'interès però per algú que no coneix la zona, pot dificultar esbrinar quins són aquells que no s'hauria de deixar perdre. En aquest cas, ho han resolt amb una plana anomenada “11 sites incontournables” amb propostes de patrimoni cultural, natural, pobles amb encant, litoral, ...

4.2. França: Aix en Provence i Perpinyà.

El fet de la singularitat de Figueres en el marc de l'Alt Empordà i el seu paper de porta d'entrada per descobrir l'Empordà ens va portar a buscar exemples de ciutats de característiques similars per veure com interrelacionen l'oferta turística de la ciutat amb el seu entorn. S'aporten dos exemples, un que considerem que està força ben resolt com és el cas de Aix en Provence i un altre, amb mancances, el de Perpinyà.

Aix en Provence – Figueres té similituds amb aquesta ciutat de la Provença, ja que està molt vinculada a moviments artístics i culturals, i es troba prop del litoral. Una característica que les diferencia és la proximitat a una gran ciutat com és Marsella.

Analitzant la seva plana [web turística](#) es posa de relleu que les imatges tenen una funció important per posar en valor els atributs del territori. A la part superior de la pàgina inicial van passant imatges que anuncien promocions, central de reserves (per exemple allotjament + passaport de visites, paisatges, visites, mercats, etc.).

Pot ser interessant per Figueres destacar el tema dels “passaports”. En aquests moments s'ofereixen 3 de diferents:

- o Descoberta del patrimoni vinculat al pintor Cézanne
- o Aix – Pays d'Aix, combinant la visita a la ciutat i al seu entorn
- o Pass Vignerons, per fomentar la visita als cellers

Els passaports incorporen tarifes reduïdes a les visites guiades, museus, exposicions, cellers, etc.

Bienvenue à Aix-en-Provence et dans le Pays d'Aix

La Provence, comment l'aimez-vous ?
Éclatante de nature dans la lumière du printemps ? Éperdue de couleurs au cœur de l'été ? Envoûtante sous le ciel clair de l'automne ? Enchantée de traditions au soleil de l'hiver ? N'hésitez pas...

Peu importe le mois, vous trouverez toujours ici les paysages aimés du monde entier et des panoramas à couper le souffle, les marchés et les saveurs, le soleil et la fête des sens, les festivals et mille temps forts, les dernières tendances et une certaine idée de la Provence. La Provence par excellence.

En route !

Réservez votre chambre en Pays d'Aix

Visites et loisirs, réservez en ligne !

Découvrez Aix avec un guide-conférencier

Visitez la Provence avec une excursion

VIVRE AIX
À prix malins!

OFFRE SPÉCIALE

ReServation

Hébergements Musée et loisirs

Hôtel

Début de séjour 33/MM/AAAA

Fin de séjour 1 nuit

2 personnes

Plus de critères

0 résultat

Cal destacar que la destinació s'anuncia com a ciutat però també com “**Pays d'Aix**”. En els banners de la plana principal s'ofereixen visites a la Provença, en excursions de mig dia o de dia, promogudes per diverses agències de viatges locals, amb un calendari setmanal de totes les visites que es poden contractar.

L'interès es centra en la descoberta dels paisatges, de l'espícol, dels museus, de la gastronomia, dels cellers, ...

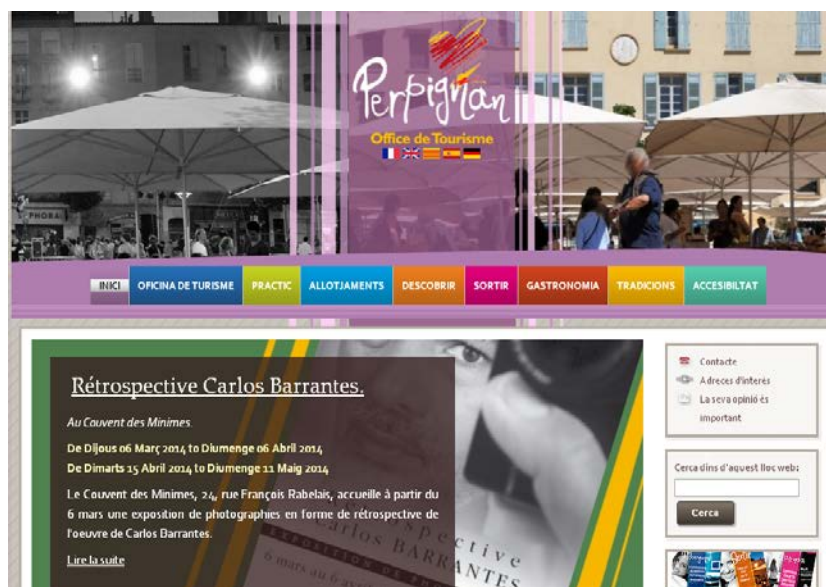
El punt d'inici de les excursions és sempre l'oficina de turisme, que actua així mateix com a punt d'informació i venda de les excursions. D'aquesta manera es sedueix al visitant a allargar l'estada a Aix en Provence com a punt de partida de descoberta del seu entorn.

Perpinyà – La seva plana [web turística](#) és completa i està en francès, anglès, castellà, català i alemany.

Els continguts es centren però, únicament en la ciutat i el seu patrimoni cultural i artístic.

En l'apartat de gastronomia, trobem un subapartat dedicat al vi en què sí es presenten cellers de la regió.

Cap dels apartats de la web invita a descobrir la regió propera i/o mostra links a les planes web turístiques de la regió o del país.



4.3. Itàlia: La regió de Pisa i Pisa ciutat

Seguint en la línia de voler trobar exemples d'encaix entre una ciutat patrimonial i la seva regió turística, hem analitzat dos planes web italianes:

Província de Pisa. A partir de la marca Pisa Unica Terra, la [plana web turística](#) d'aquesta província formada per 39 municipis es focalitza en 5 centres d'interès principals:

- Litoral
- Natura
- Gastronomia i vi
- Spa i wellness
- Pobles i ciutats d'art



En els banners de la part dreta, hi són presents tres links: Monuments, museus i art contemporani/tecnologia.

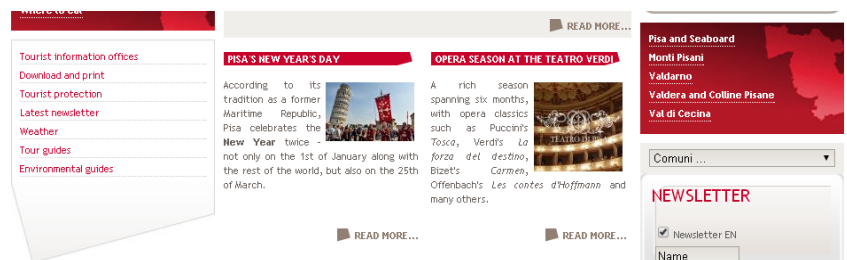
La plana web té com a punt feble, la manca de fotografies impactants i el fet que només es troba en italià i anglès (la resta d'idiomes a través del traductor automàtic de Google).

En canvi, es proposen itineraris de descoberta amb diferents alternatives i combinacions de productes.

Destaca així mateix l'apartat dedicat a la gastronomia, amb un link que permet la compra directa als productors, amb indicacions de:

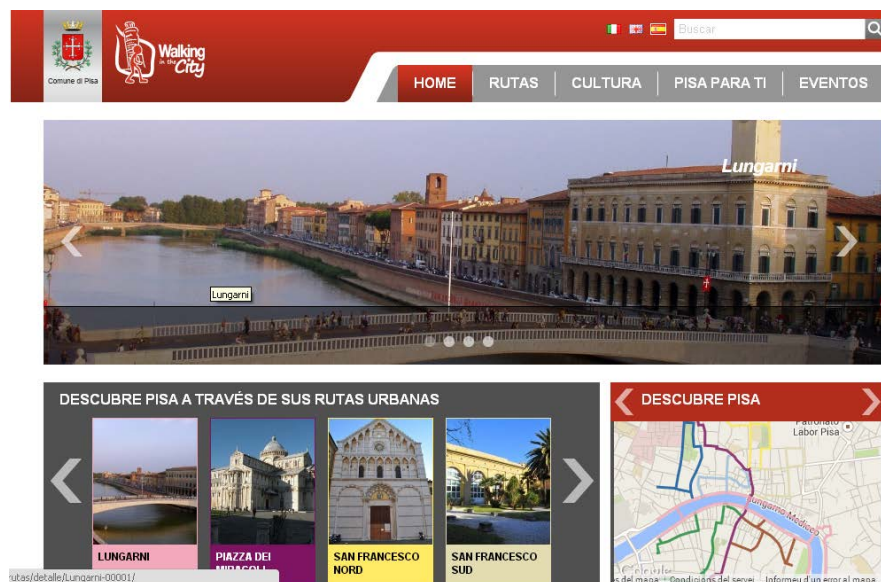
- Vi
- Oli
- Trufes
- Altres productes

La informació sobre la ciutat de Pisa es centra en els seus aspectes monumentals i artístics, dins l'apartat de "Pobles i ciutats d'art". A destacar que des de la plana web es té accés molt fàcil a la llista de guies tant culturals com d'activitats a la natura.



Pisa ciutat.

La [plana web](#) de la ciutat de Pisa es troba en 3 idiomes: italià, castellà i anglès i destaca la vistositat de les fotografies que incorpora. Es troba a faltar informació general, la que hi ha és a partir dels monuments i centres d'interès que relaciona.



Com en altres exemples que hem anat analitzant, no hi ha una invitació a conèixer els entorns de la ciutat.

4.4. França: Parcs Naturals

Els parcs naturals dels països europeus tenen sovint una orientació molt més evident cap a l'atracció de visitants que els del nostre país.

Sense deixar de banda l'aspecte de protecció de la natura que és la raó de ser d'un espai natural protegit, les actuacions encaminades a millorar la qualitat de vida dels residents i de posta en valor del patrimoni natural i cultural hi són molt presents, principalment a través d'una activitat turística sostenible.

Amb la intenció de destacar aquesta funció de destinació turística, ens hem centrat en l'exemple del Parc Natural Regional del Luberon, a la zona de la Provença francesa. Amb una afluència de 850.000 visitants, cal destacar que el 30% són cicloturistes i d'aquests, el 54% són estrangers.

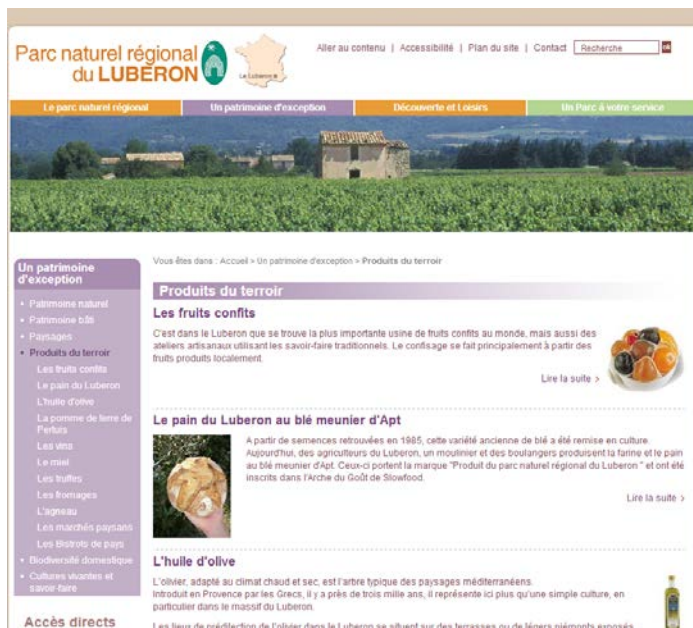
La importància del cicloturisme en aquesta zona es fa evident amb el fet que s'ha creat una associació [Vélo Loisir en Luberon](#) amb plana web pròpia, de promoció de l'activitat i dels establiments que es volen especialitzar en aquest segment. La web està en tres idiomes: francès, anglès i alemany.



Tornant al Parc Natural Regional del Luberon, es tracta d'un dels primers espais que es va certificar amb la Carta Europea del Turisme Sostenible a França i com s'ha dit, s'ha bolcat en la promoció del cicloturisme.

Els seus paisatges i pobles corresponen a l'ideal de postal turística de la Provença (amb els camps d'espígol principalment) i és un dels destins preferits dels famosos per a les seves segones residències. Es troba entre les ciutats d'Avinyó i Aix en Provence i a poc més de mitja hora de Marsella.

En la seva [plana web](#) destaca l'aposta per posar en valor els paisatges agraris, els productes agroalimentaris locals (a través de mercats "de pagesos") i com hem dit, de l'activitat de cicloturisme.



Un element innovador és l'oferta de itineraris de descoberta del patrimoni agrícola a través d'un catàleg de 12 circuits de curta durada, molts d'ells guiats i ofertats de forma fixa, un o dos dies a la setmana durant l'estiu. La major part incorpora degustació de productes durant les visites.

Els itineraris autoguiats compten amb senyalització explicativa al llarg de les rutes.

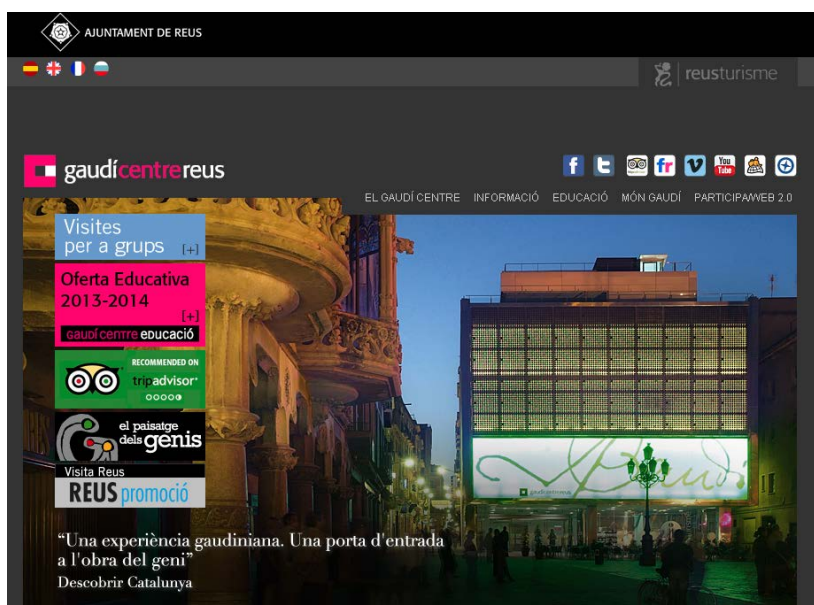


4.5. Reus i el patrimoni Gaudí

L'exemple de Reus com a ciutat de interior amb una forta influència del turisme de sol i platja de la Costa Daurada s'ha centrat principalment en el paper del Gaudí Centre de Visitants.

Compta amb [plana web](#) pròpia malgrat estar vinculat amb l'Ajuntament de Reus a través de l'àrea de turisme. Els idiomes en què es pot consultar són català, castellà, anglès, francès i rus. Altres entitats associades al Centre són el Patronat de Turisme de la Costa Daurada, la iniciativa de dinamització del centre històric i comercial "El Tomb de Reus" i el Centre Comercial del Pallol de Reus.

El Centre ha sabut donar la volta al fet de que no hi ha cap obra de Gaudí a la ciutat, que va marxar a viure a Barcelona als 16 anys, però tot i això s'argumenta que qui vulgui admirar l'obra de Gaudí ha de visitar Barcelona, però que qui vulgui "entendre" la seva obra, ha de visitar aquest Centre.



Gaudí Centre Reus integra en l'edifici diversos espais, entre els quals oficina de turisme, botiga i restaurant gastronòmic.

L'equip tècnic és molt dinàmic pel que fa a la captació de visitants (80.000 el 2012) a través d'actuacions com ara:

- Descomptes a operadors turístics, hotelers i restaurants de Reus i de la Costa Daurada, amb els quals, organitzen paquets destinats a famílies que poden comercialitzar a través de diferents plataformes (vendes flash, packs regal, etc.)
- Itineraris combinats entre el Centre i la ciutat de Reus.

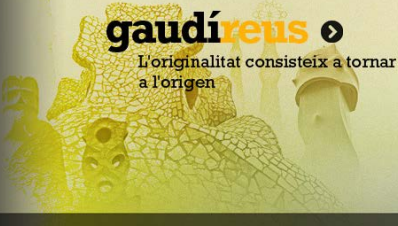


- Organització de fam trips per a hotels, premsa i altres prescriptors, com ara bloggers, etc.
- Creació de quaderns didàctics per a públic escolar, tallers i visites guiades que es donen a conèixer a través de mailings a totes les escoles 2 cops l'any (juny i setembre), proposant paquets d'un dia que incorporen diferents activitats a la ciutat o a l'entorn.
- Contactes amb operadors
- Contactes amb agències que gestionen grups de Imsero en els establiments de la zona turística de la Costa Daurada, oferint incentius que siguin atractius per aquest tipus de públic com ara, tastets de productes locals, obsequis, etc.
- Interacció amb webs i xarxes socials per l'atracció de públic interior i de caps de setmana, amb establiments de turisme rural, hotels i restaurants, etc. També es cuida molt la presència en mitjans de comunicació per atreure nous visitants però també com a recordatori del Centre per als establiments col·laboradors.

Forma part així mateix de [El Paisatge dels Genis](#), una iniciativa per la creació i desenvolupament d'una oferta turística basada en la vinculació de quatre artistes universals, amb quatre municipis de les comarques de Tarragona on van passar llargues temporades de la seva vida.

Es tracta d'Antoni Gaudí a Reus, Joan Miró a Mont-roig del Camp, Pau Casals al Vendrell i Pablo Picasso a Horta de Sant Joan.


el paisatge
dels genis
CAT ESP



gaudíreus

L'originalitat consisteix a tornar a l'origen



El Paisatge dels Genis

Presentació

Qui som?

Àudiovisuals

Els Genis en la història

La Ruta dels Genis

Gaudí i Reus

Miró i Mont-roig

Pau Casals i el Vendrell

Picasso i Horta

Què fer, on dormir i on menjar

4 genis, un paisatge

El Paisatge dels Genis és una iniciativa per la creació i desenvolupament d'una oferta turística basada en la vinculació de quatre artistes universals amb quatre municipis de les comarques de Tarragona on van passar llargues temporades de la seva vida.

Es tracta d'Antoni Gaudí a Reus, Joan Miró a Mont-roig del Camp, Pau Casals al Vendrell i Pablo Picasso a Horta de Sant Joan.

Aquest paisatge de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre va marcar i inspirar aquests Genis en les seves vessants personals i artístiques, mitjançant l'entorn físic, social i



Considerem que és un bon exemple per Figueres, de com es pot actuar en la creació de paquets i propostes per atreure més visitants del litoral cap a la ciutat i dissenyar productes adreçats a diferents segments de mercat: escoles, famílies, grups de jubilats, etc.

4.6. País Pirineus Mediterrani



Aquesta associació de 58 municipis de la Catalunya Nord, amb una població de 102.000 habitants té com a objectiu la construcció i implementació d'un projecte sostenible en els àmbits econòmic, social i cultural.

Cada 6 anys es redacta un document de treball per definir les estratègies i plans d'acció per al desenvolupament turístic. En l'anterior, corresponent als anys 2006-2013¹, es fa evident una similitud molt notable amb el projecte Empordà i de fet, en el document *Estratègia per a la valorització dels recursos territorials de l'Empordà* de l'any 2009, ja es feia referència a aquesta associació i a les actuacions iniciades per cooperar amb ella. La diferència més notable amb l'Alt Empordà és que la ciutat de Perpinyà no està dins aquesta associació.

El *Schéma d'Aménagement Touristique* manifestava la voluntat de treballar en la complementarietat litoral-interior i concretament en:

- Protegir i posar en valor el patrimoni cultural i natural.
- Sensibilitzar i informar al públic sobre les qualitats del territori.
- Crear una oferta turística específica i qualitativa.
- Preservar la qualitat de vida dels residents.
- Assegurar el desenvolupament econòmic i social obrint pas a noves oportunitats econòmiques i sinergies que millorin la qualitat dels llocs de treball.

Incidint principalment en els següents productes:

- Sol i platja
- Termalisme
- Turisme rural
- Activitats esportives a l'aire lliure (via verda, Pirineus Mediterrani, BTT, senderisme i centre d'interpretació sobre la natura),
- Turisme patrimonial i cultural,
- Turisme "du terroir", basat en la valorització dels productes locals,
- Turisme cinègic
- Ecoturisme (amb rutes del suro, d'arbres monumentals, senders temàtics, etc.)

¹ www.payspyreneesmediterranee.org/documents/SADDT_PPM_20avril2006.pdf

- Turisme industrial

Es proposen així mateix unes accions transversals, que són:

- Formació
- Cartes de qualitat
- Comunicació
- Aposta per les noves tecnologies
- Cooperació transfronterera

Cal destacar així mateix que aquesta associació, juntament amb el Conseil Général des Pyrénées Orientales i el Consorci de Vies Verdes han estat els promotors del projecte PIRINEXUS, l'anella cicloturística que uneix la demarcació de Girona amb la Catalunya Nord.

Els resultats del treball realitzat per l'associació durant el període 2006-2013 es poden consultar en aquest [fulletó](#).



Durant els últims mesos de 2013 es van portar a terme diverses actuacions, entre les quals tallers de participació ciutadana per orientar les estratègies 2014-2020 acoblant-se així mateix a les polítiques que promou la Unió Europea.

Des de DCB Turisme i Desenvolupament Local es va fer un primer contacte a principis del 2014 amb la responsable dels programes de cooperació, Sra. Geraldine Caprani que va explicar que actualment estan en procés de redacció del pla estratègic 2014-2020 i va manifestar l'interès en endegar projectes de cooperació conjunta.

5. FITXES DE TREBALL DELS PRODUCTES TURÍSTICS MÉS RELLEVANTS

El grup que ha anat seguint els treballs de preparació del Pla d'Acció va considerar oportú comptar amb una fitxa de cada un dels productes turístics més emblemàtics de la comarca en què es defineixi el seu potencial, àmbit territorial i la seva situació actual, com un element previ per poder estructurar les accions a realitzar per millorar el seu posicionament en els mercats.

Cada fitxa de producte conté una descripció general sobre la seva importància, els recursos que té la comarca que el justifiquen, el mercat potencial de cada un d'ells, els principals esdeveniments que s'hi celebren, així com els punts forts i febles i propostes d'actuació en el futur.

Els productes que s'han analitzat són:

- Sol i platja
- Senderisme
(amb una referència al Trail Running)
- Ciclisme
(incorporant cicloturisme, ciclisme de carretera i BTT)
- Activitats nàutiques
- Activitats aquàtiques i subaquàtiques
(per la incidència del busseig principalment, s'analitza de forma separada a les activitats nàutiques)
- Vol
- Enoturisme
- Turisme cultural
- Ecoturisme

5.1. Sol i platja

Una de les característiques que ha marcat el desenvolupament turístic de la comarca ha estat la seva vinculació al sol i la platja. Aquesta activitat iniciada a finals dels anys 50, ha tingut un impacte determinant en la millora de la qualitat de vida dels residents.

Després de 50 anys de desenvolupament d'aquest model turístic, la comarca disposa d'una oferta turística consolidada, diversa, de qualitat i professionalitzada que s'ha anat adaptant a les necessitats de la demanda. Al seu voltant, es genera un nombre molt important de llocs de treballs directes i indirectes.

La magnitud d'aquesta oferta d'allotjament que es concentra als municipis del litoral és la següent:

OFERTA TURÍSTICA (places) 2012	Alt Empordà	Municipis litorals	% municipis litorals / comarca
Hotels	11.930	9.388	78,7
Hostals i pensions	2.608	1.839	70,5
Càmpings	38.544	36.561	95
Turisme rural	1.294	113	8,7

Font: Elaboració pròpia

Tal com podem veure, la major part d'oferta hotelera tant en hotels, com en hostals i pensions, així com la pràctica totalitat de l'oferta de càmpings, es concentra en els 9 municipis litorals.

En canvi l'oferta de turisme rural és molt poc significativa (8,7% sobre el total), en comparació amb el conjunt de la comarca on hi té un paper rellevant.

Pel que fa a segones residències, és de nou en els municipis litorals on es concentren majoritàriament, ja que segons dades de l'IDESCAT de l'any 2011, dels més de 52.000 habitatges secundaris, 48.000 estan situats en aquests municipis.

Oferta turística	Hotels		Hostals i pensions		Càmpings		Turisme rural	
Municipis litorals	Establiments	Places	Establiments	Places	Establiments	Places	Establiments	Places
Cadaqués	18	927	6	142	1	630	-	-
Castelló d'Empúries	9	1.343	4	79	5	10.038	5	47
Colera	1	37	2	32	1	720	-	-
Escala, l'	6	357	10	363	5	6.351	2	12
Llançà	6	324	8	266	1	417	-	-
Port de la Selva, el	3	148	5	140	3	1.944	-	-
Portbou	2	41	2	67	-	-	-	-
Roses	31	6.077	13	750	4	2.520	-	-
Sant Pere Pescador	4	134	-	-	7	13.941	5	54
TOTAL	80	9.388	50	1.839	27	36.561	12	113

Per municipis, destaca la concentració d'oferta hotelera a Roses, seguida de Castelló d'Empúries i Cadaqués. Pel que fa als càmpings, els municipis de la badia de Roses concentren la pràctica totalitat de l'oferta.

Tota aquesta intensitat turística tan centrada en el litoral ve motivada per l'excel·lent qualitat de les platges que ofereix la comarca. Així, les 36 platges en les què l'Agència Catalana de l'Aigua controla la qualitat de les aigües durant l'estiu, obtenen una molt bona qualificació. Sis platges situades a Portbou, Llançà, Port de la Selva i Castelló d'Empúries tenen el guardó de Bandera Blava el 2013.

Malgrat l'impacte que ha tingut el creixement urbanístic en el front marítim de tota la Costa Brava que també es fa evident les destinacions litorals de la comarca, es mantenen trams ben conservats i amb figures de protecció que garanteixen el seu futur, especialment els situats en l'àmbit dels espais naturals protegits.

Una altra de les característiques d'aquest litoral –de 89,55 kms⁻² és la seva diversitat paisatgística que combina trams de platges deltaïques de sorra fina amb altres de costa rocosa i abrupta, amb nombrosos entrants i sortints, que fa molt atractiva la seva observació des del mar.

En la guia Camins de Ronda – La Travessa de la Costa Brava, es divideixen en 5 trams els que passen per l'Alt Empordà, amb un total de 118 kms. Els camins de ronda permeten descobrir aquests paisatges litorals tan atractius que s'han convertit en un recurs turístic de primer nivell, complementari al sol i la platja.

² 92,53 kms. al Baix Empordà. Font: consulta efectuada a la Dirección General para la Sostenibilidad de la Costa y del Mar del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Els municipis litorals disposen així mateix d'una oferta molt variada d'activitats esportives, recreatives, culturals i de lleure en general, adaptades a les exigències dels visitants.

A més, es converteixen sovint en la porta d'entrada per conèixer tots els atractius de la comarca i han facilitat el desenvolupament d'una bona part dels productes turístics vinculats al turisme actiu, cultural i enogastronòmic que s'aniran descrivint en els següents apartats.

En aquesta línia és important destacar el paper que hi tenen les oficines de turisme, tant en el suport que fan a les empreses en la creació de nous productes com a l'hora d'atendre els visitants per donar-los a conèixer tots els atractius de la comarca. De les 14 oficines de turisme de l'Alt Empordà, 10 estan situades en aquests municipis litorals.

La concentració i diversitat d'oferta existent permet combinar vacances de sol i la platja amb la descoberta de l'interior i les vacances actives. Un dels avantatges és que la tipologia d'establiments facilita acollir grups nombrosos que sovint molts destins d'interior no poden atendre, per la dimensió dels seus establiments. Així mateix, aquestes noves activitats permeten trencar l'estacionalitat que representen les vacances tradicionals de sol i platja, creant noves ofertes fora de temporada.

Una altra de les característiques d'aquests municipis litorals és que en disposar d'una bona oferta d'activitats i estar propers a molts centres d'interès, poden aprofitar les oportunitats que representa la tipologia de les **vacances actives, especialment per famílies**, que està creixent arreu d'Europa segons es desprèn de l'anàlisi de l'evolució de les ofertes que comercialitzen operadors turístics especialitzats.

El repte però, d'aquestes destinacions turístiques litorals és mantenir la seva atractivitat i per tant la seva competitivitat turística, tenint present el creixement que han tingut des dels inicis de l'activitat turística i l'impacte que això ha representat en el seu entorn més immediat.

L'aposta cap a la regeneració d'aquests destins vers models més sostenibles és un dels factors clau per mantenir el seu posicionament en el futur. Així, a més de crear nous productes adaptats a les noves exigències de la demanda, posant en valor el territori amb tots els seus actius, hi ha un treball a fer molt important en la millora de la qualitat dels serveis i de l'experiència global dels visitants.

Punts forts i febles

El Pla Estratègic de Turisme de Catalunya fa una anàlisi molt acurada de la situació de la nostra oferta turística. El DAFO que es presenta es correspon totalment a la situació de la comarca, tant pel que fa a les debilitats lligades a un model turístic massa dependent del sol i la platja, amb problemes derivats de l'obsolescència, de la degradació dels entorns, de la poca innovació i descoordinació entre els actors públics i privats i amb amenaces de destins més competitius, tant en qualitat com en preu.

En canvi continuem gaudint d'uns avantatges importants lligats a la diversitat de recursos, a la situació geogràfica privilegiada, a l'amplitud de l'oferta i professionalitat dels emprenedors, a l'interès que continua tenint el litoral per a les activitats d'oci i a la qualitat i magnitud de l'oferta, tant a nivell d'allotjament com de serveis públics i privats.

Com annex s'incorpora la presentació feta pel Director dels Serveis Territorials del Departament d'Empresa i Ocupació Sr. Ferran Roquer, el passat 27 de febrer de 2014 a l'Espai Armengol de Vilajuïga.

Propostes d'actuació

- Desenvolupar el programa d'**impuls a la qualitat en destí** per tota l'oferta turística pública (oficines de turisme, centres d'acollida de visitants, museus, platges, etc.)
- Reforçar el treball de **coordinació a través de la Taula d'oficines de turisme** de manera que la Xarxa d'oficines de turisme sigui la principal impulsora de la descoberta dels valors turístics del conjunt de la comarca i també dels projectes específics que s'estan desenvolupant a nivell supralocal i supracomarcal (Itinerànnia, Pirinexus, Empordà, ...)
- Preparació d'una **base documental on line** sobre recursos, equipaments, serveis, ... de l'oferta turística de la comarca/Empordà que pugui ser consultada per les oficines de turisme.
- Crear una **xarxa de punts d'informació col·laboradors** situats en equipaments públics de forta afluència de visitants (museus, centres de visitants dels espais naturals, etc.) així com en les recepcions dels establiments que hi vulguin participar.
- Impulsar programes de **creació de itineraris de mobilitat sostenible** (a peu, en bicicleta, transport públic, etc.) que connectin els destins de sol i platja des dels principals punts d'arribada dels visitants (principalment tren). També que connectin les zones d'allotjament amb els centres històrics i comercials de les poblacions turístiques i les xarxes d'itineraris.
- Donar suport a les empreses per anar creant **productes vinculats a les vacances actives per famílies** que combinin sol i platja amb activitats a l'aire lliure i de descoberta del territori, tant a les destinacions com en el seu entorn.
- Establir un **sistema de vigilància dels "petits detalls"** del territori que afecten sovint la imatge turística de les poblacions i que habitualment es poden resoldre sense implicar un cost important, pels equips de manteniment que tenen els ajuntaments.
- Treballar conjuntament en fer els **destins litorals cada cop més accessibles** per integrar-se a les marques que acrediten el concepte de destí obert a tot tipus de visitants.

- Observatori turístic. Establir un **sistema d'indicadors** que permetin medir l'impacte que té el turisme en el territori seguint el model que promou la DG Indústria i Empresa de la Comissió Europea. En aquest punt la Taula d'oficines de turisme pot tenir un paper determinant en el desenvolupament d'aquest sistema.
- **Accions formatives de gestió de destins** i de benchmarking que estiguin treballant en la mateixa línia de millora de la qualitat i diversificació de producte.
- Preparar documents per la **millora dels continguts informatius** sobre la comarca i l'Empordà que apareixen als portals turístics de referència gestionats pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona, Agència Catalana de Turisme i Turespaña. També proposar revisions en cas que es consideri oportú, al contingut de guies turístiques com ara MICHELIN, REPSOL, ADAC, etc.
- Generar **notes de premsa sobre l'evolució de l'activitat turística** de la comarca sobretot vinculada a sol i platja, i les accions que es fan per adaptar-la a les noves exigències dels visitants.

5.2. Senderisme

Després de les activitats de sol i platja i nàutiques, probablement el senderisme és el principal producte turístic de la comarca tant per nombre de practicants com de pernотacions. Això és degut a l'existència d'una extensa xarxa de camins de més de 1.750 kms. que van des de Senders de Gran Recorregut que connecten el Pirineu amb el mar o que ressegueixen el litoral, fins a camins històrics (com el de Sant Jaume, Pirineu Comtal, Camins de Retirada, Ruta de Walter Benjamin), itineraris pels Parcs i espais d'interès naturals i senders locals.

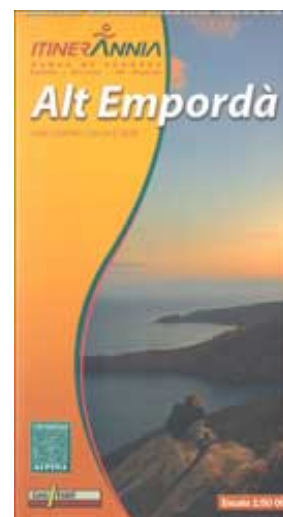
Sender	kms	A destacar
GR 92: De l'Escala a Portbou	92	Inici o final d'etapa a Portbou. Camins de ronda
GR 11: D'Albanyà al Cap de Creus	118	Inici o final d'etapa al Cap de Creus
GR 2: La Jonquera-Aiguafreda	54	3 etapes a la comarca. Entre La Jonquera i Besalú (Garrotxa)
Camí de Sant Jaume- Itinerari 1	33	Track: De La Jonquera a Figueres.
Camí de Sant Jaume- Itinerari 2	30	Track: Port de la Selva- Sant Pere de Rodes i Figueres
Camí de Sant Jaume- Itinerari 3	17	Track: de Figueres a Bàscara
Ruta de Pirineu Comtal	80	Es proposen 3 etapes: 1. De Castelló d'Empúries al Port de la Selva (Sant Pere de Rodes) 2. Del Port de la Selva a Rabós (Sant Quirze de Colera) 3. De Rabós a Peralada
Xarxa Itinerànnia	800	El total de la Xarxa d'Itinerànnia son 2.500kms
Xarxa d'itineraris del Parc Natural de Cap de Creus	55	Es proposen 13 itineraris.
Xarxa d'itineraris del Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà	18	Es proposen 4 itineraris
Ruta dels Estanys	38	Dins el Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà. Alguns trams coincideixen amb el GR-92. Senderisme i cicloturisme
Xarxa d'itineraris del PNIN de l'Albera	-	17 rutes. No s'especifiquen els kms.
Les rutes de la Mar d'Amunt de Llançà	75	Un total de 8 rutes.
Itineraris de Roses	-	En el fulletó no explicita els kms de les rutes
Rutes de Cadaqués	56	Un total de 6 rutes. No s'ha editat cap fulletó
Camí Natural de la Muga	40	
Ruta de Walter Benjamin	15	Ruta que uneix Portbou amb Banyuls.
Espais de Memòria. Retirada i camins de l'exili	-	El MUME ha senyalitzat localitats i paratges relacionats amb l'exili republicà de 1931.
Itineraris de senderisme de Salines Bassegoda	280	Es proposen un total de 25 rutes circulars per fer senderisme a Salines Bassegoda.

Publicacions de senderisme que s'editen a la comarca.

Per poder gaudir de tota aquesta xarxa de camins, diferents entitats han anat editant material de suport dels quals relacionem alguns dels més destacables.

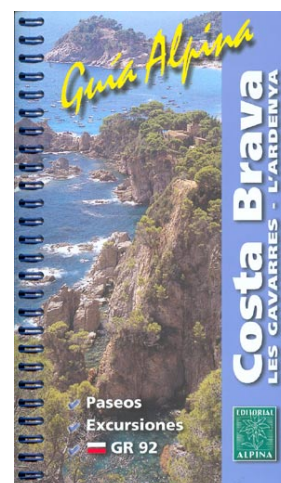
Itinerànnia- Alt Empordà

Nº pàgines	200
Mapa	Si (Alt Empordà)
Textos	Si
Idiomes	Català, Castellà, Anglès i Francès
Descripció	Guia amb explicacions de totes les rutes de la xarxa Itinerànnia de l'Alt Empordà. Inclou mapa.



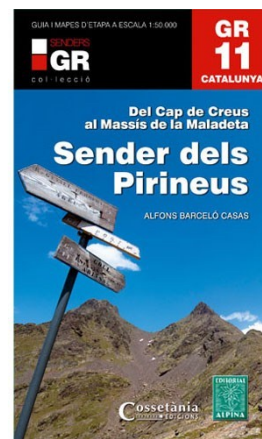
Guia Alpina – Costa Brava

Nº pàgines	200
Mapa	Si
Textos	Si
Idiomes	català
Descripció	<ul style="list-style-type: none">- Guia excursionista- Fàcil lectura- Mapes parcials, perfils i descripcions puntuals i precises dels itineraris- Selecció de rutes: excursions, ascensions i travesses



GR 11- Sender dels Pirineus

Nº pàgines	-
Mapa	11 mapes
Textos	Si
Idiomes	Català
Descripció	
Amb aquesta guia, Editorial Alpina i Cossetània Edicions, enceten una nova col·lecció centrada en els senders de gran recorregut.	
El GR 11 és, sens dubte, el sender per excel·lència dels Pirineus i el tram descrit és el que va des del Cap de Creus fins al massís de la Maladeta.	



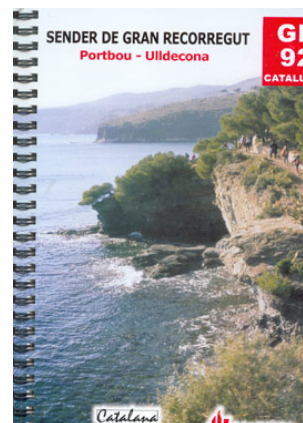
GR 11- La senda pirinenca

Nº pàgines	252
Mapa	1
Textos	Si
Idiomes	Castellà
Descripció	
Es proposa tot el GR 11 dividit en 46 itineraris.	



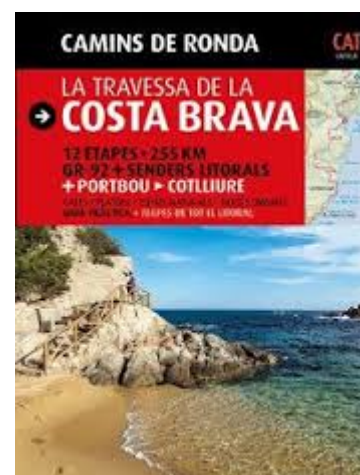
GR 92- Portbou-Ulledona

Nº pàgines	224
Mapa	-
Textos	Si
Idiomes	Català
Descripció	
Guia explicativa amb de totes les característiques del GR 92 de Portbou a Ulledona.	



Camins de ronda – La travessa de la Costa Brava

Nº pàgines	224
Mapa	2
Textos	Si
Idiomes	Català, castellà, anglès, francès i alemany.
Descripció	Guia amb molta qualitat fotogràfica i actualitzada. Proposa 12 itineraris seguint el GR 92 de la Costa Brava i continua fins la costa francesa (Cotlliure).



Mapa del territori LLANÇÀ

www.visitllanca.cat/?portfolio=rutes&lang=ca

Nº pàgines	1
Mapa	1
Textos	Si
Idiomes	Català, castellà, anglès i francès
Descripció	Mapa de gairebé tot l'Alt Empordà que proposa les rutes locals de Llançà (senderisme i BTT) i els principals GRs de la zona.



Rutes de la Mar d'Amunt- Senderisme

www.visitllanca.cat/?portfolio=rutes&lang=ca

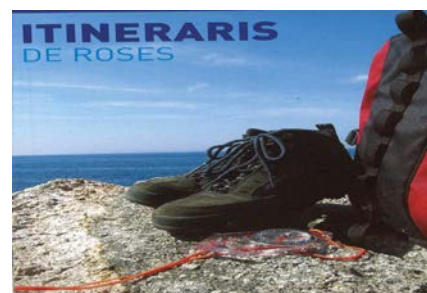
Nº pàgines	2
Mapa	1
Textos	Si
Idiomes	Català, castellà, anglès i francès
Descripció	Col·lecció de 8 fulletons en què es proposen les 8 rutes de la Mar d'Amunt al municipi de Llançà.



Itineraris de Roses

www.visit.roses.cat/ca/cb/descobreix-/rutes-a-peu-/

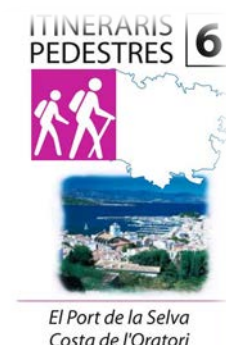
Nº pàgines	2
Mapa	1
Textos	Si
Idiomes	Català, castellà, anglès i francès
Descripció	
Mapa desplegable amb els 6 itineraris de Roses.	



Itineraris pedestres pel Parc Natural del Cap de Creus

<http://www20.gencat.cat/portal/site/parcsnaturals/menuitem.1eb639065e10cdb0e6789a10b0c0e1a0/?vgnextoid=fcb3f2a1b6a32210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=fcb3f2a1b6a32210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default>

Nº pàgines	2
Mapa	1
Textos	Si
Idiomes	Català, castellà, anglès i francès
Descripció	
Col·leccionables dels 15 itineraris del P.N de Cap de Creus	



Ruta dels Estanys

www.castelloempuriabrava.com/ca/que-fem/a-peu-i-en-bicicleta/ruta-dels-estanys.html

Nº pàgines	2
Mapa	Si
Textos	Si
Idiomes	Català-anglès Castellà-francès
Descripció	
Tríptic amb l'explicació de la ruta que passa per Castelló d'Empúries, Empuriabrava, Vilanova de la Muga i Peralada.	
També dels estanys del Cortalet, la Rubina, Tec i Vilaüt.	



Camí de Sant Jaume - El Port de la Selva-Sant Pere de Rodes i de la Jonquera a Montserrat

www.camidesantjaume.cat

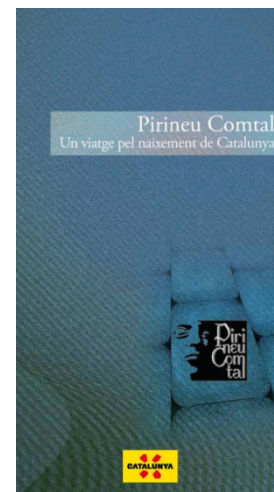
Nº pàgines	178
Mapa	Diversos mapes dels trams
Textos	Si
Idiomes	Català, castellà i francès
Descripció	
Col·lecció de 2 publicacions, una d'elles incorpora el tram que passa per l'Alt Empordà	



Ruta del Pirineu Comtal

<http://www20.gencat.cat/portal/site/empresaiocupacio/menuitem.347153a44635ea01a6740d63b0c0e1a0/?vgnextoid=8c98a96922d10310VgnVCM2000009b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=8c98a96922d10310VgnVCM2000009b0c1e0aRCRD>

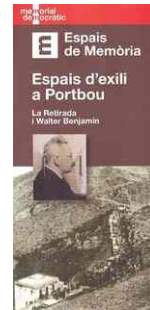
Nº pàgines	82
Mapa	Diversos mapes dels trams
Textos	Si
Idiomes	Català
Descripció	
En el moment de la consulta el link a la publicació no està operatiu.	



Ruta de Walter Benjamin

www.empordaturisme.com/data/WALTER%20BENJAMIN%20CAT.pdf

Nº pàgines	2
Mapa	1
Textos	Si
Idiomes	Català
Descripció	
Es tracta d'un fulletó explicatiu amb molt de contingut històric sobre Walter Benjamin.	



Retirada i camins de l'exili

Nº pàgines	2
Mapa	1
Textos	Si
Idiomes	Català
Descripció	
Fulletó editat per l'entitat Memorial Democràtic	



Principals esdeveniments a la comarca relacionats amb l'activitat

L'existència d'aquesta extensa xarxa d'itineraris ha fet que no només es converteixi en un recurs turístic sinó que sigui també cada vegada més utilitzada per la població local i s'hi organitzin activitats al llarg de tot l'any

Nom esdeveniment	Població	Data	Observacions
Sortides guiades pels espais naturals de l'Empordà	En diferents espais naturals de la comarca	Tardor i primavera	Més informació a www.gencat.cat/parcs
Alberada	PNIN Albera	Octubre	Organitzada pel Centre Excursionista Empordanès
Mostra de Muntanya i Aventura	Figueres	Novembre	Organitzada pel Centre Excursionista Empordanès- 12 edicions.
La festa del Bassegoda	Bassegoda	Setembre	Organitzada pel Centre Excursionista Empordanès
La Mar d'amunt de nit- De Llançà al Cap de Creus	Parc Natural de Cap de Creus	Agost	Organitzada per l'Unió Excursionista Llançanenca
Sortides mensuals amb la Unió Excursionista Llançanenca	Itinerant	Tot l'any	Organitzat per l'Unió Excursionista Llançanenca
Pujada a Sant Pere de Rodes	Parc Natural de Cap de Creus	Maig	Organitzada per Via Pirena
24h- Marxa de Resistència del Cap de Creus	Parc Natural de Cap de Creus	Setmana Santa	Organitzat per l'Unió Excursionista Llançanenca

El potencial del senderisme.

El senderisme és una activitat molt popular entre els mercats emissors més importants cap a la nostra comarca. A la taula que es presenta a continuació es pot veure el nombre d'associats a les principals federacions de senderisme estatals.

País	Federació	Associats
França	FF Randonnée	208.000
Regne Unit	Ramblers	140.000
Alemanya	Ferienwanderns-Verband Deutscher Gebirgs- und Wandervereine	600.000
Holanda	NWB/Nederlandse Wandelsport Band	210.000
	KNBLO/Wandelsport Org. Nederland	30.000
Bèlgica	AKTIVIA, Waldesport Federatie	35.000
	VWF/Vlaamse Wandel Federatie	17.000
Espanya	FEDME	78.000

És important destacar també que a Europa existeix la **ERA (European Rambler's Association)** conformada per 55 organitzacions de 30 països i que representa uns 5 milions d'associats.

El senderisme, amb un 28,6% és **l'activitat més practicada pels francesos** a les seves vacances a Europa seguides per les aquàtiques amb un 19,5% i les visites a Espais Naturals Protegits amb un 18,5%. A França, segons FFRandonnée, existeixen 5 milions de practicants habituals de senderisme i un 68% dels francesos fan alguna activitat "rando".

En el **mercado del Regne Unit**, segons Mintel, cal destacar que el senderisme és la principal activitat que realitzen a les seves vacances amb un 37% seguida d'activitats nàutiques (22%), esports de neu (13%) i cicloturisme (5%). També és important recalcar que una quarta part de la població adulta ha realitzat un viatge de senderisme en algun moment de la seva vida.

Pel que fa al **mercado alemany**, segons WANDERMAGAZIN el senderisme està de moda ja que més de 40 milions d'alemanys ho practiquen, segons un estudi de la Federació de Senderisme (DWV) del 2010. A més, aquell any 6 milions d'alemanys van fer senderisme fora del país.

A Holanda es segueix la línia dels altres mercats, amb el senderisme com a activitat estrella en les seves estades vacacionals. Cal dir que un 60% dels holandesos practica senderisme regularment.

La comarca de l'Alt Empordà és una destinació molt atractiva pels tour operadors europeus especialitzats en senderisme. Una de les ofertes que a nivell de Catalunya té més presència en els seus catàlegs és la de "Cotlliure- Cadaqués". Aquesta ruta ofereix una estada de 4-5 dies a la nostra comarca amb nit a Port de la Selva, Llançà i Cadaqués. L'any 2012 es van identificar 28 tour operadors que la venien (11 francesos, 8 britànics, 5 belgues i 4 alemanys).

Punts forts i febles

PUNTS FORTS

- El senderisme es consolida a la comarca com una de les activitats més importants que realitzen els visitants al nostre territori. Per tant, és una excel·lent activitat complementària al turisme de sol i platja.
- L'Alt Empordà disposa d'una extensa xarxa de camins de més de 1.750 kms. on hi destaca el GR 92, GR 11, GR 2, la xarxa Itinerànnia, el Camí de Sant Jaume, les xarxes d'itineraris dels Espais Protegits de la comarca a més de xarxes d'itineraris locals.
- La comarca disposa de quatre espais naturals de referència molt diversos en la seva orografia i paisatge: Parc Natural de Cap de Creus, Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà, el Paratge Natural d'Interès Nacional de l'Albera i Salines Bassegoda.
- El senderisme és una activitat que cada vegada genera més afluència de practicants en el nostre país i en els mercats de proximitat geogràfica.
- Les condicions climatològiques de la comarca fan que es pugui practicar el senderisme durant la major part de l'any, durant totes les estacions.
- La comarca de l'Alt Empordà és un dels territoris més venuts pels principals tour operadors de senderisme europeus degut principalment a la ruta Cotlliure- Cadaqués, molt consolidada en els mercats internacionals.
- Hi ha noves iniciatives per a la creació de productes de senderisme vinculats a l'enoturisme, la descoberta del patrimoni medieval, els camins de ronda, etc.
- La comarca disposa de centres excursionistes referents que organitzen activitats amb molta participació de públic.
- Una bona part de la xarxa de camins pot tenir altres usos, com ara cicloturisme, rutes a cavall, etc.
- Els itineraris i xarxes combinen diversitat de paisatges litorals i d'interior amb tota una sèrie d'atractius complementaris vinculats al patrimoni cultural, artístic, històric, els paisatges rurals, els productes gastronòmics, el vi i l'oli, ... que són els principals elements d'interès que promocionen els operadors turístics internacionals en les seves ofertes. És a dir, són les paraules clau més utilitzades en la presentació dels seus productes.
- La connectivitat en tren de la comarca és un actiu important per a molts operadors especialitzats i practicants del senderisme arreu d'Europa. Cal tenir present que moltes cadenes tipològiques d'establiments adaptats al senderisme i empreses privades, promocionen i/o incentiven el transport

públic com un instrument de màrqueting ja que és ben valorat per aquests mercats.

PUNTS FEBLES

- Existència de moltes xarxes de senderisme amb senyalització pròpia que provoca en alguns punts del territori un excés de senyalització que pot prestar a confusió als senderistes.
- Manca d'adequació i manteniment en algunes d'aquestes xarxes que genera mala imatge del producte i de la comarca.
- Manca de material de suport (documentació i fulletons) d'algunes d'aquests xarxes de itineraris i d'acabar les traduccions de la plana web www.empordaturisme.com en anglès, alemany i euskera.
- Manca d'empreses de guiatge a la comarca que ofereixin la possibilitat de fer senderisme a l'Alt Empordà. L'activitat recau en entitats no professionalitzades (centres excursionistes) que no tenen com a funció l'aprofitament turístic d'aquesta activitat o en guies d'altres països que acompanyen els grups canalitzats pels operadors.
- No hi ha encara massa coneixement a nivell dels mercats de proximitat de la quantitat i qualitat de itineraris que ofereix la comarca.
- Les planes web de promoció turística de referència no parlen en profunditat d'aquesta oferta de senderisme. Es dona informació a nivell general però no és suficient com per captar l'interès d'aquest segment de mercat. Per exemple, no es dona prou valor a la diversitat de paisatges, elements de interès, quilòmetres senyalitzats, etc. tal com es fa en altres destins turístics que aposten per aquest producte.
- La diferència de senyalització entre Itinerànnia i altres xarxes "lineals" de senderisme existents a comarques veïnes (com al Baix Empordà o a la Catalunya Nord) requereix un esforç més gran per a la seva integració i per a la informació als senderistes.

Iniciatives i actuacions previstes

El projecte Estratègia de valorització per als recursos territorials de l'Empordà de l'any 2009 proposava entre d'altres les següents accions:

Previst	Realitzat / En curs
Integració dels camins de ronda i senders litorals que siguin transversals entre l'Alt i el Baix Empordà	En procés. En el pla d'actuacions 2014 s'ha inclòs la realització d'un fulletó promocional de les "Cales i camins de ronda de l'Empordà"
<p>Buscar altres itineraris que connectin ambdues comarques i preparar ofertes tematitzades en funció d'alguns dels elements d'interès:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Descoberta dels paisatges vinícoles i oferta enogastronòmica - Camins de l'exili i del contraban - Senders que connecten espais naturals - Rutes relacionades amb els productes agrícoles - Rutes dels Traginers - Pobles medievals 	<p>S'ha fet una proposta de connexió de les dues comarques a través d'un estudi que es centra en el patrimoni medieval.</p> <p>En el Pla d'actuacions 2014 s'ha inclòs la realització d'un fullet promocional amb rutes per l'Empordà medieval per fer en cotxe.</p> <p>També, a través de itineraris vinculats a l'enoturisme.</p>
Sistema de gestió conjunta dels camins. Creació d'un centre de incidències Aplicació de noves tecnologies per a la gestió de les xarxes.	<p>Bona part dels itineraris estan georeferenciats.</p> <p>La gestió dels camins es fa a nivell individual de cada comarca. L'Alt Empordà està integrat en el projecte Itinerànnia.</p>

El Projecte **Itinerànnia** té un Pla d'actuacions per al 2014 que es centra en consolidar el seu manteniment, ampliar el seu abast geogràfic i incorporar nous productes turístics. Les línies estratègiques es centren en generar impacte econòmic. Les propostes són continuar amb la tasca de creació de productes d'interès per als operadors, fer tasques de comunicació i promoció, cursos de formació, aplicacions per smartphones, actuacions a la web així com actualitzar anualment els indicadors econòmics.

Una altra línia estratègica es focalitza en impulsar la dimensió social de la xarxa. Es vol continuar impulsant la Taula de Concertació i la participació en els consells d'alcaldes, fer campanyes adreçades a la població local i aconseguir que els ajuntaments incorporin els camins de Itinerànnia en els seus inventaris de camins públics.

Propostes d'actuació

- Continuar amb el **desplegament de rutes temàtiques**
 - o Patrimoni medieval
 - o Enoturisme
 - o Productes agraris i artesanía
 - o Parcs naturals
 - o Memòria històrica. Camins de la retirada, Walter Benjamin, ..
- Treballar en la **gestió conjunta dels itineraris** entre les dues comarques i també amb les entitats promotores de xarxes que passen per l'Alt Empordà, molt especialment amb Itinerànnia.
- **Reforçar la informació i comunicació** vinculada al senderisme
 - o a través de la web, completant les traduccions i els continguts actuals. Si el senderisme és un dels productes turístics més importants de la comarca, s'hauria de fer més visible.
 - o publicacions de referència,
 - o contacte permanent amb operadors turístics,
 - o Contacte amb federacions i associacions de senderisme d'arreu d'Europa,
- Donar **suport a les empreses en l'adaptació dels seus establiments** als requeriments dels senderistes, agafant com a referència marques de qualitat consolidades en el mercat, com ara Walkers Welcome.
- Fer **més visible el potencial del senderisme en les webs** de les empreses que treballen aquest producte.
- Donar **suport a les empreses en la creació de producte**: disseny d'itineraris circulars a partir dels establiments, treball en xarxa per crear productes itinerants, ...
- Analitzar la **connectivitat de Figueres amb tota la xarxa de itineraris** per crear productes que combinin els valors de la ciutat i el seu patrimoni artístic i cultural, amb la pràctica del senderisme.
 - o Incorporar itineraris urbans de Figueres en l'oferta de senderisme que permeti la pràctica d'aquesta activitat i la visita al seu patrimoni artístic, cultural, oferta comercial.
 - o Incorporar la ciutat de Figueres com a punt de partida de itineraris circulars per l'entorn, tant de proximitat (Vilabertran, Peralada, etc.) com del litoral, dels Parcs naturals, de l'Albera, etc.
- **Incorporar el concepte de mobilitat sostenible** especialment TGV i tren convencional, **en la comunicació** que es realitzi relacionada amb els productes de senderisme.
- Atès l'atracció que desperten **els camins de ronda, com una de les ofertes més característiques del senderisme** al litoral mediterrani, cal treballar perquè esdevinguin la porta d'entrada a tota la xarxa d'itineraris de la comarca.

RUNNING/TRAIL RUNNING

El running/Trail Running o l'activitat de córrer en terreny muntanyós està creixent tant pel que fa al nombre de practicants però molt especialment, a nivell d'esdeveniments arreu. Una dada important a remarcar és, que segons la ITRA (Organització Internacional de Trail Running Mundial), s'han organitzat més de 2.500 curses amb la participació de 300.000 corredors en tot el món durant l'any 2012.

La comarca, per la seva orografia, ofereix entorns que s'adapten molt bé a les exigències dels seus practicants.

Malgrat que encara no apareix de forma molt visual com a producte turístic, sí que s'ha convertit en una activitat que fins i tot practiquen molts dels nostres visitants durant les seves estades de vacances al litoral. D'altra banda, permeten organitzar esdeveniments de relleu fora de les temporades turístiques.

A França, davant el creixement d'aquesta modalitat, estan sorgint destins que es posicionen en el mercat. És el cas de les [Stations Trail](#), amb serveis específics pensats per tots els visitants que volen fer trail running a les seves destinacions. Aquesta és una iniciativa molt nova que compta en l'actualitat amb 8 estacions adherides, 7 als Alps i 1 als Pirineus. Estan pensades per atendre practicants d'aquesta modalitat tant en estades curtes com llargues, posant en valor els paisatges i rutes dels destins però també l'oferta de serveis de base com dutxes, vestidors, sales de fitness, mapes, serveis de monitors, test de material tècnic, així com allotjaments, restaurants i fins i tot sales de reunions i accés a internet.

El potencial del running i Trail Running.

El running o trail running és encara un producte poc madur i en aquests moments es difícil trobar dades específiques del mercat. El que es fa evident és que el principal motor d'aquesta activitat és l'organització de curses amb participants de la zona però que a mesura que agafen notorietat, mobilitzen practicants d'arreu.

A la comarca de l'Alt Empordà el nombre de curses ha crescut notablement en aquests dos darrers anys. És important destacar les dades que han analitzat des de l'Àrea de Turisme de Llançà respecte a dues de les curses de muntanya organitzades pel Club Excursionista Llançanenc:

- Mitja Marató de l'Albera
- 24h del Cap de Creus de Llançà.

Pel que fa a la 3era Mitja Marató de l'Albera celebrada el passat 20 de gener de 2014 a Llançà, les principals dades extretes han estat les següents:

- 700 participants (màxim previst per l'organització).
- 35% dels participants provenen de la comarca de Barcelona.
- 40% dels participants han passat el cap de setmana a Llançà

- El 33% dels participants venen acompanyats per la família
- La mitjana de despesa al municipi per persona ha estat de 35€
- L'impacte econòmic a Llançà dels participants ha estat de 32.000€

Respecte a les 24h Marxa de Resistència del Cap de Creus celebrada el 30 de març de 2013, es van recollir les següents dades:

- 500 participants (màxim previst per l'organització).
- 60% dels participants provenen de la comarca de Barcelona.
- 60% dels participants han passat el cap de setmana a Llançà.
- El 70% dels participants venen acompanyats per la família.
- La mitjana de despesa al municipi per persona ha estat de 50 €.
- L'impacte econòmic a Llançà dels participants ha estat de 62.000 €.

Una altra dada a destacar és el nombre de curses programades a la comarca que en aquest any 2013 és de 26, el que equival a una mitjana de dues per mes.

Recentment s'ha fet evident un debat³ sobre l'impacte que té aquesta activitat en zones sensibles d'elevat interès natural en el sentit de que la concentració de corredors en els esdeveniments pot generar perjudicis irreparables i per tant s'ha de trobar un equilibri racional entre la promoció de l'activitat i la conservació de l'espai.

No és el cas de les curses que s'estan organitzant a la comarca en aquests moments sinó d'altres en què hi ha concentracions de més de 3.000 corredors. Davant d'aquesta evidència, caldrà actuar en el futur sota criteris de responsabilitat que poden passar entre d'altres:

- Limitar el nombre de participants
- Dissenyar els itineraris en funció de la fragilitat del territori en col·laboració amb tècnics dels Parcs Naturals o espais protegits per on transcorre
- Assegurar que no queden traces dels esdeveniments: recollida de senyals, brossa, etc.
- Sensibilitzar als participants sobre aquest tema
- Combinar aquests esdeveniments amb la pràctica de l'activitat en grups reduïts d'una forma més continuada al llarg de tot l'any, com és el cas de l'Àrea de Turisme de Llançà que ho ha convertit en una de les activitats d'estiu
- Promocionar el propi esdeveniment fent que aquestes limitacions es transformin en alguns dels seus atractius, apostant per una gestió responsable d'aquesta activitat

³<http://www.lavanguardia.com/encatala/20140113/54399062062/curses-muntanya-limit-insostenible.html>

Punts forts i febles

PUNTS FORTS

- L'Alt Empordà és un marc incomparable per a la pràctica d'aquest esport, principalment per la seva orografia i la diversitat de paisatges. Combinació excel·lent entre mar i muntanya.
- Les curses que s'organitzen a la comarca son reconegudes a nivell nacional.
- Fort increment de la pràctica d'aquest esport. Segons la FEDME (Federación Española de Deportes de Montaña), el nombre llicències en Trail Running ha crescut molt en aquests darrers anys i especialment a Catalunya que actualment compta amb més de 15.000 federats.
- L'Alt Empordà està en el punt de mira de curses tan emblemàtiques del panorama nacional com per exemple la Costa Brava Xtrem Running.
- Disposar de tres espais naturals protegits amb paisatges i característiques diferents.
- Increment de curses a la comarca, actualment s'ofereixen 26.
- L'existència de xarxes de camins com el GR11, GR92 i la Xarxa Itinerànnia, inicialment pensades per a la pràctica del senderisme, s'han convertit en tracks aprofitables per la pràctica d'aquest esport.
- La climatologia de la zona permet poder córrer els 365 dies de l'any.

PUNTS FEBLES

- Manca de rutes específiques a nivell local per promocionar la pràctica d'aquest esport.
- Producte poc madur on encara no es visualitza el seu potencial en temes de desestacionalització i complementari amb altres activitats.
- Manca d'empreses que ofereixin aquesta activitat en destí.
- Manca d'una ruta per etapes per la comarca.
- No s'oferten paquets integrats pensats per al corredor però també per als acompanyants: allotjament, àpats, restaurants, activitats complementàries com xerrades, presentacions de material, esdeveniments en paral·lel per a infants, ...

Propostes d'actuació

- Incorporar aquesta activitat com una nova **oferta complementària al senderisme** i que utilitza una selecció dels itineraris ja dissenyats.
- Coordinar un **programa d'esdeveniments a nivell comarcal** que doni a conèixer les diferents curses que s'organitzen al llarg de l'any i la diversitat d'espais per on transcorre.
- Tal com s'ha indicat en el cas del senderisme, **reforçar la comunicació** sobre aquesta activitat
 - o a través de les webs,
 - o publicacions de referència,
 - o contacte permanent amb operadors turístics especialitzats en esdeveniments esportius,
 - o contacte amb federacions i associacions d'arreu d'Europa.
- Identificar **l'oferta potencial de monitors** que puguin donar serveis a possibles practicants (debutants o experts) de fora de la zona fent l'acompanyament, suggerint itineraris, coaching, ..
- **Adequar instal·lacions** per als practicants del trail running en la línia de les Stations de Trail de França que s'ha mencionat.
- **Establir contacte amb la xarxa de Stations de Trail** francesa per veure la possibilitat de cooperació i treball en xarxa.

5.3. Ciclisme

A diferència d'altres comarques com és el cas del Baix Empordà, les activitats de ciclisme a la comarca no s'han desenvolupat amb la mateixa intensitat que el senderisme. Tot i això és un producte amb molt potencial, que té presència en algunes zones i que en el futur n'ha de tenir molta més ateses les iniciatives que s'estan desenvolupant, principalment el projecte Pirinexus.

Pel que fa a BTT, per a algunes zones de l'interior, la pràctica d'aquesta activitat s'ha convertit en un producte que té un impacte econòmic i d'ocupació important, com és el cas de Salines-Bassegoda o les rutes transpirinenques.

Recentment, es detecta un creixement de la modalitat de ciclisme de carretera organitzada per clubs locals però també programats per operadors i/o clubs europeus que aprofiten les infraestructures hoteleres sovint del litoral, per programar estades en baixa temporada.

Les principals infraestructures per a la pràctica de l'activitat són:

RUTA	Kms.	A destacar
Pirinexus (Cicloturisme)	50	Es proposen 7 etapes que van des de la Jonquera a l'Escala amb pas per Figueres.
Xarxa cicloturística de l'Alt Empordà	80	Es proposen 4 rutes de cicloturisme.
Camí Natural de La Muga	40	Es pot fer en les dues modalitats: BTT i cicloturisme.
Ruta dels Estanys	38	Dins el Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà. Alguns trams coincideixen amb el GR-92. Senderisme i cicloturisme.
GR 11: D'Albanyà al Cap de Creus (BTT)	118	Inici o final d'etapa al Cap de Creus
Itineraris de Salines Bassegoda (BTT)	525	Es proposen 33 rutes.
Raids al vent (BTT)	140	Ruta de 2 etapes que dona a conèixer els tres espais naturals de l'Alt Empordà.
Rutes de la Mar d'Amunt en BTT (Llançà)	65	Es proposen 4 rutes.

Tal com es desprèn d'aquesta taula que recull algunes de les principals iniciatives de senyalització d'itineraris per cicloturisme i BTT, la comarca ofereix actualment més de 1.000 kms. senyalitzats i preparats dels quals 848 corresponen als adaptats a les bicicletes tot terreny BTT.

La comarca és molt activa en la creació de itineraris i carrils específics de **cicloturisme** seguint l'aposta per la mobilitat sostenible que s'està imposant arreu i que tindrà una consolidació molt important a partir de la iniciativa Pirinexus de unir les Vies Verdes de Girona amb la Catalunya Nord i la xarxa Eurovelo.

En l'actualitat s'estan oferint productes turístics de ciclisme i cicloturisme per la Costa Brava en què s'inclouen diversos recursos de l'Alt Empordà com:

- N-260 entre Llançà i Portbou.

- Ascens a Sant Pere de Rodes (Una pujada considerada de Categoria Especial).
- Ruta interna pels municipis que formen part de l'Albera.
- Ruta entre l'Escala i els municipis que conformen Salines Bassegoda
- Volta als municipis que formen el Cap de Creus

Diversos operadors locals programen aquest tipus de rutes com ara www.cicloturisme.com, www.outdoor-emporda.com així com diverses agències europees www.uttracks.com, www.cyclomundo.com etc.

Pel que fa al **ciclisme en carretera**, no es disposa d'informació d'ofertes concretes malgrat el potencial que té la comarca per aquest tipus d'activitat i la seva situació geogràfica pròxima a França, que és un dels països amb més afició al ciclisme en carretera a Europa.

La comarca disposa d'una oferta d'allotjament extensa a la costa i en part a l'interior, susceptible d'atendre a grups de practicants d'aquest esport que està creixent a nivell de demanda a moltes zones turístiques litorals: Baix Empordà, Mallorca, Costa Daurada, Itàlia, ...En alguns d'aquests destins, s'han creat marques tipològiques per posicionar els hotels preparats per atendre aquests esportistes com www.italybikehotels.it amb hotels especialitzats per a la pràctica dels diferents tipus d'activitats en bicicleta: de carretera, BTT, cicloturisme.

Cal destacar l'extensa i variada **oferta de itineraris BTT**, liderada especialment per la iniciativa del Consorci Salines Bassegoda, l'oferta existent a l'entorn del GR-11 o la ruta Raids al Vent que uneix 3 espais naturals de l'Alt Empordà.

Respecte als centres de BTT destaca amb diferència el **Centre de BTT de Salines Bassegoda**. El Consorci de Salines Bassegoda inclou 17 municipis de la comarca de l'Alt Empordà: Agullana, Albanyà, Avinyonet de Puigventós, Biure, Boadella i Les Escaules, Cabanelles, Cistella, Darnius, La Vajol, Lladó, Llers, Maçanet de Cabrenys, Navata, Ponts de Molins, Sant Llorenç de la Muga, Terrades i Vilanant. En aquest territori s'hi preserven gran varietat de paisatges i un ric patrimoni natural i s'ofereix un total de 33 rutes BTT que es poden trobar en aquest link.: <http://ca.salines-bassegoda.org/centre-btt/rutes-btt/>.

A destacar que les rutes estan dividides segons el nivell de dificultat i presentades amb el perfil de cadascuna.

El **Camí Natural de la Muga** segueix el curs del riu i connecta diferents Espais Naturals de Girona, com l'Espai d'Interès Natural (EIN) de l'Alta Garrotxa, l'EIN de les Salines, l'EIN dels Penya-segats de la Muga i el Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà. Al seu pas es van descobrint diferents hàbitats associats al riu, des del bosc de ribera fins les planes fluvials, unint d'aquesta manera els Pirineus amb el Mar Mediterrani. Al llarg d'aproximadament 40 quilòmetres, el Camí Natural passa pels termes dels municipis de Sant Llorenç de la Muga, Terrades, Boadella i les Escaules, Pont de Molins, Cabanes, Peralada i Castelló d'Empúries-Empuriabrava.

Publicacions de ciclisme de la comarca

RUTA CICLOTURISTICA DE L'ALT EMPORDÀ

www.empordaturisme.com/Escapades/CICLOTURISME-286.htm

Nº pàgines	2
Mapa	1
Textos	Si
Idiomes	Català, castellà, anglès i francès
Descripció	Es tracta d'una col·lecció de 3 fulletons en què es proposen les 3 rutes cicloturístiques per l'Alt Empordà



RUTES DE BTT DE SALINES BASSEGODA

<http://ca.salines-bassegoda.org/centre-btt/rutes-btt/>

Nº pàgines	2
Mapa	1
Textos	Si
Idiomes	Català, castellà, anglès i francès
Descripció	Mapa desplegable amb totes les rutes en BTT de Salines Bassegoda



RUTES PER LA MAR D'AMUNT- BTT

www.visitllanca.cat/?portfolio=rutes&lang=ca

Nº pàgines	2
Mapa	1
Textos	Si
Idiomes	Català, castellà, anglès i francès
Descripció	Es tracta d'una col·lecció de 4 fulletons en que es proposen les 4 rutes de la Mar d'Amunt al municipi de Llançà.



Principals esdeveniments relacionats amb l'activitat

Nom esdeveniment	Esport	Població	Data	Observacions
Transpyr	BTT	Roses	Juny	Tres edicions. Primera etapa: Roses- Camprodon.
Cinturó Ciclista a l'Alt Empordà	Ciclisme	Alt Empordà	Setembre	
Marató del Cap de Creus	BTT	Roses	Maig	Marató en BTT per equips.
Duatlons de muntanya (BTT i running)	BTT	Diversos municipis de l'Alt Empordà	Tot l'any	Consultar www.diversport.com

El potencial del ciclisme i cicloturisme

S'estima que es fan uns 2,3 mil milions de sortides de cicloturisme a Europa que generen 44 mil milions d'euros cada any.

El cicloturisme dispersa fluxos turístics cap a zones que no han estat receptores de turisme. Genera riquesa i llocs de treball en les zones rurals.

El perfil tipus que s'identifica és:

- Edat mitjana, de 45 a 55 anys
- 60% homes, 40% dones
- Nivell de formació i professional mitjà-alt
- Viatja sol (20%), en parella (50%), en grups petits de 3 a 5 persones (20%)

Més informació a www.ecf.com/news/cycling-tourism-europes-44-billion-euro-gold-mine/

Les principals federacions són:

País	Federat	Associats
França	FFCT Fédération française de cyclotourisme	120.000
	Fédération française de cyclisme (carretera, BTT i altres especialitats)	500.000
Regne Unit	CTC National Cyclist's Organisation	66.000
	British Cycling	33.000
Alemanya	ADFC	117.000
Holanda	Dutch Fietsberaad	32.000
	Stichting Landelijk Fietsplatform (associació d'entitats)	
Bèlgica	Fietzersbond	300.000

França

- 40% de la població practica el ciclisme.
- Figura entre les 4 principals activitats esportives practicades durant les vacances. Un 3,5% del total de francesos que viatgen ho practiquen.
- Els cicloturistes itinerants fan estades llargues. 2 de cada 3 corresponen a estades de més de 4 dies.
- Activitat molt familiar. Joves de entre 15 i 24 anys i la franja de entre 35 i 49 anys.

Més informació: www.dgcis.gouv.fr/etudes-et-statistiques/pratique-des-touristes

- Despesa mitjana d'un cicloturista s'estima en 75 € per dia.
- 1 € invertit en rutes cicloturístiques genera com a mínim 1 € d'ingressos turístics anuals per al territori

Més informació: www.gouvernement.fr/gouvernement/en-direct-des-ministeres/le-tourisme-a-velo-en-france-un-marche-prometteur

Regne Unit

- Un cicloturista gasta de mitjana 25 lliures/dia en comprar menjar i serveis locals, davant de 7,5 £ que gasten els que van en cotxe, que poden portar tot el què necessiten.

Més informació: www.ecf.com/press-corner/cycling-facts-and-figures/#sthash.SeFVXtbY.dpuf

Alemanya

- Alemanya compta amb 150 rutes de cicloturisme de llarga distància i estan en fase de creixement. Algunes són bucles dels itineraris clàssics al llarg dels rius Danubi o Neckar. Més informació: www.rad-paradies.de
- L'any 2008, el 43,1% dels alemanys va utilitzar la bicicleta durant les seves vacances, segons ADFC (associació de ciclisme alemanya).

Punts forts i febles

PUNTS FORTS

- La comarca disposa d'un gran potencial de rutes de ciclisme i BTT que donen la possibilitat de conèixer 3 parcs naturals i tot el litoral de la Costa Brava nord i els Pirineus.
- En els mercats d'origen estan augmentant de forma molt acusada les vacances en bicicleta, en les diferents modalitats de ciclisme en carretera/cicloturisme/BTT.
- La xarxa Pirinexus que uneix les Vies Verdes de Girona amb la Catalunya Nord i Eurovelo és un revulsiu per millorar el posicionament de la comarca en els mercats europeus de cicloturisme.
- L'extensa gamma de rutes adaptades a la BTT amb vora 850 kms. destacant Salines Bassegoda amb 33 rutes.
- L'oferta d'una ruta consolidada com és el cas de Raids al Vent: www.raidsalvent.com
- La part del GR11 de l'Alt Empordà amb inici/final al Cap de Creus és un excel·lent punt de sortida o arribada per tots els que fan la ruta transpirinenca en BTT.
- Les rutes cicloturístiques de la Muga i el Fluvià poden ser actius importants ja que a Europa hi ha una tendència a la pràctica del cicloturisme a l'entorn d'aquests espais.
- L'Estudi sobre el patrimoni medieval com a recurs turístic realitzat el 2012 identifica que la major parts dels 14 nodes o llocs d'interès de l'Alt Empordà estan connectats a través de la xarxa Pirinexus (6), les rutes de cicloturisme de l'Alt Empordà (5) o de BTT (3).
- El desenvolupament d'una oferta d'enoturisme pot ser un nou atractiu per al desenvolupament de productes que combinin amb cicloturisme.
- Augment considerable de curses en BTT en diferents municipis de la comarca, a destacar la Transpyr, la qual reuneix gairebé un miler de participants.
- El bon clima i la bona oferta hotelera fa que l'Alt Empordà sigui un lloc ideal per les pre-temporades del equips de ciclisme.
- L'existència de punts com Sant Pere de Rodes o la Mare de Deu del Món, ambdós considerats ports de categoria especial pels practicants del ciclisme de carretera.
- L'existència de operadors locals preparats per rebre clients de cicloturisme, BTT i ciclisme de carretera.
- La presència incipient de la comarca en ofertes d'operadors europeus especialitzats en cicloturisme.

PUNTS FEBLES

- Manca de rutes senyalitzades en els Parcs Naturals i en molts municipis de la comarca, que tenen molt potencial per oferir aquest producte.
- No hi ha carrils bici adequats en la major part dels nuclis urbans dels municipis de l'Alt Empordà.
- El cicloturisme no s'ha desenvolupat amb la mateixa intensitat que a d'altres comarques, especialment al Baix Empordà.
- L'oferta de cicloturisme de la comarca i el potencial de BTT és encara poc visible com a recurs turístic a la comarca. S'associa més el turisme actiu al senderisme que al ciclisme.
- La web www.empordaturisme.com té mancances en els continguts i traduccions dels apartats de cicloturisme i BTT.
- Els municipis litorals del nord de la comarca, des de Roses a Portbou queden lluny de l'itinerari de la xarxa PIRINEXUS.
- Manca general d'allotjament turístic adaptat per acollir visitants que fan cicloturisme/BTT/ciclisme de carretera i que es posicioni en els mercats de demanda.
- Dèficit d'empreses que lloguin bicicletes en les destinacions més turístiques de l'Alt Empordà.
- Moltes carreteres de la comarca són estretes i tenen un alt volum de trànsit, sobretot en la temporada alta.
-

Propostes d'actuació

- Continuar el **desplegament de les rutes de cicloturisme** donant suport especialment al projecte PIRINEXUS i buscar mecanismes que afavoreixin la connexió entre la part nord del litoral de la comarca i aquesta xarxa, a través de la xarxa de cicloturisme de l'Alt Empordà.
- Desenvolupar **rutes temàtiques** a partir de les xarxes existents igual com es proposa a l'apartat de senderisme.
 - o Patrimoni medieval
 - o Enoturisme
 - o Productes agraris i artesanía
 - o Parcs i espais naturals protegits
 - o Memòria històrica
- Impulsar la **creació de carrils bici en els nuclis històrics i comercials** de les poblacions i de forma especial, en els destins litorals de manera que quedin connectats amb les principals zones d'allotjament turístic (càmpings, urbanitzacions).

En aquesta línia, és especialment important assegurar la connexió entre les xarxes existents amb les estacions de tren AVE i convencional, i la ciutat de

Figueres com a centre cultural, comercial i de serveis.

- Pel que fa a la **connexió en bicicleta i carrils bici a la ciutat de Figueres** cal assegurar que uneixin els principals centres d'interès: Museu Dalí, Museu del Joguet, nucli històric i comercial i Casa Empordà amb totes aquestes xarxes.

En el projecte de Casa Empordà caldria contemplar la dotació d'equipaments pels usuaris de la bicicleta: aparcament, punt d'aigua, kit de reparació, mapa de les xarxes de camins i com accedir-hi, informació sobre tallers de reparació de bicicletes, sobre transport públic que accepta bicicletes, etc.

- Treballar en la **gestió conjunta dels itineraris de cicloturisme** per part de les diferents entitats responsables.
- Replantar **l'estratègia de comunicació** vinculada a les activitats en bicicleta a la comarca a través de una presentació global de totes les oportunitats existents:
 - o A través de la web,
 - o Publicacions de referència,
 - o Contacte permanent amb operadors turístics,
 - o Contacte amb federacions i associacions de ciclisme d'arreu d'Europa.

En tota aquesta estratègia, **posar en valor la diversitat de paisatges i d'elements d'interès** que ofereix la comarca: parcs naturals, patrimoni històric i artístic, gastronomia i enoturisme, etc.

També en les oportunitats que ofereix la comarca per a la pràctica del BTT atesa l'orografia del terreny, la diversitat de paisatges, l'extensa xarxa d'itineraris existents, etc.

- **Donar suport a les empreses en l'adaptació dels seus establiments** als ciclistes de les diferents modalitats, seguint les experiències que s'estan implantant a nivell europeu.

5.4. Activitats nàutiques

Les característiques de la comarca han facilitat la pràctica dels esports nàutics i d'una forma molt especial, els relacionats amb la vela en les seves diferents modalitats per la qual cosa n'és un referent des de fa molts anys. La badia de Roses –a més d'estar integrada dins el Club de Badies més Belles del món- acull anualment molts esdeveniments d'aquest tipus. El més reconegut és el Campionat Mundial de Windsurf que es celebra a Sant Pere Pescador, amb participants d'arreu.

A més d'atreure un segment de públic molt important, aquesta activitat genera un valor afegit a molts dels destins litorals ja que té uns efectes mediàtics notoris i un impacte econòmic pels municipis.

Una de les característiques de la comarca és el dinamisme existent, amb empreses molt innovadores que ofereixen tot tipus d'activitats nàutiques en els 9 municipis litorals de la comarca.

	Activitats nàutiques							
Població	Caiaç	Wind Surf	Kite surf	Vela	Lloguer d'embarcacions	Excursions barca	Multi activitat	Paddle Surf
Portbou								
Colera								
Llançà	1	1		1	1	1	1	1
Port de la Selva	1	2		2				
Cadaqués	2	1		1	2	4		
Roses / Santa Margarida	4	1	1	1	5	3	1	
Empuriabrava	1	1	1	3	12	1		
Sant Pere Pescador	1	3	6	1		1		1
L'Escala	1			1	2	1	1	
TOTAL	11	9	8	10	22	11	3	2

Nota: Moltes empreses ofereixen diverses activitats nàutiques en la mateixa població o en poblacions diferents.

L'existència d'una bona xarxa de ports esportius amb una oferta d'uns 9.000 amarradors, la major part de particulars però també al servei dels navegants de pas o en estada temporal, permet aquest nombre d'activitats tant notori. És el cas per exemple del lloguer d'embarcacions i les excursions en barca. Així mateix, alguns dels clubs nàutics que gestionen els ports esportius ofereixen activitats d'iniciació a la vela.

Població	Nombre amarradors	% en lloguer per dies / passants
Portbou	297	50%
Colera	130	40%
Llançà	498	25%
Port de la Selva	323	25%
Roses	485	25%
Santa Margarida	1.500	20%
Empuriabrava	4.700	15%
Sant Pere Pescador	150	30%
L'Escala	1.000	50%
TOTAL	9.083	

El municipi de Roses va creure necessari apostar per les activitats nàutiques i l'any 2010 va crear l'Estació Nàutica de Roses. Aquesta fórmula d'especialització busca desestacionalitzar el turisme aportant activitat i visitants els mesos previs i posteriors a l'estiu a través de la creació de paquets turístics, l'organització d'esdeveniments, la cooperació entre els diferents agents turístics (empreses d'activitats, allotjament, comerç, ..) o la promoció a través d'una marca única a nivell local, però també de Catalunya i de l'estat.

Dins de les propostes singulars llançades el 2013 ha estat la de "Pesca Turisme", que ha tingut molt de ressò i ha atret a turistes nacionals i estrangers.

Una de les activitats que en els últims temps està tenint un creixement més notable és el caiac. La tipologia de costa, sobretot a la zona nord entre Portbou i Roses i a la zona sud, entre l'Escala i l'Estartit dona molt atractiu a la pràctica d'aquesta activitat. També l'últim tram del riu Fluvià, des de Sant Pere Pescador és un espai on s'hi desenvolupa.

S'ofereixen experiències innovadores vinculant el caiac amb per exemple, l'enoturisme, snorkeling o la pesca turisme.

Dins l'aposta de potenciar les activitats nàutiques en el port de Roses, ha de tenir una especial menció el treball que s'està realitzant per tal que creuers turístics pel Mediterrani facin escala en aquest port, integrant-se dins el Costa Brava Cruise Ports, agrupació d'entitats de caràcter públic constituïda l'any 2012 per Ports de la Generalitat, Patronat de Turisme Costa Brava Girona, Ajuntament de Palamós, Ajuntament de Roses, Cambra de Comerç de Girona i Cambra de Comerç de Palamós, amb la finalitat de desenvolupar accions promocionals per al creixement i posicionament dels ports de la Costa Brava, Palamós i Roses, en la indústria de creuers de la conca mediterrània. Per al 2014 hi ha previstes 13 escales entre els mesos de maig i octubre que ajuden a dinamitzar l'oferta turística de Roses i a difondre els principals actius de la comarca.

Publicacions de turisme nàutic amb presència de l'Alt Empordà

Guia de ports i turisme nàutic de Catalunya

www.portsgeneralitat.org/index.php/ca/comunicaci%C3%B3/publicacions.html

Nº pàgines	16
Mapa	Si (Catalunya)
Textos	No, nomes llistats
Idiomes	Català
Descripció	Llistats amb dades de contacte a nivell de Catalunya d'instal·lacions portuàries, confraries de pescadors i federacions, capitanies marítimes, esports nàutics, embarcadors, oficines d'informació turística i dades generals.



Catàleg d'activitats Estacions Nàutiques de Catalunya 2012-2013

www.encatalunya.info/biblioteca/arxius/PDF/ENCATALUNYA-CAT.pdf

Nº pàgines	9
Mapa	Si (Catalunya)
Textos	Si
Idiomes	Català, castellà, anglès, francès i alemany
Descripció	Mapa amb la ubicació de les estacions nàutiques de Catalunya. Fitxa descriptiva de cada una d'elles: dades de contacte, oferta d'allotjament, activitats i fotos.



Turisme nàutic Costa Brava

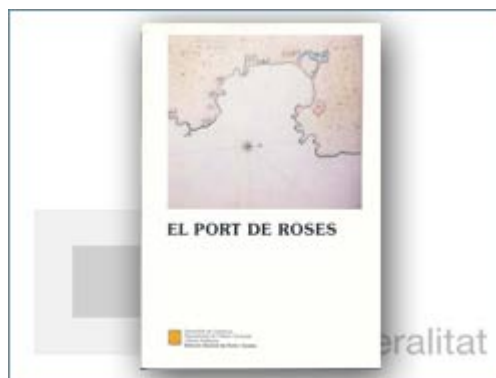
Nº pàgines	43
Mapa	Si (Girona)
Textos	Si
Idiomes	Català, castellà, anglès, francès i alemany
Descripció	Descripció dels diferents esports nàutics amb fotos, relació de les empreses membres del club de turisme nàutic del Patronat de Turisme Costa Brava amb els serveis que ofereixen i fotos.



El Port de Roses

www.portsgeneralitat.org/index.php/ca/comunicaci%C3%B3/publicacions.html

Monogràfic del Port de Roses. Català



Activitats nàutiques Llançà

www.visitllanca.cat/?portfolio=activitats-n%C3%A0utiques&lang=ca

Nº pàgines	14
Mapa	Aeri platges Llançà
Textos	Si
Idiomes	Català / castellà / anglès / francès
Descripció	Descripció dels diferents esports nàutics amb fotos, relació de les empreses de turisme nàutic del municipi.



El potencial del turisme nàutic

Producte	2005		
	Federats	Practicants	Total
Vela - diverses modalitats	376.772	6.972.500	7.349.272
Activitats subaquàtiques	249.018	2.670.000	2.919.018
Canoa, caiac, piragüisme	226.950	1.325.000	1.551.950
Rem	205.692	646.000	851.692
Esquí aquàtic	54.093	1.743.500	1.797.593
Moto nàutica	192.560	415.500	608.060
Surf, windsurf, kitesurf	4.701	3.027.000	3.031.701
Total	1.309.786	16.799.500	18.115.286

Segons l'estudi "Turismo Náutico en España 2005" encarregat per la Secretaria General de Turismo del govern espanyol, el potencial de turistes nàutics estrangers és molt important en els principals països emissors (França, Regne Unit, Alemanya, Holanda, Bèlgica i països escandinaus).

La Costa Brava, principalment la costa de l'Empordà té avantatges importants sobre altres zones tant pel que fa a la proximitat amb els països d'origen, com per la diversitat de paisatges marins, l'existència d'espais protegits litorals i l'excel·lent oferta de ports esportius i d'empreses d'activitats.

Per productes, la vela en totes les seves modalitats, es situa en primer lloc amb un total de 7.349.272 entre practicants i federats (un 41% del total de potencials turistes nàutics). La segona modalitat seria el surf/ windsurf/kitesurf amb un 17%.

El Campionat Mundial de Windsurf a Sant Pere Pescador, que s'ha consolidat com una de les proves clàssiques i de més èxit del calendari internacional, ajuda a posicionar la comarca com un referent per aquesta activitat.

També cal destacar que l'any 2012 el municipi de Roses es va posicionar com a líder a Espanya en organitzar macro-esdeveniments nàutics, acollint una desena de proves, entre les quals 3 campionats d'Europa i un campionat Mundial.

A Anglaterra, França i als països nòrdics, com Dinamarca, hi ha molta afició i l'esport de la nàutica i el gaudi de navegar està molt popularitzat.

Tant pels anglesos, amb un 22%, com pels francesos, amb un 19,5%, la pràctica d'esports nàutics es situa en segona posició quan parlem d'activitats realitzades durant les vacances (sempre després del senderisme).

Catalunya es posiciona com la primera comunitat autònoma de l'estat espanyol en nombre d'amarradors, amb un total de 30.406, repartits entre Barcelona (10.236); Girona (13.132) i Tarragona (7.038). Dels 13.132 que hi ha a la província de Girona, el 57% estan ubicats a l'Alt Empordà.

Punts forts i febles

PUNTS FORTS

- Àmplia, completa i diversificada oferta de turisme nàutic a la comarca.
- Litoral / entorn privilegiat.
- Clima moderat que permet realitzar esports nàutics al llarg de l'any.
- El turisme nàutic s'ha consolidat a Catalunya com motor de l'economia de les destinacions de sol i platja, registrant un ampli retorn econòmic als territoris i creant llocs de treball.
- Algunes de les activitats com ara el caiac són molt accessibles a debutants, tant a nivell de temps d'aprenentatge com de cost total.
- Les estacions nàutiques davant l'actual situació de recessió econòmica han apostat per crear productes innovadors com ara el pescaturisme, per adaptar preus, per fer campanyes promocionals, per crear packs de producte, etc.
- A Catalunya, des de 1995 a 2012, més de cent mil persones s'han tret alguna de les titulacions nàutiques disponibles.
- El perfil és el d'un turista amb poder adquisitiu mig i alt, amb grau de fidelitat mig-alt i que consumeix altres productes durant la seva estada (cultura, gastronomia, etc.). Font: www.panoramanautico.com/turismo-nautico/el-turismo-nautico-en-cataluna-en-ascenso-gracias-a-las-estaciones-nauticas
- Constantment apareixen noves activitats que atrauen nous segments d'usuaris, com per exemple recentment el paddle surf.
- Les activitats com el pescaturisme són un nou incentiu per descobrir la singularitat d'aquests territoris, concretament les arts de pesca.

PUNTS FEBLES

- Tot i la tendència a la desestacionalització, producte molt centrat en els mesos d'estiu i limitat per les condicions meteorològiques.
- Els preus d'algunes d'aquestes activitats encara són poc competitius si tenim present l'oferta d'aquests productes al litoral de la Catalunya Nord.
- Per algunes de les activitats nàutiques, les empreses són molt petites i no tenen capacitat de treballar en xarxa amb allotjaments o altres empreses complementàries a l'hora de crear producte.
- Hi ha la imatge de que per algunes de les activitats es requereix un temps d'aprenentatge dilatat.
- Algunes d'aquestes activitats tenen limitacions administratives que li resten potencialitat, com ara el pescaturisme pel nombre de persones que poden anar enrolades, els dies de sortida de les embarcacions professionals, etc.

- Malgrat que cada vegada hi ha més iniciatives per donar a conèixer els esports nàutics, falta encara promoció que arribi als visitants quan ja estan en els destins, per captar nous practicants.
- Excepte en el cas de les Estacions Nàutiques, no hi ha una estratègia que integri la pràctica d'aquestes activitats en una mateixa ubicació (platja, ports) amb serveis comuns d'acollida, vestuaris, paquet combinat d'activitats, monitors, etc.

Propostes d'actuació

- **Treballar conjuntament amb els ports esportius i l'Estació Nàutica de Roses** per a la promoció del turisme nàutic i subaquàtic que ofereix la comarca aprofitant la seva participació en salons nàutics i altres esdeveniments, per donar a conèixer el conjunt d'activitats que s'ofereixen.
- **Reforçar la informació i comunicació** vinculada a les activitats nàutiques
 - o A través de la web, actualitzant i ampliant els continguts, així com completant les traduccions.
 - o Publicacions de referència.
 - o Contacte amb mitjans de comunicació, federacions i altres líders d'opinió.
- **Emfatitzar en tots els continguts** informatius l'especial atractivitat que té la comarca per la **diversitat de paisatges marins**, molts d'ells situats en espais naturals protegits, la proximitat entre els ports de la comarca, la Catalunya Nord i la resta de la Costa Brava per fomentar l'ocupació dels ports esportius i el xàrter nàutic.
- **Convertir els ports esportius en portes d'entrada dels navegants** per a la descoberta del territori a través de la creació de punts d'informació que donin a conèixer tots els centres d'interès, tant a la costa com a l'interior.
- **Aprofitar els esdeveniments** que s'organitzen a la comarca per donar a conèixer el conjunt de l'oferta existent, especialment a través de mitjans de comunicació i públic que hi assisteix.
- Donar **suport a les empreses en la creació de producte**: disseny de paquets de multiactivitat que incorporin activitats en terra i en mar, pensats per vacances actives per famílies, turisme juvenil, incentius, etc.
- **Preparar rutes documentades** que donin a conèixer els diferents paisatges i indrets que es poden descobrir a partir de petites embarcacions (vela, caiac, etc.)

5.5. Activitats aquàtiques i subaquàtiques

Els trams de costa del nord i del sud de la comarca són destins de referència per a les activitats subaquàtiques, que s'han vist afavorides amb la protecció del territori a través del Parc Natural del Cap de Creus i del Parc Natural del Montgrí, Illes Medes i Baix Ter.

A l'entorn d'aquests dos espais protegits i pel fet que per a la pràctica d'aquesta activitat es requereixi fons marins diversos, ben conservats i amb vida, trobem una de les concentracions de centres de busseig més important del litoral mediterrani.

El nombre d'empreses que ofereixen activitats subaquàtiques es concentra sobretot als municipis de Roses, Cadaqués i l'Escala.

Població	Empreses de d'activitats subaquàtiques
Portbou	1
Colera	1
Llançà	1
Port de la Selva	2
Cadaqués	4
Roses	8
Empuriabrava	1
L'Escala	6
TOTAL	24

Una de les característiques d'aquesta activitat és el seu efecte desestacionalitzador sobretot per la presència constant de submarinistes francesos, el país europeu amb major nombre de practicants i que aprofiten la primavera i la tardor per fer les sortides col·lectives dels clubs.

Cal tenir present però, l'aposta decidida del govern francès per la conservació del seu litoral amb el compromís que el 2020 un 20% de les seves aigües comptin amb algun estatus de protecció. Així, recentment, s'ha creat un nou Parc Nacional marítim i terrestre a Marsella www.calanques-parcnational.fr que per la seva situació i tipus de fons, pot esdevenir un competidor molt directe.

Sembla que l'evolució que estan tenint les activitats subaquàtiques tendeix a que es mantingui el nombre de practicants, sorgeixin noves modalitats i augmenti també la demanda d'activitats més "soft". En aquesta línia podem parlar de l'evolució de la fotografia submarina, del creixent interès per els itineraris submarins en ulleres i tub "snorkeling", de la pràctica de l'apnea (és a dir busseig a pulmó lliure) del "senderisme aquàtic" (caminar amb l'aigua fins per sobre la cintura) i fins i tot de la pràctica de la natació a mar obert. En tots els casos van guanyant en nombre d'adeptes i això obre noves oportunitats per a petites empreses.

El potencial de les activitats aquàtiques i subaquàtiques

Segons l'estudi "Turismo Nautico en España. 2005", a què hem fet referència anteriorment, el potencial de turistes nàutics estrangers situa les activitats subaquàtiques en tercer lloc amb un total de 2 milions entre practicants i federats (un 16% del total de potencials turistes nàutics).

Tant pels anglesos, amb un 22%, com pels francesos, amb un 19,5%, la pràctica d'esports nàutics es situa en segon lloc quan parlem d'activitats durant les vacances (sempre després del senderisme).

Principals esdeveniments relacionats amb l'activitat

Nom esdeveniment	Esport	Població	Data	Observacions
Final de Catalunya de Fotosub 2013	Submarinisme	Port de la Selva	Maig 2013	
Fotosub Macro Alt Empordà	Submarinisme	L'Escala	Juny 2013	
PFSA 2013 Trofeu Figueres	Submarinisme	Roses	Agost 2013	
Pesca sub Individual per espècies	Pesca	Llançà	Novembre 2013	
Marnaton	Natació a Mar Obert	Cadaqués	Setembre 2013	

Font: www.fecdas.cat

A part dels esdeveniments esmentats anteriorment, hi ha dues empreses de la comarca que organitzen diversos esdeveniments:

- Diversport organitza travesses de natació (Llançà, Colera, Portbou i Port de la Selva) i Kayaklons (Sant Pere Pescador i Llançà).
- Swimfaster organitza sortides de natació a mar obert cada dimarts de juliol i agost a Llançà i una travessa de natació a Llançà.

I pel que fa també a travesses de natació hi ha el col·lectiu "Neda el món" que fan diverses sortides per les aigües de l'Alt Empordà durant tot l'any. (www.nedaelmon.com). Les travesses fixes que organitzen per les nostres aigües són una transfronterera entre Cerbere i Portbou i una altra per Cap Norfeu a Roses.

Punts forts i febles

PUNTS FORTS

- Gairebé 4.000 persones tenen titulació de busseig esportiu a Catalunya i es realitzen unes 150.000 immersions l'any, la major part a la Costa Brava.
- El reconeixement de la comarca en els mercats internacionals per a la pràctica d'aquesta activitat ja és notable, especialment a l'entorn dels parcs marins.
- Per a les activitats subaquàtiques es disposa d'una oferta de centres turístics de busseig professionalitzats amb una àmplia experiència en l'atenció de submarinistes d'arreu.
- Litoral / fons marí privilegiat (Parcs naturals de primer ordre).
- Clima moderat que permet realitzar activitats aquàtiques i busseig al llarg de tot l'any, especialment entre els mesos d'abril i novembre.
- Perfil de turista amb poder adquisitiu mig i alt, amb un grau de fidelitat elevat i que consumeix altres productes durant la seva estada (cultura, gastronomia, etc.).
- Les activitats subaquàtiques es realitzen a l'entorn de destins turístics consolidats que ofereixen una àmplia oferta de serveis i llocs d'interès. Això fa comfortable l'estada al propi submarinista i als acompanyants, a diferència a d'altres destins de busseig situats en zones en què pràcticament no hi ha activitats complementàries o alternatives.
- Aparició o popularització d'algunes noves activitats, algunes de baix cost, com l'apnea o el snorkeling que són fàcilment accessibles a una àmplia gamma de practicants.

PUNTS FEBLES

- Tot i la tendència a la desestacionalització, producte molt centrat en els mesos d'estiu i limitat per les condicions meteorològiques.
- Activitats, a vegades, condicionades per normatives específiques i restrictives.
- Excessiva dependència del mercat francès i català que pot trobar altres alternatives en zones pròximes.
- El furtivisme i la manca de vigilància poden fer perdre l'atractiu dels fons marins.
- No hi ha una presència important de productes multiactivitat que podrien incorporar alguna d'aquestes activitats: snorkeling, bateig de busseig, natació a mar obert, ...
- Els tour operadors especialitzats en submarinisme no programen destins del Mediterrani occidental, per tant la comercialització s'ha de fer directament al públic final o a través d'associacions esportives.

Propostes d'actuació

- Fer més **promoció dels espais naturals marins** com a llocs d'excel·lència per a la pràctica de les activitats subaquàtiques.
- Aconseguir una major presència de la comarca a les **fires especialitzades en busseig i activitats subaquàtiques**.
- Fer **accions promocionals en altres mercats potencials** per diversificar l'excessiva concentració actual.
- **Reforçar la comunicació** vinculada a les activitats aquàtiques i subaquàtiques:
 - o A través de la web, actualitzant i ampliant els continguts, així com completant les traduccions.
 - o Publicacions de referència.
 - o Contacte amb mitjans de comunicació, federacions i altres líders d'opinió.
- Crear nous **itineraris de descoberta del medi marí** a l'entorn dels espais protegits però de fàcil accés pels practicants i fer-ne una promoció conjunta. Fer publicacions específiques que es puguin distribuir des dels establiments d'allotjament i de les oficines de turisme sobre la diversitat de paisatges existents i l'oferta d'itineraris existents.
- Estimular la **creació de nous canals per a la natació a mar obert** i donar-ho a conèixer conjuntament.
- Dissenyar **productes de "multiactivitat" pensats per a famílies, joves, sèniors**, que proposin activitats adaptades a les condicions físiques de cada un d'aquests col·lectius.

5.6. Vol

Quan parlem de vol a l'Alt Empordà ens centrem directament en un dels centres de paracaigudisme més importants del món: SKYDIVE que genera prop de 120.000 salts anuals, consolidant Castelló d'Empúries - Empuriabrava com una destinació referent en aquest sector a nivell mundial.

Paral·lelament a Skydive es va crear al novembre del 2012, el Túnel del Vent, que es troba també ubicat a Empuriabrava amb l'objectiu de captar 35.000 usuaris per any. Recentment aquesta instal·lació ha estat adquirida per un grup inversor de Dubai amb la voluntat de convertir-lo en el referent mundial del paracaigudisme d'èlit (ara per ara és el millor d'Europa i el segon més important del món). La compra ha estat liderada pel príncep Hamdan bin Mohammed Al Maktoum, gran aficionat a aquest esport i que acumula més de 2.000 salts.

El setembre del 2013 es va aconseguir superar el record del món de *Sequential Formation Skydiving*, i també un grup de saltadors de *Free Fly* va aconseguir batre el rècord europeu de gran formació d'aquesta disciplina i establir la nova marca en una formació de 96 paracaigudistes.

Destaca així mateix la pràctica de l'Ala Delta i del Parapent així com els vols en globus a partir d'empreses especialitzades que es desplacen a diferents punts de la comarca.

Punts forts i febles

PUNTS FORTS

- Disposar del centre de paracaigudisme més important d'Europa i en projecte de ser al 2015 el més important del món, amb 120.000 vols anuals.
- El projecte del Túnel del vent, excel·lent complement al centre Skydive tant per acollir professionals del sector en cas de mal temps com per captar possibles nous practicants d'aquesta activitat.
- Bona climatologia durant tot l'any i excel·lent oferta complementària per acollir als visitants que vinguin a la comarca a realitzar aquesta activitat.

PUNTS FEBLES

- Oferta de vol queda restringida a aquestes 2 empreses i conseqüentment a aquesta part geogràfica de l'Alt Empordà.
- L'oferta d'activitats com parapent, vol en globus o ala delta, és relativament petita.
- No hi ha una estructura de comercialització a través d'operadors per aquestes activitats, s'ha d'anar a buscar el client final.

Propostes d'actuació

- **Donar més visibilitat a aquesta especialitat** tant característica de la comarca en totes les estratègies de comunicació com a producte singular i exclusiu, a través de la web, dossiers específics, etc.
- **Donar suport a l'Àrea de Turisme del municipi de Castelló d'Empúries per aprofitar els esdeveniments** de caràcter internacional que s'organitzen, per fer promoció turística de la comarca: dossiers, visites a altres elements d'interès, etc.
- **Incorporar algunes d'aquestes activitats en ofertes de "multiactivitat"** adreçades a col·lectius específics: incentius, joves, etc.

5.7. Enoturisme

Un dels principals atractius i motors econòmics de la comarca és el vi. Actualment el sector es troba en una fase d'expansió sobretot gràcies al reconeixement que tenen els vins de la Denominació d'Origen Empordà i l'aposta ferma dels mateixos cellers per oferir activitats relacionades amb l'enoturisme.

Segons dades de la D.O Empordà, la comarca compta amb una superfície d'aproximadament 2.000 ha i la producció mitja de la zona és de 65.000 hl. D'aquesta producció, els vins negres en representen aproximadament el 60%; els rosats, el 17%; els blancs, el 19%, i els vins dolços (les garnatxes i moscatell), el 4% restant, amb una producció de 4 milions d'ampolles anuals.

Els vins de l'Empordà es van introduint a nous mercats i actualment aproximadament un 5% de la producció es destina a l'exportació, principalment a Alemanya, Suïssa, Estats Units, Holanda, Noruega, Gran Bretanya, Bèlgica i Dinamarca.

- Superfície de vinya inscrita: 1.786 Ha
- Nombre de viticultors: 335
- Nombre total de cellers: 51
- Nombre de cellers elaboradors: 44
- Nombre de cellers embotelladors: 46

La major part dels cellers de la D.O Empordà es troben a la comarca de l'Alt Empordà, concretament 42 de 51 cellers, que representa un 80% del total.

Quan ens referim a enoturisme ens centrem en les activitats organitzades pels propis cellers. Per veure la incidència, s'han analitzat les seves webs:

Celler	Municipi	Web	Visites guiades	Apartat Enoturisme al web	Altres activitats
Martin Faixó	Cadaqués	cellermartinfaixo.com	X	X	Allotjament
Masia Serra	Cantallops	-	X	-	
Vinyes dels Aspres	Cantallops	vinyesdelsaspres.cat	X	-	-
Aldea de Buscarós	Capmany	-			
Castillo de Capmany	Capmany	castillodecapmany.com	X	X	Allotjament

Celler	Municipi	Web	Visites guiades	Apartat Enoturisme al web	Altres activitats
Arché Pagés	Capmany	cellerarchepages.com	X		
Marià Pagés	Capmany	cellermpages.com	X		
Santamaria	Capmany	granrecoind.com	X		Museu al Celler
Oliveda	Capmany	grupoliveda.com	X		Museu al Celler
Oliver Conti	Capmany	oliverconti.com	X	X	Allotjament
Pere Guadiola	Capmany	pereguardiola.com	X		
Vinyes d'Olivardots	Capmany	olivardots.com	X		
Mas Vida	Cistella		X		
Cooperatiu Espolla	Espolla	cellerespolla.cat	X	X	Visites guiades teatralitzades
Setzevins Celler	Espolla	setzevins.cat	X		
Terra d'en Tassis	Espolla	-	X		
Bodegas Trobat	Garriguella	bodegastrobat.com	X		
Coop. agrícola de Garriguella	Garriguella	cooperativagarriguella.com	X		Disposa d'un restaurant
Maset Plana	Garriguella	masetplana.com	X		
Mas Llunes	Garriguella	masllunes.es	X		
Castell de Biart	Masarac	castelldebiart.com	X		Visita al Castell
La Vinyeta	Mollet de Peralada	lavinyeta.es	X	X	Oferta de Turisme d'Incentius i allotjament
Roig Parals	Mollet de Peralada	roigparals.com	X		
Vinícola del Nordest	Mollet de Peralada	vinicoladelnorddest.com	X		
Empordàlia	Pau	empordalia.com	X	X	Enokayak, Patrimoni i enologia, Fes-te el most, burricleta per les vinyes, safari en trenet per les vinyes

Celler	Municipi	Web	Visites guiades	Apartat Enoturisme al web	Altres activitats
Castell Peralada	Peralada	castilloperalada.com	X		Visita al Castell, Visita al Museu del Castell, Spa i Visita en veler + degustació de vi
Martí Fabra	Sant Climent de Sescebes	-	X		
Terra Remota	Sant Climent de Sescebes	terraremot.com	X		
Mas Estela	Selva de Mar	masestela.com	X		Allotjament
Espelt	Vilajuïga	espeltviticultors.com	X		
Gelamà	Vilajuïga	gelama.cat	X	X	Allotjament
AV Bodeguers	Vilamaniscle	nereusonline.com	X		
Mas Pòlit	Vilamaniscle	maspolit.com	X		

Font: Elaboració pròpia

Com es pot observar a la taula anterior, tot els cellers ofereixen la possibilitat de visitar el celler i degustar els seus vins. D'altra banda, només 7 cellers, un 17% del total, han creat un apartat específic a la seva web amb activitats relacionades amb enoturisme.

Una altra dada a remarcar és que un 30% dels cellers ofereix algun altre valor afegit als seus clients al marge de la visita i degustació de vins. A destacar els que ofereixen allotjament (6), altres activitats (4) o visites a algun museu (3).

El Pla d'enoturisme Empordà 2012-2017 defineix un Pla d'acció per a les comarques de l'Alt i Baix Empordà en el qual es proposa la creació d'una sèrie de rutes enoturístiques sota el títol de *Empordà, camins de vi* que combinen les visites a cellers amb altres elements d'interès com la descoberta de la tradició surera. Aquest projecte proposa tres rutes:

- 1- Camí del vi de l'Empordà (Amb inici a Roses i acabament a Capmany)
- 2- Camí del vi i el suro (Amb inici a Calonge i acabament a Palafrugell)
- 3- Camí d'Enllaç (amb inici a Palafrugell i acabament a Roses)

D'altra banda, el Patronat de Turisme Costa Brava Girona ha endegat un Pla d'Acció per a la inclusió de la Ruta del vi DO Empordà en el Club de Producte de les Rutas del Vino de España que gestiona ACEVIN –Asociación Española de Ciudades del Vino-. Els Consells Comarcals de l'Alt i Baix Empordà, per reforçar les actuacions previstes pel Patronat, ha preparat un programa de tastos de vins en llocs emblemàtics: Sant Pere de Rodes, Cap de Creus o al Far de Sant Sebastià.

És important destacar també la relació tan estreta que hi ha entre moltes ofertes d'activitats de turisme actiu –especialment senderisme, cicloturisme, rutes a cavall, itineraris en cotxe- amb l'enoturisme. Així veiem que molts dels operadors que programen aquestes activitats a l'Alt Empordà inclouen visites a cellers i degustacions de vins com un dels elements d'interès. Fins i tot s'han creat productes que vinculen la pràctica del caiac amb l'enoturisme, “Enocaiac”.

Cal destacar així mateix la importància de la producció agrària i agroalimentària de la comarca i la reputació que té la seva gastronomia. L'existència de restaurants de referència –amb guardons del més alt nivell-, la iniciativa que Ferran Adrià està promovent a través del Bulli Foundation, l'existència de productes amb Identificació Geogràfica Protegida com la poma de Girona i els productes amb marca de garantia Empordà, el dinamisme en l'organització de jornades gastronòmiques i dels col·lectius de cuina especialment La Cuina del Vent, permeten complementar l'enoturisme amb un projecte integral de posar en valor la gastronomia com un signe d'identitat de la comarca.

Per això, tot i no atorgar un apartat específic a la gastronomia en aquest Pla d'Acció, s'incorporen propostes concretes en aquest sentit.

Principals esdeveniments relacionats amb l'activitat

Nom esdeveniment	Població	Data	Observacions
Mostra del vi	Figueres	Setembre	
Festa de la Verema	Itinerant (cada any en un municipi)	Setembre	
Arrels del vi	Sant Martí d'Empúries a l'Escala	Maig	
Fira del vi	Port de La Selva	Maig	
Jazzejada	Vilamaniscle	Agost	
Coneix els nostres cellers	Llançà	Juliol i agost	Visites als cellers dels municipis propers a Llançà amb trenet turístic.

Jornades gastronòmiques

Nom esdeveniment	Població	Data aprox.	Observacions
Setmana gastronòmica de peix de roca	Cadaqués	Finals abril	
Jornades gastronòmiques Triumvirat Mediterrani	L'Escala	Finals abril, principis de maig	
Jornades gastronòmiques de l'Anxova i el suquet	L'Escala	Segona quinzena de maig	
Jornades gastronòmiques de l'escamarlà	Llançà	Tot el mes de juny	
Jornades gastronòmiques del peix de palangre	Llançà	Setembre 2014	
Ruta de la tapa	L'Escala	26,27,28 de setembre. 4 i 5 d'octubre 2014	
Campanya del Suquet de Peix	Roses	Tot l'any	

El potencial de l'enoturisme

Segons dades relatives als visitants rebuts durant l'any 2010 als cellers inclosos a les *Rutas del Vino de España* (21 rutes) per part de l'ACEVIN (Asociación Española de Ciudades del Vino), les activitats relacionades amb l'enoturisme generen:

- Un increment del 1,27% respecte a l'estudi realitzat al 2009.
- Els mesos d'abril, maig, setembre i octubre son els mesos amb més afluència de visites.
- Perfil del demandant molt ampli tot i que predomina grups d'amics (35%), famílies sense fills (22%) i famílies amb fills (17%).
- La franja d'edat amb més afluència és la dels 40-60 anys.
- La principal via de informació és la recomanació d'amics i familiars amb un 35%.
- El 84% dels clients son de proximitat geogràfica, només un 16% provenen d'altres països.

Punts forts i febles

PUNTS FORTS

- L'Alt Empordà és una comarca vinícola referent amb una gran quantitat de cellers dels quals la seva gran majoria pertanyen a la D.O Empordà.
- El paisatge vinícola de la comarca és un element d'identitat.
- L'existència de la marca D.O Empordà que ofereix una garantia de qualitat pels consumidors.
- L'aposta ferma de l'administració local envers l'enoturisme amb el projecte "Empordà, camins de vi" portat a terme pels Consells Comarcals de l'Alt i Baix Empordà i el Consell Regulador D.O Empordà.
- Els cellers destaquen pel seu dinamisme i per oferir múltiples activitats incloent entre d'altres, visites guiades i una degustació dels seus productes.
- L'enoturisme és un excel·lent complement al turisme de sol i platja, sens dubte el recurs més valorat entre els nostres visitants, però també per a molts dels productes relacionats amb el turisme actiu (senderisme, cicloturisme, etc.)
- Els cellers estan força repartits entre la comarca, principalment ubicats al Parc Natural de Cap de Creus i al PNIN de l'Albera.
- Actualment el municipi de Llançà està acollint un cicle formatiu d'elaboració de vi i oli, curs impulsat pels propis cellers de la comarca.
- L'interès per part del Patronat de Turisme Costa Brava Girona d'incloure l'oferta enoturística en el Club de Producto de las Rutas del Vino de España.
- L'existència de la marca de garantia EMPORDÀ que promou alguns dels productes alimentaris de major reconeixement a la comarca.
- L'oferta gastronòmica de la comarca és molt potent amb establiments de referència que ajuden a donar prestigi als vins de la zona i a d'altres productes locals.
- L'organització de jornades gastronòmiques i l'existència de iniciatives de col·lectius de cuina, com és el cas de la "Cuina del Vent".

PUNTS FEBLES

- L'oferta actual està encara molt centrada en l'elaboració i venda de vi, el concepte d'enoturisme és encara poc madur en la majoria de cellers de la comarca.
- La presència de diversos recursos turístics potents fa que sigui més complex destacar l'enoturisme com una activitat a realitzar a la comarca.
- Poques iniciatives per part de les administracions locals per promocionar els cellers i les activitats relacionades amb la promoció del vi.

- La presència de vins de l'Empordà no és encara prou representativa en les cartes de molts restaurants i fins i tot en el comerç (botigues, supermercats).

Iniciatives i actuacions previstes

Entitat	Actuacions previstes 2014
Patronat de Turisme Costa Brava Girona	<ul style="list-style-type: none"> - Certificació de la Ruta del Vi - Creació d'una taula de treball de seguiment - Senyalització d'establiments - Edició de material informatiu i promocional on-line i off-line. - Creació de marxandatge - Accions de benchmark - Press trips i bloggers - Accions formatives per als establiments adherits a la Ruta. - Incorporació de la Ruta en el Pla d'Acció del Club de Gastronomia del Patronat
Consell Comarcal Alt Empordà conjuntament amb CC Baix Empordà	<p>Programa de tastos de vins en llocs emblemàtics:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cap de Creus - Sant Pere de Rodes - Far de Sant Sebastià

Propostes d'actuació

- Reforçar la informació i comunicació vinculada a l'enoturisme
 - o A través de la web, reforçant el text introductori justificant la importància de la comarca en la producció de vi i com aquesta activitat marca el paisatge i les formes de vida. També completant les traduccions.
 - o A través de publicacions de referència
 - o Contacte permanent amb operadors turístics especialitzats en enoturisme però també en turisme actiu
 - o Amb líders d'opinió.
- Donar suport al desplegament de les rutes previstes en el Pla d'Enoturisme Empordà.
- Donar suport a itineraris de visites a productors.
- Donar suport a la iniciativa del Patronat de Turisme Costa Brava Girona pel que fa a la ruta del Vi DO Empordà i la seva inclusió en el Club de Producto Rutas del Vino de España.
- Casa Empordà, punt d'inici de les rutes d'enoturisme, productors agroalimentaris i artesanía.

Com a complement a l'enoturisme, cal definir accions específiques vinculades a la **promoció de la gastronomia i dels productes agroalimentaris** D.O., IGP i Productes de l'Empordà com ara:

- Associar en tota l'estratègia de comunicació de l'enoturisme, els **productes amb marca de garantia Empordà**.
- **Suport als artesans alimentaris** incorporant-los en tota l'estratègia de comunicació indicada anteriorment.
- **Creació d'un programa de visites a productors.**
- **Programes de treball conjunt amb les associacions i col·lectius relacionats amb la gastronomia i la producció agroalimentària.** Establiment d'un programa de jornades gastronòmiques i fires agroalimentàries per fer-ne difusió.
- Fer un **dossier específic** per als operadors de turisme actiu, touring, etc. per què tinguin un coneixement profund de l'oferta existent i dels productors que a més dels cellers de vins, també organitzen activitats i degustacions.

5.8. Turisme cultural

L'Alt Empordà és un territori de gran riquesa cultural que s'expressa en la majoria de les seves festes locals i queda representada en el conjunt de museus, restes arqueològiques, patrimoni monumental i esdeveniments culturals que es celebren al llarg de l'any.

Artistes de nivell internacional han convertit aquesta comarca en la protagonista de les seves obres i per aquest motiu, es compta amb una oferta interessant de galeries d'art, espais expositius, museus,

Del patrimoni cultural a la comarca en destaca el llegat d'una figura de prestigi universal, el pintor Salvador Dalí i el seu museu de Figueres que amb 1,3 milions de visitants l'any 2013, és un dels cinc més freqüentats de l'estat espanyol. Conjuntament amb els altres centres del triangle dalinià van rebre l'any 2013 quasi 1,6 milions amb un increment del 8% sobre l'any anterior.

El moviment a l'entorn d'aquesta figura universal genera a l'entorn del 2,5% del PIB de la comarca i una despesa de 123 milions d'euros, segons un estudi realitzat per la Universitat de Girona.

A banda d'aquest espai, l'Alt Empordà compta amb altres museus importants com poden ser la Casa-Museu Dalí de Portlligat (del triangle dalinià), el Museu del Joguet de Figueres, el Museu de l'Empordà de Figueres, el Museu de l'Exili de la Jonquera, la Ciutadella de Roses, el Museu de l'Aquarel·la de Llançà i el Museu de l'Anxova i de la Sal de l'Escala.

Pel que fa al patrimoni històric i monumental, les comarques de l'Alt i del Baix Empordà són de tot Catalunya, les que compten amb més monuments declarats BCIN (Be Cultural d'Interès Nacional) amb 133 i 142 respectivament, segons IDESCAT.

Així veiem per exemple que és un lloc excel·lent per conèixer el megalitisme concentrat entre la Serra de Rodes i la de l'Albera amb més d'un centenar de dòlmens i menhirs.

La seva situació com a zona natural de pas ha afavorit la instal·lació de civilitzacions antigues: ibers, grecs, romans. Aquestes cultures han deixat l'empremta en jaciments arqueològics excepcionals com les colònies gregues d'Empúries i Roses o el poblat ibèric de Mas Castellar a Pontós. Ha estat així mateix la porta d'entrada a la Península des de la Europa mediterrània.

L'art romànic de l'Alt Empordà presenta una marcada personalitat i és present en la seva major esplendor en el Monestir de Sant Pere de Rodes de Port de la Selva, en el claustre de Sant Domènec de Peralada, en les esglésies de Sant Miquel i Sant Tomàs de Fluvià, en el Monestir de Sant Quirze de Colera i en la Canònica de Santa Maria de Vilabertran.

Pel que fa a l'empremta de l'arquitectura gòtica es mostra en castells, catedrals i esglésies d'entre les que destaquem la catedral de Castelló d'Empúries.

També hi ha fortaleeses de l'edat moderna com ara el Castell de Sant Ferran de Figueres i fortificacions més recents o reconstruccions medievalistes de final del XIX.

En el document [116 icones turístiques de Catalunya](#) que recull les que millor representen i singularitzen Catalunya des de la perspectiva turística, tant per a la mateixa ciutadania com per als visitants, es troben diversos elements de la comarca com ara l'Esculapi d'Empúries, el Monestir de Sant Pere de Rodes i l'obra de Salvador Dalí. També s'hi fa esment al retaule gòtic de Santa Maria de Castelló d'Empúries. La comarca hi és present així mateix en altres apartats de natura, geologia, gastronomia, patrimoni intangible, ...

Recentment s'ha fet un estudi conjuntament amb la comarca del Baix Empordà en què s'analitzen les potencialitats del **patrimoni medieval** de les dues comarques, la seva integració en les principals rutes ja existents de senderisme i cicloturisme i la presència d'aquests elements en la programació d'operadors turístics de referència. Es plantegen així mateix exemples i recomanacions per a la creació de producte turístic relacionat amb el patrimoni medieval.

Museus

El Consell Comarcal està treballant en la creació d'una xarxa de museus a nivell comarcal que doni més rellevància a aquests equipaments i permeti la promoció conjunta.

Seria interessant així mateix integrar en aquesta dinàmica les galeries d'art i centres d'exposició públics i privats, aconseguint d'aquesta manera una major visibilitat i una vinculació de la imatge de la comarca al seu vessant artístic. Cal destacar que el diari El Punt ha publicat de vegades notícies que recullen aquesta informació, per exemple el 2009, sota el títol *Un estiu d'art a l'Empordà* que recull l'activitat de les galeries de les dues comarques.

www.elpuntavui.cat/noticia/article/5-cultura/19-cultura/54739-un-estiu-dart-a-lemporda.html

Nom	Municipi	Web
Necròpolis de Can Bech de baix	Agullana	http://ca.agullana.cat/turisme/sala-dexposicio-permanent-de-la-necropolis-de-can-bech-de-baix/
Santuari Mare de Déu del Mont	Albanyà	www.marededeudemont.com
Casa- Museu Salvador Dalí de Port Lligat	Cadaqués	https://www.salvador-dali.org/museus/portlligat/es_index.php

Nom	Municipi	Web
Museu Municipal Cadaqués	Cadaqués	www.visitcadaques.org/?lang=cat&sec=cultura&sub=museus www.visitcadaques.org
Basílica de Santa Maria	Castelló d'Empúries	www.castelloempuriabrava.com/ca/que-fem/llocs-interes/monuments/basilica-de-santa-maria.html
Cúria Presó	Castelló d'Empúries	www.castelloempuriabrava.com/ca/que-fem/llocs-interes/museus/museu-dhistoria-medieval-de-castello-dempuries-mhmce.html
Ecomuseu Farinera	Castelló d'Empúries	www.ecomuseu-farinera.org/index2.php
Monestir de Sant Pere de Rodes	El Port de la Selva	www.mhcat.net
Castell de Sant Ferran	Figueres	www.lesfortalesescatalanes.info
Museu de l'Empordà	Figueres	www.museuemporda.org
Museu de la Tècnica de l'Empordà	Figueres	www.mte.cat
Museu del Joguet de Catalunya	Figueres	www.mjc.cat
Teatre-Museu Dalí	Figueres	www.salvador-dali.org/museus/figueres/
Museu d'Arqueologia de Catalunya- Sant Martí d'Empúries	L'Escala	www.mac.cat/Seus/Empuries
Museu de l'Anxova i la Sal	L'Escala	http://museudel anxovaidelasal.blogspot.com.es/p/el-museu.html www.anxova-sal.cat (en construcció)
MARAM	L'Escala	www.maram.cat
Centre Cultural Can Laporta	La Jonquera	www.lajonquera.cat
Museu de l'Exili	La Jonquera	www.museuexili.cat
Museu de l'Aquarel·la	Llançà	www.mda.cat
Centre de Turisme Cultural Sant Domènec	Peralada	www.peralada.org
Museu del Castell de Peralada	Peralada	www.museucastellperalada.com
Monestir de Sant Pere de Rodes	Port de la Selva	www.mhcat.cat/monuments/conjunt_monumental_de_sant_pere_de_rodes
Museu de la Ciutadella	Roses	www.roses.cat/la-vila/cultura-i-patrimoni/patrimoni/ciutadella-de-roses
Canònica de Santa Maria de Vilabertran	Vilabertran	www.mhcat.cat/monuments/canonica_de_santa_maria_de_vilabertran

Principals esdeveniments relacionats amb l'activitat

L'Alt Empordà és seu també de festivals de música i esdeveniments culturals de relleu internacional, com és el cas del Festival de Peralada, del de Cadaqués, la Schubertiada de Vilabertran, l'Acústica i el Festival del Circ de Figueres, etc.

A part del patrimoni cultural tangible de la comarca, durant els mesos d'estiu l'Alt Empordà és la seu de nombrosos festivals de música, com ara:

Nom esdeveniment	Municipi	Data
Festival Castell de Peralada	Peralada	Juliol i agost
Festival Internacional de Música de Cadaqués	Cadaqués	Agost
Festival de Música de Sant Pere de Rodes	Port de la Selva	Juliol i agost
Schubertiada	Vilabertran	Agost i setembre
Cicle de Concerts al Claustre de Sant Domènec	Peralada	Juliol i agost
Festival Terra de Trobadors	Castelló d'Empúries	Primer cap de setmana de setembre
Acústica	Figueres	Finals agost – principis setembre
Festival de Jazz	Figueres	Finals de març – principis abril
Portalblau-Festival de Músiques i Arts de la Mediterrània	L'Escala	Juliol i agost
Triumvirat Mediterrani (fira greco-romana)	L'Escala	Cap de setmana de maig
Festival Internacional del Circ Ciutat de Figueres	Figueres	Febrer
Sons del Món	Vilabertran, Roses i Castelló d'Empúries	Juliol
Festival de Jazz, blues i gospel	Roses	Agost
Festival de Música. Nits d'estiu	Sant Pere Pescador	Juliol i agost
Darnius Fest	Darnius	Agost
Sonarkids	Port de la Selva	Juny

Mercats

El turisme cultural és un mercat molt important per la comarca degut, en gran part, a l'atractiu del Museu Dalí de Figueres, un dels museus més visitats de l'estat espanyol.

Com s'ha dit, 1,3 milions de visitants van passar pel Teatre Museu Dalí de Figueres. Malgrat que l'època de màxima afluència es registra en els mesos de juliol i agost, cal destacar l'efecte desestacionalitzador ja que el nombre de visitants els mesos d'abril, maig, juny i setembre és també molt notable. El repte és veure com es pot augmentar el temps d'estada d'aquests visitants a la ciutat tenint en compte que quasi el 42% són visites organitzades, amb itineraris molt programats.

Pel que fa als visitants individuals, el nou equipament de Casa Empordà pot ajudar a donar a conèixer la resta d'elements d'interès (culturals, comerç, ...) que ofereix la ciutat i la seva connexió amb altres espais de la comarca. En l'informe de gestió de la Fundació Dalí de l'any 2012 es destaca la bona col·laboració amb l'Oficina de turisme de Figueres en el programa de visites guiades i temàtiques, que també va en aquesta mateixa línia.

A més de l'atractiu del patrimoni monumental de la comarca, pensem que és important fer incidència en l'excel·lent oferta d'esdeveniments culturals que s'organitzen al llarg de l'any, especialment durant la temporada d'estiu: festivals de música, de teatre, de circ, ...

La difusió de tota aquesta àmplia activitat hauria de seguir la mateixa línia que s'ha exposat en l'apartat de museus amb l'exemple del reportatge de El Punt de l'any 2009, que presentava l'oferta estival de les galeries d'art de l'Empordà.

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona està treballant en aquesta línia de fer una promoció conjunta dels Festivals de Música i arts escèniques de la Costa Brava, en què l'Alt Empordà ha de tenir un paper rellevant tant pel fet de captar visitants específics com també per donar a conèixer valors associats a la qualitat de vida d'aquest territori, com a instrument de màrqueting.

En aquest sentit, cal tenir present que el perfil del turista més consolidat no escull la comarca amb l'objectiu de realitzar una estada cultural, sinó que les visites culturals són un complement a les vacances de sol i platja.

Segons les estadístiques de la Xarxa d'Oficines de Turisme de Catalunya, el 53% de les consultes ateses estan relacionades amb elements i esdeveniments culturals.

També és de destacar que molts operadors especialitzats en turisme actiu i de descoberta del territori, especialment de senderisme i cicloturisme incorporen visites culturals (patrimoni, museus, etc.) en els itineraris i programes d'activitats que ofereixen. Així veiem com alguns operadors presenten rutes de senderisme o cicloturisme, fins i tot de ciclisme de carretera, amb el nom de artistes emblemàtics o elements patrimonials de referència del territori.

Pel que fa als mercats internacionals, el francès, per exemple, valora molt positivament que el nostre territori compti amb una gran cultura. Segons el monogràfic "El turisme cultural a Catalunya" de la Generalitat de Catalunya de

l'any 2001, França és el principal mercat emissor de turistes d'aquest segment a Catalunya seguit del Regne Unit i Alemanya.

Cal tenir present així mateix que per països com Regne Unit, Benelux, Alemanya, Itàlia, Països Nòrdics, etc. els city trips, amb el seu component cultural, es situen com un dels productes amb millor acollida a Catalunya. Destacar però, que la principal ciutat catalana de visita és Barcelona, seguida de les ciutats de la Costa Brava (Girona i Figueres principalment).

Pel mercat rus, el turisme cultural amb un 18%, ocupa el segon lloc pel que fa al motiu de decidir passar les vacances a Catalunya.

Una altra font d'informació a tenir en compte és l'última anàlisi sobre comportament vacacional dels europeus 2014 que publica la DG Indústria i Empresa de la Comissió Europea⁴. En aquest cas es torna a reiterar que entre els principals motius per fer vacances, la cultura amb un 25% de les respostes, ocupa el quart lloc, amb un lleuger augment sobre l'any anterior. Les tres primeres són sol i platja (46%), visites a familiars i amics (34%) i natura (30%).

Punts forts i febles

PUNTS FORTS

- La millora del nivell educatiu i cultural de la societat incideix en una major demanda de productes relacionats amb l'art, cultura i història, com a oferta principal i també com oferta complementària de productes més tradicionals.
- Segment de mercat amb un creixement potencial important.
- Diversitat i qualitat en els recursos culturals del territori.
- Importància del Museu Dalí de Figueres com a recurs cultural de primer ordre a nivell de l'estat espanyol.
- Gran oferta d'esdeveniments culturals, sobretot durant els mesos d'estiu.
- Existència de galeries i espais d'art amb programació estable.
- Presència del patrimoni cultural i artístic en programes de operadors turístics especialitzats de turisme actiu i de descoberta del territori.
- Producte que contribueix a la desestacionalització del turisme ja que es pot dur a terme al llarg de tot l'any.
- Existència d'un estudi específic per a la creació de producte turístic relacionat amb el patrimoni medieval.

⁴ Eurobarometer http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_392_en.pdf

PUNTS FEBLES

- Problemes de gestió i falta de coordinació entre administracions.
- Manca de productes i experiències de dia o amb pernoctació que lligui patrimoni cultural amb activitats lúdiques per oferir a diferents segments de mercat.
- Inexistència d'una imatge conjunta del dinamisme cultural de la comarca com a valor turístic: publicacions conjuntes de l'oferta de festivals de música, galeries d'art.
- Recursos poc coneguts entre el gran públic queden a l'ombra d'aquells altres que han esdevingut veritables icones mundials i no aconsegueixen un major ressò.
- Inexistència d'un centre d'interpretació que presenti de forma conjunta tots els elements d'interès cultural i natural del territori.

Propostes d'actuació

- **Reforçar la comunicació**
 - o A través de la web, justificant la importància del patrimoni cultural i assegurant les traduccions.
 - o A través de publicacions de referència.
 - o Contacte permanent amb operadors de turisme cultural però també de turisme actiu i de descoberta.
 - o Amb líders d'opinió.
- Incorporar en el projecte de **Casa Empordà** una presentació de tota l'oferta de patrimoni cultural i artístic de l'Alt Empordà.
- **Crear experiències i productes pensats per diferents tipus de públic** en els què el patrimoni cultural tingui un paper destacable, però que es combini amb altres actius de la comarca (visites a cellers, turisme actiu, etc.)
- Fer **agendes conjuntes dels principals esdeveniments culturals i artístics** de la comarca i convertir-los en un element de comunicació de referència, a partir de la creació de dossiers professionals i la presentació en mitjans de comunicació i operadors especialitzats.
- Dissenyar **noves rutes temàtiques sobre els actius culturals** de la comarca.
- **Identificar operadors especialitzats en turisme cultural i artístic** per oferir-los per exemple estades de iniciació a la pintura, a la fotografia, aprofundiment en el coneixement de la història de l'art, etc.
- Analitzar a les **guies de touring de referència a nivell europeu** (Michelin, Repsol, etc.) la informació que contenen sobre l'oferta cultural de l'Alt Empordà a nivell de patrimoni, esdeveniments, museus, etc. per anar incorporant nous actius.

- Anar **associant les marques de qualitat cultural** (Dalí, Festivals de Música, ...) **i paisatgística** (Parcs Naturals, Badies més belles del món, ...) a tota l'oferta turística de la comarca.

5.9. Ecoturisme

La natura, i de forma més concreta, la manera en què l'activitat humana ha anat modelant un territori (paisatge) és un dels recursos turístics per excel·lència. Degut a l'evidència d'aquesta afirmació, podríem trobar molts exemples que ho il·lustren. Així per exemple, el World Resources Institute, institució no governamental dedicada a la recerca i protecció dels recursos naturals, afirmava que a principis del segle XXI, el turisme mundial creixia a un ritme del 4,3% anual, mentre que el turisme de natura ho feia entre un 10 i un 30%.

També l'Atlas de Turisme de Catalunya, en el capítol 1.3. dedicat als Espais naturals protegits indica que malgrat que la freqüentació dels espais naturals amb finalitat recreativa és antiga, ha estat al llarg dels darrers anys que s'ha popularitzat el turisme vinculat a la natura⁵.

L'ecoturisme és una forma ambientalment responsable de viatjar o visitar àrees naturals poc alterades amb l'objectiu de gaudir, apreciar i estudiar llurs atractius naturals i manifestacions culturals associades a través d'un procés que promou la conservació, té un impacte ambiental baix i propicia una implicació social i econòmica beneficiosa per a les poblacions locals.

Les activitats més habituals que s'associen a l'ecoturisme són:

- Observació de fauna silvestre: sobretot mamífers, ocells i alguns insectes vistosos (papallones). Dins d'aquest grup s'han arribat a definir segments específics com el turisme ornitològic o l'observació de cetacis. Dels recursos ecoturístics vinculats als animals salvatges, els ocells són els que tenen un atractiu més elevat a Catalunya.
- Observació de flora silvestre.
- Observació del fons marí.
- Exploració de coves.
- Visites a espais naturals protegits per contemplar-ne els paisatges.
- Senderisme.
- Safaris fotogràfics (o fotografia de natura).
- Estadies de voluntariat (o camps de treball) en espais naturals protegits.
- Ecoturisme científic: col·laboracions amb programes de recerca en el medi natural.

Relacionat amb les activitats turístiques en els espais naturals protegits, cal esmentar el projecte MEET – The Mediterranean Experience of Ecotourism avalat per la [IUCN](#) (Unió Internacional per a la Conservació de la Natura) en el marc d'un

⁵ En el capítol 3.5. corresponent a les Noves activitats turístiques i recreatives en el medi natural s'emfatitza aquesta afirmació, fent notar que *el medi natural s'ha consolidat en els darrers anys, com un dels principals espais turístics amb major creixement, no tan sols per l'atracció i la bellesa dels seus paisatges, sinó també pel fet que s'ha configurat com el millor escenari per a la pràctica de les noves activitats turístiques i recreatives*. Damià Serrano (2009).

projecte de cooperació europea ENPI CBCMED. Hi participen 10 països del Mediterrani tant del vessant nord (Europa) com sud (Nord d'Àfrica). Catalunya hi és present a través de la Direcció General de Medi Natural que ha agafat com a àmbit d'actuació els 3 Parcs naturals de l'Empordà. L'objectiu que es persegueix és millorar la sostenibilitat i racionalització en la distribució de l'activitat turística a la regió mediterrània.

Una de les característiques de la comarca és l'existència de 3 parcs naturals i 1 paratge natural d'interès nacional, situats en la franja costanera, amb característiques molt diverses i connectats entre ells a través de corredors ecològics i de xarxes de camins per a senderistes i cicloturistes.

D'aquesta manera a l'Alt Empordà un ecoturista pot gaudir de paisatges litorals terrestres i marins, com els del Cap de Creus i la Costa del Montgrí, de zones humides amb una ornitofauna abundant com els aiguamolls de l'Empordà, paisatges surers i de vinya que alberguen al mateix temps un patrimoni cultural molt notable, i molts altres.

A part de l'extensa xarxa de senders per recórrer a peu o en bici, com a oferta ecoturística específica, a l'Alt Empordà també trobem:

- Observació de cetacis a través de la iniciativa Ninam www.projecteninam.org;
- Rutes per descobrir orquídies a l'Empordà www.walkingcatalonia.cat;
- Excursions d'ecocaiac per la Costa Brava i el Cap de Creus, la desembocadura del Fluvià i la Costa del Montgrí;
- Itineraris de descoberta del medi marí, en snorkel a partir de l'aposta que ha fet el municipi de Llançà amb aquest producte;
- Excursions marítimes a la Costa Brava i al Cap de Creus;
- Submarinisme al Cap de Creus;

Així com les visites guiades i moltes altres activitats organitzades directament pels diferents parcs naturals.

Tot i això, no existeix una estratègia definida de promoció turística dels espais naturals protegits, en alguns casos per la manca de plans de gestió que delimitin la tipologia d'activitats a desenvolupar, la capacitat de càrrega, els equipaments de suport a la gestió de visitants, etc. Cap dels parcs de la comarca disposa de instruments de gestió turística com la Carta Europea del Turisme Sostenible en Espais Naturals Protegits (CETS) ni té el status de Reserva de la Biosfera que promou el programa MAB de UNESCO. En canvi molts dels parcs situats en àrees litorals de la costa mediterrània de França i Itàlia, disposen d'aquestes eines de gestió.

Pel que fa a instruments de promoció dels Parcs, es disposa de poc material de presentació del conjunt de parcs de Catalunya, de la Costa Brava, o de la comarca. Hi ha algun fulletó específic de cada parc, editat per la Direcció General de Medi Natural, que sovint no arriba als organismes responsables de la promoció turística.

Pel que fa a les pàgines web dels parcs, primen la informació sobre característiques del parc, reglamentació, etc. sobre la presentació del territori com un espai d'excel·lència per gaudir de la natura i de les activitats recreatives a l'aire lliure, com és el cas de la major part dels parcs europeus. Els continguts de les webs no estan traduïts, només en català i castellà i per tant, hi ha moltes limitacions per donar-los a conèixer en els mercats internacionals.

Principals esdeveniments relacionats amb l'activitat

Nom esdeveniment	Població	Data	Observacions
Festival de les Aus	Sant Pere Pescador P.N dels Aiguamolls de l'Empordà	Desembre	
Primavera creativa	Sant Pere Pescador - P.N dels Aiguamolls de l'Empordà	Abril	
Fem Musica- Festival de música i natura a l'Empordà	Als diferents espais protegits de la comarca	Desembre	
Espais Naturals de l'Empordà	Als diferents espais protegits de la comarca	Primavera i Tardor	Visites guiades i activitats d'educació ambiental

Mercats

Segons l'enquesta elaborada per Turisme de Catalunya "La imatge turística de Catalunya", realitzada entre els anys 2005 i 2006, el turisme de natura (en el qual s'integra l'ecoturisme) era el quart producte que definia Catalunya segons els turistes, per darrere del sol i platja, el turisme cultural i el turisme de ciutat. A més, segons l'enquesta la natura és el segon aspecte més ben valorat –després de la cultura– pel turista que visita el nostre país.

A tot Europa, els productes relacionats amb el turisme de natura i el senderisme estan creixent de forma molt notable. Per citar alguns exemples, ens podem referir a Alemanya on segons la revista Wandermagazin, "el senderisme està de moda" i ho practiquen més de 40 milions d'alemanys.

A França, la Fédération Française de la Randonnée Pédestre qualifica el senderisme com la principal activitat d'oci a l'aire lliure, amb més de 15 milions de practicants.

Al Regne Unit hi ha entitats com ara el National Trust, que té més de 3,5 milions de socis i 43.000 voluntaris que contribueixen a la conservació d'una bona part del patrimoni històric, natural i paisatgístic del país. També hi trobem la Royal Society for Protection of Birds amb més de 100 anys d'història, que té 1 milió d'afiliats i gestiona més de 200 espais naturals protegits.

Es pot afirmar per tant, que per a molts ciutadans europeus passejar, descobrir nous espais naturals i culturals, estar en contacte amb la gent del territori i/o consumir productes autòctons, forma part del seu estil de vida i és una part indissoluble de l'activitat de lleure.

*En aquesta línia, s'està desenvolupant a Europa una indústria turística molt important relacionada amb la descoberta dels espais naturals i culturals, que promou comportaments de visita cada cop més responsables amb l'entorn. És el cas de l'associació alemanya *forum anders reisen* amb més de 140 agències de viatges adherides i 110.000 clients.⁶*

Punts forts i febles

PUNTS FORTS

- Contribueix a conservar el patrimoni natural i cultural dels indrets que es visiten.
- Contribueix a millorar la qualitat de vida de les poblacions locals, incloent-les en els processos de planificació i promou que siguin empreses petites i de propietat local les que es beneficiïn dels ingressos que se'n deriven.
- Procura reduir al màxim els impactes negatius sobre l'entorn natural i respecta la cultura i les tradicions locals.
- Inclou elements interpretatius i educatius per informar i conscienciar els turistes sobre la necessitat de conservar la natura, la biodiversitat i el patrimoni cultural associat.
- La comarca de l'Alt Empordà compta amb una gran diversitat de patrimoni natural i es concentra en un àmbit territorial relativament petit. Compta així mateix amb 4 espais naturals protegits.
- L'existència d'aquesta superfície protegida tan important representa un gran actiu de màrqueting territorial per al conjunt de l'activitat turística del territori, tant per al turisme actiu com per el de sol i platja, com a forma de diferenciar-se de destins convencionals.
- La comarca disposa d'una oferta d'allotjament important –que inclou així mateix establiments de turisme rural– i amb una xarxa de camins extensa, alguns dels quals permeten la connexió entre tots aquests espais naturals.
- Tendència a la sensibilització ambiental creixent i al progressiu augment de la demanda de visitar i conèixer espais naturals de qualitat.
- Les activitats turístiques en els espais naturals protegits es realitzen al llarg de tot l'any i per tant ajuden a desestacionalitzar la temporada.

PUNTS FEBLES

⁶ Estratègia de turisme de natura a Catalunya vinculat als espais naturals protegits
www.gencat.cat/diue/doc/doc_89197026_1.pdf

- L'ecoturisme no està encara suficientment associat a la imatge turística de Catalunya i Costa Brava.
- Falta material de suport a la promoció dels espais naturals protegits i la seva integració en els portals turístics (traduccions, fulletons de presentació conjunta de la xarxa de parcs, guies, etc.)
- L'afluència massiva a alguna de les activitats pròpies de l'ecoturisme pot fer necessàries mesures de regulació dels visitants per minimitzar-hi l'impacte ambiental i paisatgístic i per evitar sobrepassar la capacitat de càrrega dels corresponents ecosistemes.
- No hi ha instruments de gestió de l'activitat turística en els espais naturals protegits com per exemple la Carta Europea del Turisme Sostenible.
- Els incendis forestals, el canvi climàtic o el despoblament d'algunes zones rurals, podrien esdevenir serioses amenaces per al futur dels recursos ecoturístics.

Propostes d'actuació

- **Reforçar la informació i comunicació:**
 - o A través de la web de www.empordaturisme.cat i també de les de la xarxa de Parcs Naturals de Catalunya.
 - o A través de publicacions de referència, a nivell de cada Parc, de comarca i en el seu conjunt.
 - o Contacte permanent amb operadors d'ecoturisme i turisme actiu.
 - o Contacte amb líders d'opinió.
- Promoure la implantació de la **Carta Europea del Turisme Sostenible** als parcs naturals de la comarca per assegurar un desenvolupament turístic responsable a l'entorn d'aquests espais, en el què les empreses hi estiguin també implicades.
- **Incorporar informació dels espais naturals protegits de la comarca** (tipologia dels espais, nombre d'hectàrees protegides, valors ambientals i paisatgístics, ...) com un dels seus principals actius en la comunicació i promoció turística.
- **Potenciar les rutes** en cotxe, a peu, en bicicleta i per mar, **que connecten els parcs naturals.**
- Continuar la **campanya de promoció conjunta d'activitats que s'organitzen als Parcs Naturals** (visites guiades, educació ambiental, concerts, esdeveniments, ...)

6. FONTS DE FINANÇAMENT PER A LA DINAMITZACIÓ TURÍSTICA DELS TERRITORIS: NOU PERÍODE COMUNITARI I PLA DE FOMENT DEL DEPARTAMENT D'EMPRESA I OCUPACIÓ

L'any 2013 ha estat clau en la configuració del nou període comunitari 2014-2020. A partir de l'aprovació del pressupost global, la Comissió Europea ha anat treballant en els nous programes que implementaran el seu pressupost els propers anys.

Davant la falta d'informació concreta de les característiques dels programes que més aplicabilitat tenen en el desenvolupament local i la dinamització turística dels territoris -ja que estan en una fase de conceptualització- s'ha incorporat en aquest document informació de base que permet anar seguint les directrius que marcaran aquest nou període, amb el compromís de que al llarg del 2014 s'anirà informant de les convocatòries que sorgeixen i de la documentació específica dels Fons Europeus.

El 20 de març de 2014 es van celebrar les jornades EU Funding For Tourism a Brusel·les en que s'explicava les possibilitats de finançament de projectes turístics en els diferents programes com ara Life+, FEDER, Cooperació Territorial Europea, Fons Social Europeu, Erasmus+, etc. DCB Turisme i Desenvolupament Local va participar i s'adjunta la documentació lliurada a l'annex 5.

S'han fet gestions així mateix amb responsables de l'entitat encarregada de la gestió dels programes INTERREG V transfronterer Espanya-França-Andorra i s'espera poder tenir més dades a partir d'abril 2014. Entre les accions a decidir hi ha la selecció de 4 eixos prioritaris per aquests projectes, a partir dels 11 que ha fixat la Comissió Europea per aquest període i que es relacionen més endavant.

De totes maneres, el turisme serà probablement un dels eixos prioritaris a escollir.

Una altra gestió realitzada durant aquest període ha estat el contacte amb algunes organitzacions susceptibles de poder treballar conjuntament en la redacció d'un projecte comú en el marc dels programes de Cooperació Territorial Transfronterera, INTERREG. És el cas de l'associació País Pirineus Mediterrani que, tal com s'ha explicat en l'apartat 4.1. agrupa 58 municipis de la Catalunya Nord seguint un "Schéma d'Aménagement" molt similar a les actuacions previstes en el projecte Empordà. Són així mateix partners de PIRINEXUS, l'anella cicloturística que uneix la demarcació de Girona i el sud de França.

D'altra banda, i pel que fa al finançament de projectes turístics a nivell de Catalunya, la nova reglamentació de l'impost sobre les estades en establiments turístics, que es coneix com a "taxa turística" comença a tenir una rellevància molt destacable.

En l'apartat 6.2. es presenta un resum de la convocatòria de subvencions per a ens locals de Catalunya en el desenvolupament de plans de foment territorial del turisme aprovada a final de desembre del 2013, i les directrius que marquen les actuacions que poden fer els ens locals, amb els recursos provinents del 30% dels ingressos obtinguts en els seus territoris.

A l'annex s'incorporen ambdós documents.

6.1. Nou període comunitari 2014-2020

El nou període comunitari segueix les directrius de l'**ESTRATÈGIA EUROPA 2020** que a mode de resum es focalitza en:

- Creixement intel·ligent sostenible i integrador pels països de la Unió Europea.
- Els estats han de donar prioritat a recolzar despeses que generin desenvolupament econòmic:
 - o Educació
 - o Recerca
 - o Innovació
 - o Energia
- El 20% del pressupost de la UE 2014-2020 ha d'anar adreçat als objectius del canvi climàtic.

La informació que es presenta a continuació es centra en el què s'ha anomenat Marc Estratègic Comú (Common Strategic Framework 2014 to 2020 -CSF)

El document de referència utilitzat ha estat el *DOCUMENTO DE TRABAJO DE LOS SERVICIOS DE LA COMISIÓN. Elementos relativos a un Marco Estratégico Común de 2014 a 2020 para*

*el Fondo Europeo de Desarrollo Regional,
el Fondo Social Europeo,
el Fondo de Cohesión,
el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural,
y el Fondo Europeo Marítimo y de Pesca*

Per descarregar el document complet:

Part

1: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/working/strategic_framework/csf_part1_es.pdf

Annexos (Objectius Temàtics i Prioritats de la Cooperació):

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/working/strategic_framework/csf_part2_es.pdf

A final d'any 2013, concretament el 20 de desembre van publicar-se els nous reglaments dels Fons estructurals i la legislació de la Política de Cohesió 2014-2020.

Tot i això, tal com s'ha comentat, encara està en fase de treball el desplegament dels programes de Cooperació Territorial que més poden interessar, concretament els programes INTERREG transfronterer Espanya-França-Andorra i els programes transnacionals MED i SUDOE.

El calendari previst en aquest procés de implementació del nou període comunitari és el següent:

4rt trimestre 2013	Aprovació del marc financer Aprovació Reglaments fons estructurals
1r trimestre 2014	Aprovació acord d'associació per a l'estat espanyol
2n-3r trimestre 2014	Aprovació programes operatius de Catalunya
3r-4rt trimestre 2014	Aprovació programes operatius de Cooperació Territorial
4r trimestre 2014-2015	Primeres convocatòries de programes

MARC ESTRATÈGIC COMÚ 2014 – 2020

El **Marc Estratègic Comú** (MEC) és el marc que regeix la Estratègia Europa 2020, que té la finalitat d'estimular un ***creixement intel·ligent, sostenible i integrador*** pels països de la Unió Europea.

Europa ha de fer que la seva economia torni a la senda del creixement sostenible. Els programes **FEDER** (Fons Europeu de Desenvolupament Regional), **FSE** (Fons Social Europeu), **FC** (Fons de Cohesió), **FEADER** (Fons Europeu Agrícola de Desenvolupament Rural) i **FEMP** (Fons Europeu Marítim i de la Pesca) persegueixen objectius complementaris i la seva gestió és compartida entre els Estats membres i la Comissió.

Són la principal font d'inversió per ajudar els Estats a restablir el creixement i garantir una recuperació que generi un desenvolupament sostenible.

El Reglament que regeix els cinc fons preveu una coordinació més efectiva per aconseguir:

- Una concentració de recursos en els objectius de Europa 2020
- La simplificació mitjançant una planificació i uns mecanismes d'execució més coherents
- Una major atenció als resultats (indicadors clars i mesurables)
- L'harmonització en les normatives de subvencions i una pròrroga d'opcions de costos simplificats.

Segons l'Estudi Prospectiu Anual sobre el Creixement del 2012, els Estats membres haurien de donar prioritat a les despeses que generin creixement, com l'educació, la investigació, la innovació i l'energia. També s'ha de prestar atenció a mantenir o potenciar la cobertura i eficàcia dels serveis de promoció laboral i les polítiques actives del mercat de treball, amb atenció especial a l'atur juvenil així com facilitar l'accés de les PIME's al finançament.

Almenys el 20% del pressupost de la UE pel període 2014-2020 ha d'assignar-se a complir els objectius del canvi climàtic.

OBJECTIUS DELS DIFERENTS FONDS

FEDER	<p>El programa FEDER és el que incorpora majors novetats. Es finançaran inversions productives en infraestructures de serveis bàsics al ciutadà, infraestructures educatives i sociosanitàries, i per la millora del potencial endogen de les regions.</p> <p>Els projectes de l'àmbit del patrimoni cultural i natural o el turisme continuaran sent elegibles. En aquest programa s'ha reservat una partida específica que es destinarà a accions innovadores.</p>
Fons de Cohesió	Es centren en la millora del medi ambient i el desenvolupament sostenible.
Fons Social Europeu	<p>Té 4 objectius:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promoció de l'ocupació i suport a la mobilitat laboral • Inversions en educació, competències i aprenentatge permanent • Promoció de la integració social i lluita contra la pobresa • Augment de la capacitat institucional i efectivitat de l'administració pública <p>El 20% del pressupost del FSE s'adreça a la integració social, iniciativa de lluita contra l'atur juvenil (acord Consell Europeu febrer 2013) amb 6.000 milions d'euros. Es destinen a Espanya, 1.800 milions.</p> <p>Suport general i específic per la igualtat de gènere i la no discriminació.</p>
FEADER	<p>6 prioritats de desenvolupament rural:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la transferència de coneixement i innovació en els sectors agrari, silvícola i a les zones rurals • Millorar la competitivitat de tots els tipus d'agricultura i la viabilitat de les explotacions • Fomentar l'organització de la cadena de distribució d'aliments i la gestió de riscos en el sector agrari • Restaurar, preservar i millorar els ecosistemes dependents de l'agricultura i la silvicultura • Promoure l'eficiència dels recursos • Fomentar la inclusió social, la reducció de la pobresa i el desenvolupament econòmic a les zones rurals
FEMP	Foment de la viabilitat i competitivitat en la pesca i aquicultura, i diversificació cap a altres sectors marítims.

El FEDER i el FSE beneficiaran a totes les regions europees, mentre que el Fons de Cohesió només s'adreçarà als Estats membres amb un Producte Nacional Brut inferior al 90% de la mitjana de la Unió Europea.

NOVETATS PREVISTES PER AL NOU PERÍODE COMUNITARI:

DESENVOLUPAMENT LOCAL PARTICIPATIU

El desenvolupament local participatiu (basat en la experiència dels LEADER) pot complementar i millorar la formulació de polítiques públiques dels Fons del Marc Estratègic Comú.

L'objectiu és augmentar l'eficàcia i eficiència de les estratègies de desenvolupament territorial, delegant el procés de presa de decisions i execució a una associació local d'agents públics, privats i societat civil.

INVERSIONS TERRITORIALS INTEGRADES (ITI)

Instrument que estableix la possibilitat d'establir acords per més de un eix prioritari o programes operatius. El finançament de varis eixos i programes prioritaris pot agrupar-se en funció d'un territori o d'una àrea funcional determinada.

OPERACIONS INTEGRADES

A diferència d'ara, les operacions poden rebre el suport de un o més Fons del Marc Estratègic Comú i altres instruments de la UE, a condició de no finançar dos vegades una mateixa partida.

PLANS D'ACCIÓ CONJUNTS

Són nous tipus d'operacions integrades realitzades per mitjà d'un enfocament basat en resultats amb la finalitat d'aconseguir objectius específics coordinats entre els estats i la Comissió.

Els principals reptes que ha d'afrontar la Unió Europea –globalització, canvi demogràfic, degradació del medi ambient, migració, canvi climàtic i utilització de l'energia, així com la necessitat de fer front a les conseqüències econòmiques i socials de la crisi- tindran repercussions diferents segons les regions. I aquests reptes sovint transcendeixen les fronteres nacionals.

Una resposta eficaç exigeix una acció de cooperació conjunta i l'adequat intercanvi de coneixements a nivell territorial. Aquesta actuació ha de ser recolzada tant pel FEDER com pel FSE. Es creu necessari concentrar els recursos del FEDER i garantir la coordinació amb altres programes finançats per la UE.

També es proposa prestar atenció a abordar els reptes transfronterers de les regions ultraperifèriques i amb poca densitat de població.

OBJECTIUS TEMÀTICS DEL NOU PERÍODE COMUNITARI

S'han definit 11 objectius temàtics prioritaris per aquest període, dels quals cada un dels programes apostarà pels més adequats als objectius que persegueix.

Els objectius 1 al 7 es corresponen prioritàriament als programes FEDER i els 8 al 11, al Fons Social Europeu.

Objectius temàtics 2014-2020:

1.	Enfortiment de la recerca, el desenvolupament tecnològic i la innovació. Foment de la innovació i el coneixement en àrees rurals, a través de la cooperació entre els sectors agrícoles, alimentari, silvícola i altres sectors, i la creació de clústers i xarxes.
2.	Millora de l'accés, l'ús i la qualitat en les tecnologies de la informació i comunicació. Aplicable tant a l'administració i e-Govern, com a les aplicacions que fomentin la sostenibilitat i el desenvolupament rural. Les accions han de tenir per objectiu la millora de la capacitat dels individus, el reforçament de la competitivitat i l'eficiència de les administracions públiques i les empreses, l'augment de l'atractivitat de les regions davant altres àrees del món, la prevenció de la deslocalització de l'activitat econòmica i el despoblament de les àrees menys desenvolupades.
3.	Millora de la competitivitat de les PIMES, i el sectors agrícola i aquícola. Entre d'altres accions inclou el desenvolupament de nous models de negoci, noves cadenes de valor i organització del màrqueting per facilitar la internacionalització, així com el desenvolupament de les PIMES en àrees emergents d'Europa i noves formes de turisme i de serveis i productes innovadors vinculats a l'envelliment de la població. També inclou la integració dels productors del sector primari en les cadenes de comercialització d'aliments, i la promoció de mercats locals.
4.	Suport al canvi cap a una economia menys dependent del carbó en tots els sectors.
5.	Promoció de l'adaptació al canvi climàtic i la prevenció de riscos.
6.	Protecció del medi ambient i promoció de l'eficiència de recursos. Inversions en infraestructures verdes, inclosos els espais Natura 2000 i altres territoris, per promoure la protecció i restauració de la biodiversitat i els serveis ecosistèmics, com la protecció contra focs o contra inundacions. També inclou la diversificació de les economies locals protegint i millorant el patrimoni cultural i els paisatges.
7.	Promoció del transport sostenible i eliminació de colls d'ampolla a punts clau de la xarxa de transports.

	Inclou la mobilitat sostenible, integrada i accessible per reduir emissions de gasos d'efecte hivernacle, a través de plans de transport urbà, incloent la promoció del transport públic i l'ús de la bicicleta.
8.	Promoció del treball i la mobilitat laboral Entre d'altres, accions d'adaptació de treballadors, empreses i emprenedors al canvi desenvolupant serveis de suport, com el coaching, dissenyant i implementant nous llocs de treball innovadors, o facilitant la diversificació del sector agrícola i els llocs de treball no agrícoles en àrees rurals.
9.	Promoció de la inclusió social i lluita contra la pobresa.
10.	Inversions en educació, competències i formació continua.
11.	Millora de la capacitat institucional i de l'eficiència de l'administració pública.

En el cas dels FEDER, es parla que la distribució dels recursos anirà orientada segons els percentatges següents:

- Objectiu 1 (Recerca i innovació) i 3 (competitivitat de les empreses) – aprox. 60%
- Objectiu 6 (Eficiència energètica i energies renovables) – aprox. 20%
- El restant 20% distribuït entre els objectius 2, 4, 5 i 7.

COOPERACIÓ TRANSFRONTERERA, TRANSNACIONAL I INTERREGIONAL EN ELS PROGRAMES FEDER

Les àrees transfrontereres que comparteixen característiques geogràfiques importants (com llacs, rius o muntanyes) han de promoure una gestió conjunta per la promoció dels seus recursos, la protecció de la biodiversitat i els serveis ecosistèmics, el desenvolupament integrat de la gestió dels riscos naturals, la prevenció i gestió de la protecció per inundacions i la defensa de la costa.

Es parla d'enfortir els serveis al mercat de treball transfronterer per fomentar la mobilitat dels treballadors entre països.

La cooperació interregional ha de promoure l'intercanvi d'experiències entre regions i ciutats per promoure el disseny i la implementació de programes operacionals, concretament a través de la creació de clústers innovadors.

FONS ESTRUCTURALS – Cooperació Territorial Europea

Estan previstos els següents programes en els que l'Empordà podria participar:

- Cooperació transfronterera Espanya-França-Andorra POCTEFA
- Cooperació transnacional Sud-Oest Europeu SUDOE

- Cooperació transnacional Mediterrani MED

Altres programes són:

- Cooperació interregional URBACT
- Cooperació interregional INTERREG EUROPA

WEBS DE CONSULTA SOBRE EL NOU PERÍODE DE PROGRAMACIÓ COMUNITÀRIA 2014-2020 I PROGRAMES D'AJUTS VIGENTS.

Nou període programació 2014-2020 de la Unió Europea

Comissió Europea: http://ec.europa.eu/index_es.htm

Representació de la Comissió Europea a

Barcelona: http://ec.europa.eu/spain/barcelona/index_ca.htm

Europa 2020: http://ec.europa.eu/europe2020/index_es.htm

Blog del director de la representació de la Comissió Europea a Espanya

http://ec.europa.eu/spain/blog/index_es.htm

Programes d'ajuts

Programes de Cooperació Territorial Europea:

POCTEFA

<http://www.poctefa.eu/arboli/index.jsp?id=d6c275d5ebd1c3d360465fe70c1e5b7a>

MED

www.programmemed.eu/en/the-programme/programming-2014-2020.html

SUDOE

www.interreg-sudoe.eu/ESP/d/172/El-Programa-SUDOE/SUDOE-2014-2020

Guia d'Ajuts de la Unió Europea: www.gaue.info/

Diputació de Barcelona: www.diba.es/web/subv/

Diputació de Girona:

www.ddgi.cat/web/home.seam.jsessionid=2f2e335bf85980cbe8cd5486a70f?nivellId=384&cid=825329&categoriaId=276

SOC – Servei d'Ocupació de

Catalunya: www.oficinadetreball.cat/socweb/opencms/socweb_ca/empreses/prog_desenv_local/2013/index.html

Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya

<http://www20.gencat.cat/portal/site/empresaocupacio/menuitem.347153a44635ea01a6740d63b0c0e1a0/?vgnnextoid=3f28045e4fbe8310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=3f28045e4fbe8310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default>

Grups LinkedIn:

EU Funds: http://www.linkedin.com/groups?gid=2479598&trk=myg_ugrp_ovr

EU MED Programme Official Group: http://www.linkedin.com/groups/EU-MED-Programme-Official-Group-2464874?trk=myg_ugrp_ovr

EU Project Partners Search: http://www.linkedin.com/groups/EU-Projects-Partner-Search-2842114?trk=myg_ugrp_ovr

European Community Grant: http://www.linkedin.com/groups/EU-Projects-Partner-Search-2842114?trk=myg_ugrp_ovr

Articles i blogs d'interès

La política de cohesió de la Unió Europea 2014-2020: oportunitats pels governs locals en un context de dificultat.

Xavier Tiana, expert en polítiques i fons de la Unió Europea i cap de l'Oficina de Cooperació Europea de la Diputació de Barcelona. Publicat a [P3T: Politics and Territories](#).

Blog de Ricardo Pedraz, expert en polítiques europees.
<https://ueprogramacion2014.wordpress.com/2013/04/08/la-programacion-espanola-2014-2020-de-fondos-europeos-i/>

6.2. Pla de Foment Turístic del Departament d'Empresa i Ocupació

L'Impost sobre les Estades en Establiments turístics va ser aprovat pel Parlament de Catalunya per la Llei 5/2012, del 20 de març de mesures fiscals, financeres i administratives i de creació de l'impost sobre les estades en establiments turístics.

Es tracta d'un tribut propi del govern català que es va començar a aplicar l'1 de novembre del 2012. L'argument per la seva posta en marxa es defineix com una via a través de la qual es generen ingressos que han de permetre consolidar i seguir potenciant Catalunya com a destinació de primer ordre i de referència a nivell estatal, europeu i mundial, similar al què ja està vigent a d'altres països.

L'impost s'aplica a tots els establiments turístics, amb un màxim de 7 unitats d'estada per persona. La tarifa que correspon als establiments de fora de la ciutat de Barcelona és de 0,45 euros per persona i nit, de 0,90 euros, en cas de hotels de 4* i de 2,25 euros per als de 5*.

Amb la recaptació obtinguda es nodreix un Fons per al Foment del Turisme que *neix com a mecanisme estable de finançament de les polítiques turístiques de Catalunya*.

Els recursos econòmics del Fons s'han de destinar a projectes o actuacions que persegueixin els objectius següents:

- La promoció turística de Catalunya
- L'impuls del turisme sostenible, responsable i de qualitat, i la protecció, preservació, recuperació i millorament dels recursos turístics.
- El foment, la creació i el millorament dels productes turístics.
- El desenvolupament d'infraestructures relacionades amb el turisme.

L'Ordre EMO/339/2013 de 23 de desembre aprova la primera convocatòria adreçada als ens locals de Catalunya per al desenvolupament de plans de foment territorial del turisme, i per tant correspon a una part del 70% de la recaptació que gestiona el Departament d'Economia i Empresa. A l'annex es troba l'Ordre esmentada.

S'hi destina a aquesta convocatòria d'ajuts un total de 6.455.000 €. Els projectes a presentar han de ser de com a mínim 450.000 € IVA inclòs, subvencionables amb un màxim del 60% del total. La quantia màxima de la subvenció per cada projecte no ha de ser superior a 600.000 euros IVA inclòs.

Les actuacions s'han d'haver iniciat a partir del 1 de juliol de 2013 i hauran d'estar finalitzades el 31 d'octubre de 2015.

Les actuacions –dins d'un únic projecte consolidat- que es determinen com a subvencionables són:

- a) La construcció d'aparcaments dissuasius i altres projectes que millorin la mobilitat en l'espai turístic de referència.
- b) La millora de l'accessibilitat als recursos turístics.
- c) La millora de la senyalització turística urbana.

- d) Les actuacions que comportin una millora del nucli urbà de les poblacions, així com la recuperació d'espais públics que redundi en una millora de la qualitat de la destinació.
- e) Les noves instal·lacions o la millora dels equipaments, les instal·lacions i els serveis públics municipals que constitueixen requisits necessaris per a l'obtenció de les marques de destinacions de turisme esportiu o familiar (certificats o en procés).
- f) Les inversions destinades a la millora de l'eficiència energètica, amb una finalitat clarament turística, i les inversions en infraestructures tecnològiques orientades a l'assoliment d'un model de destinació turística intel·ligent.
- g) La implantació d'un projecte turístic innovador que serveixi de dinamització d'un territori concret i que diversifiqui i desestacionalitzi l'oferta existent.

Pel que fa al 30% restant de la recaptació del Fons, la seva gestió s'atribueix als ajuntaments o bé, en cas que no s'assoleixi un import anual de 6.000 euros, per al Consell Comarcal.

Per aquesta partida destinada a les administracions locals, s'han publicat unes directrius per al 2014 que marquen la tipologia de despesa que els ajuntaments o consells comarcals poden imputar, que s'adjunta així mateix a l'annex.

Aquestes directrius es focalitzen en:

1. Suport als segells de la destinació: Destinació Turisme Familiar, Destinació Turisme Esportiu, Turisme Sènior, Turisme Accessible.
2. Millora de l'experiència turística del visitant a les Oficines d'Informació Turística.
3. Pla de formació en idiomes, en atenció al client i en prestació dels serveis, amb l'objectiu d'assolir l'excel·lència.
4. Millora de l'experiència turística estimulants la creació de nou producte turístic sobre la base dels recursos turístics de la destinació.
5. Aplicació de les tecnologies de la informació i les comunicacions a la millora de l'experiència turística.
6. Millora de la senyalització turística de la destinació.
7. Priorització de la captació de turisme interior, afavorint que el català faci turisme a les destinacions catalanes.
8. Pla de captació de mercats de la resta de l'estat i de mercats internacionals en coordinació amb el pla d'actuacions de l'Agència Catalana de Turisme

7. PLA D'ACCIÓ

Antecedents

L'activitat de dinamització turística a la comarca del Alt Empordà té una llarga trajectòria i s'ha caracteritzat en els últims anys per la seva capacitat de treballar a diferents escales territorials, aprofitant la seva situació geogràfica -entre els Pirineus i el mar-, la pertinença a la marca turística Costa Brava el reconeixement que té la plana de l'Empordà com un espai amb una alta qualitat de vida, pels seus recursos naturals, culturals, paisatgístics, etnològics, gastronòmics, etc.

També per la capacitat que han tingut els organismes de dinamització turística de la comarca de cooperar amb iniciatives de caràcter transversal promogudes conjuntament amb altres territoris veïns.

Entre les diferents iniciatives que han marcat aquesta manera de treballar, cal destacar:

- El Pla Estratègic del turisme rural de la comarca dut a terme el 2003. A partir de les seves recomanacions es va crear una associació mixta públic-privada: AAET (Associació Alt Empordà Turisme) que ha permès promoure i comercialitzar productes adreçats a la valorització dels recursos de la comarca.

Durant l'any 2009, l'Associació va portar a terme un procés de reflexió interna per millorar el seu funcionament, ampliar la seva representativitat en el conjunt del territori i fer-la més participativa. Aquest procés va obtenir resultats notables pel que fa a la captació de nous associats a títol individual però també a nivell de institucions i d'associacions privades, com l'Associació de Càmpings de Sant Pere Pescador o l'Associació d'Hosteleria de l'Alt Empordà.

Així mateix, per implicar els sectors clau del teixit turístic de la comarca, es van crear sistemes de participació directa entre els agents turístics (empreses, ajuntaments, oficines de turisme, Denominacions d'Origen, etc.)

- El projecte Itinerànnia, que ha identificat i marcat una xarxa integrada de camins que uneixen –com si fos una xarxa vial de carreteres- les poblacions, l'oferta turística i els centres d'interès de les comarques del Ripollès, la Garrotxa i l'Alt Empordà. En total, hi ha senyalitzats més de 2.500 quilòmetres.

El projecte es va presentar “oficialment” al Palau Robert de Barcelona el mes de desembre de 2008, un cop acabada la fase de senyalització.

Així mateix, entre les activitats de senderisme a la comarca, trobem una de les rutes més reconegudes pels operadors turístics de França i Regne Unit. Es tracta de Cotlliure-Cap de Creus que en alguns casos, s'estén fins al Baix Empordà a través del Montgrí i les Gavarres.

- La marca de garantia Empordà, impulsada pels Consells Comarcals de l'Alt i Baix Empordà, que té com a objectiu posar en valor els productes agroalimentaris i de la enogastronomia.

Les pròpies Denominacions d'Origen del vi i oli Empordà afecten les dues comarques; els dos Consells Comarcals estan treballant de forma molt activa en la promoció dels productes amb marca de garantia Producte de l'Empordà (cebes de Figueres, bunyols de l'Empordà, botifarra dolça, etc.)

En aquest àmbit cal destacar l'aposta més recent de promoció de l'enoturisme a partir del Pla d'Enoturisme Empordà 2012-2017 i les rutes enoturístiques "Empordà, camins de vi".

- El treball conjunt amb el Consell Comarcal del Baix Empordà, a través del projecte "Estratègia per a la valorització dels recursos territorials de l'Empordà" realitzat el 2009, de sumar esforços per posar en valor el territori que configuren les dues comarques, com un destí turístic de referència dins la marca Costa Brava, aprofitant la imatge de prestigi i de qualitat de vida que té l'Empordà en alguns dels mercats més propers.

El projecte es va concretar en donar suport a la creació de productes turístics de caràcter transversal vinculats a la descoberta dels territoris i els seus principals actius i pensats per enriquir les estades ja tradicionals, (vacances de sol i platja) per tal de fidelitzar els visitants actuals, augmentar el seu nombre i allargar els períodes d'estada. D'altra banda, crear nous productes vinculats al turisme actiu i a la descoberta dels valors naturals, culturals, etnològics i gastronòmics del territori.

En aquesta línia cal destacar la cooperació que hi ha hagut entre els equips tècnics dels dos Consells Comarcals i de les àrees de turisme dels ajuntaments, en la creació de tota una sèrie de continguts que estaven previstos en aquest document d'Estratègia.

Entre ells, destaca l'edició d'un mapa turístic del conjunt de l'Empordà (ja existent) i la realització d'estudis conjunts de dinamització de l'enoturisme i del patrimoni medieval, amb anàlisi de mercats i propostes d'actuacions, acostant-lo als operadors turístics nacionals i europeus.

En el Pla d'Actuacions 2014, s'incorpora per exemple la preparació del dossier professional Empordà, de presentació del conjunt del territori, l'edició de fulletons i continguts informatius complementaris a les dues comarques com és el cas del fulletó "Cales i Camins de Ronda", el propi projecte d'enoturisme o la creació d'un fulletó promocional amb itineraris que posin en valor tot el patrimoni medieval de l'Empordà, per realitzar en cotxe.

En aquesta mateixa línia, es troba la iniciativa de conceptualització de la Marca Empordà en base a un conveni entre l'Ajuntament de Figueres, els Consells Comarcals de l'Alt i Baix Empordà i la Universitat de Vic.

- El projecte Pirinexus, promogut pel Consorci de les Vies Verdes, una ruta circular per a ciclistes i senderistes que uneix la regió de Girona i la Catalunya del Nord. En total té 353 km de recorregut, passa per cinquanta-tres poblacions i vuit comarques diferents: Rosselló, Vallespir, Ripollès, Garrotxa, Gironès, Selva, Baix i Alt Empordà. Aquest itinerari —identificat amb una senyalització específica— combina traçats de vies verdes, rutes cicloturístiques sobre camins rurals i alguns trams de carretera poc transitats. De fet, alguns dels seus trams coincideixen amb la ruta europea EuroVelo 8, que uneix la costa Mediterrània des de Grècia fins al sud d'Espanya.
- Les diferents iniciatives d'àmbit local i supralocal per estimular l'activitat turística que estan promovent diversos municipis de la comarca, a nivell individual o col·lectiu. En són bons exemples la incorporació de la Badia de Roses al Club de les Badies més belles del món, la promoció del Camí Natural de la Muga, la Via Pirena, el Consorci Terra de Pas així com el Pla de Màrqueting encarregat per l'Ajuntament de Roses, el Pla de Dinamització Turística de l'Ajuntament de Llançà, el desenvolupament del producte Pescaturisme a través de l'Estació Nàutica de Roses, etc.

També els diferents plans de desenvolupament del turisme cultural de l'Ajuntament de Figueres o els programes de dinamització turística de municipis com ara Sant Pere Pescador, Peralada, Vilabertran, Vilamaniscle, ...

Tal com es desprèn de tots els punts anteriors, la comarca té al davant importants reptes pel seu desenvolupament turístic que li han de permetre consolidar-se com un destí de referència en els mercats més tradicionals vinculats al litoral però al mateix temps, aprofitar el conjunt d'atractius de què disposa per reequilibrar l'activitat turística en el conjunt del territori.

Es tracta per tant de saber quin és el paper que ha de jugar la comarca i de quina manera s'ha d'organitzar davant totes aquestes iniciatives a fi d'assegurar el seu aprofitament com un instrument clau de desenvolupament local, de creació d'ocupació i de noves oportunitats laborals.

Per això, es proposa que els eixos de treball d'aquest Pla d'Acció s'estructurin sota els següents paràmetres que esdevenen alhora, les seves línies estratègiques.

Aposta per la sostenibilitat

Els estudis i informes de prospectiva turística d'organismes internacionals com ara l'Organització Mundial del Turisme (2011), OCDE (2010) o World Travel and Tourism Council (2011) emfatitzen que la qualitat, el desenvolupament sostenible, les noves tecnologies i l'economia del coneixement són alguns dels factors clau que marcaran la competitivitat dels destins turístics en el futur. En aquesta mateixa línia s'estructura el Pla Estratègic de Turisme de Catalunya i Directrius nacionals de turisme 2020.

Una altra dada indicativa a tenir en compte en l'evolució de les pautes de consum dels mercats dels països més desenvolupats, és el creixement d'un perfil de consumidors que es defineixen com LOHAS (Life Style of Health and Sustainability). És a dir que les pautes que regeixen el seu estil de vida es basen en la salut, la sostenibilitat, la justícia social i el foment del desenvolupament personal. Es calcula, que entre un 13% i un 19% dels consumidors d'Estats Units (41 milions de ciutadans) s'inclourien en aquest segment.

Un dels indicadors més clars d'aquesta preocupació de caràcter més ambiental és el que està relacionat amb la problemàtica dels gasos d'efecte hivernacle que fa que cada vegada més ciutadans sobretot de grans conurbacions urbanes, primin models de vida i de transport més sostenibles.

Aquest és un mercat en creixement que a més, per la seva estructura sociocultural, pot donar una valoració molt alta a una part important dels actius turístics de l'Empordà com és el cas de la sensibilitat pel paisatge, el patrimoni i per la gran quantitat d'oferta cultural existent, per l'accessibilitat a través de transport públic de baix impacte en emissions com és el tren, per la qualitat dels productes locals o per la qualitat de vida en general.

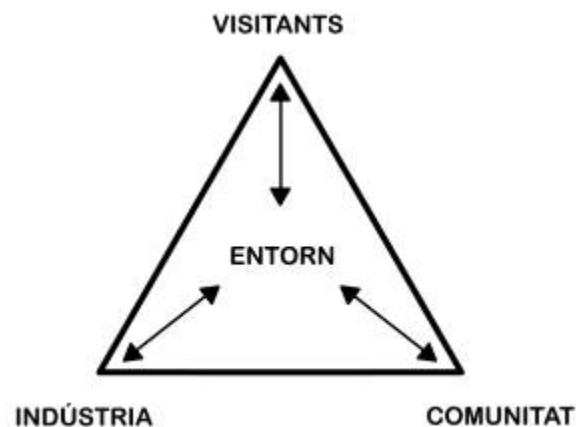
En l'aplicació d'aquesta aposta per la sostenibilitat en els destins turístics, és interessant tenir en compte la definició que s'ofereix a la publicació Destination Management Handbook⁷, un excel·lent document de referència per als gestors públics de turisme editat pel English Tourist Board conjuntament amb Tourism Management Institute (2007).

Un destí turístic és una part significativa d'un territori gestionada per al seu desenvolupament turístic per part d'autoritats locals, gestors d'espais protegits, associacions públic-privades de territoris d'especial atractiu turístic o per empreses del sector privat.

En aquest manual es proposa un esquema que asseguri una gestió sostenible de les destinacions turístiques. Es tracta del model VICE que també incorpora l'Organització Mundial del Turisme (2007) en els seus manuals de gestió.

El model VICE parteix de la premissa de que una destinació turística és el resultat de la interacció entre els *visitants*, la *indústria* que els proporciona serveis, la *comunitat* que els acull i l'*entorn* en què es desenvolupa l'activitat.

⁷ Molts dels capítols han estat elaborats pels professionals dels propis destins i està subjecte a revisions continuades.



Per tant, les actuacions dels gestors de les destinacions han d'estar encaminades a:

Acollir, implicar i donar satisfacció als	VISITANTS
Ajudar a la rendibilitat i millora de la	INDÚSTRIA
Aconseguir beneficis per als residents (amfitrions)	COMUNITAT
Posar en valor i protegir l'	ENTORN

Aquesta mateixa visió per a la gestió dels destins s'emmarca en els principis del turisme responsable que d'una forma molt notable s'està estenent arreu, sota el lema de "Millors llocs per viure, millors llocs per ser visitats", que es proposa inspiri aquest Pla d'Acció.

Diversificació de productes

Les característiques territorials de la comarca ofereixen una gran diversitat de recursos i equipaments de qualitat al servei de l'activitat turística. Entre d'altres:

- 7 **Unitats de paisatge**: Salines – l'Albera, els Aspres, Cap de Creus, Plana de l'Empordà, Garrotxa de l'Empordà, Alta Garrotxa i Terraprim.



- 3 Parcs Naturals: Cap de Creus, Aiguamolls de l'Empordà i Montgrí, Illes Medes i Baix Ter. 1 Paratge Nacional d'Interès Nacional: Massís de l'Albera. 1 Reserva Natural Parcial: Muga – Albanyà.
- 8 Museus: Casa Museu Salvador Dalí, Convent del Carme de Peralada, Ecomuseu-Farinera de Castelló d'Empúries, Museu de l'Empordà, Museu de Cadaqués, Museu de la Tècnica de l'Empordà, Museu del Joguet de Catalunya, Teatre-Museu Dalí.
- 133 BCIN: 127 monuments i 3 conjunts històrics.

Per aquest motiu, la creació i promoció de productes s'ha de orientar cap a una diversificació de propostes de visita que afavoreixin la millora de l'experiència turística en els destins litorals, la reducció de les fluctuacions estacionals de la demanda i la integració del conjunt del territori (costa-interior) en l'estratègia de dinamització turística.

El Pla d'Acció de turisme ha de tenir present per tant la diversitat de recursos territorials existents, el pes determinant que té el litoral com a principal element d'atracció turística i les iniciatives que estan sorgint, de complementar aquesta oferta de sol i platja amb noves activitats basades en la descoberta dels valors del territori.

Això afavoreix la possibilitat d'allargar el període d'activitat turística més convencional i generar prestigi en el conjunt del territori, ja que es tracta d'una gamma de productes que habitualment només es troben en entorns d'alta qualitat a nivell paisatgístic, cultural, de serveis, etc.

Cooperació i treball en xarxa

La situació estratègica de la comarca i de l'Empordà en general, la seva integració en marques turístiques consolidades com és Costa Brava i Catalunya, així com la participació en projectes de dinamització turística interterritorial, com és el cas de Itinerànnia o Pirinexus, fa que el concepte de dimensió territorial variable, sigui una premissa essencial del Pla d'Acció.

Cal tenir present a més, el caràcter transfronterer que permet tenir accés a fons europeus del programa INTERREG VA, que faciliten l'adaptació del territori a la seva funcionalitat turística, el treball conjunt amb la Catalunya Nord en la creació de productes transfronterers, la promoció conjunta en mercats específics.

D'altra banda, alguns dels productes o estratègies de dinamització turística a desenvolupar han de buscar la cooperació amb altres projectes situats en territoris de característiques similars a fi de poder compartir experiències, metodologies de treball i preparar projectes comuns en convocatòries de programes europeus.

Tot això fa que l'estructura de gestió hagi de tenir una visió àmplia de l'àmbit territorial de referència en funció de cada un dels recursos o projectes.

En aquesta mateixa línia, la cooperació i treball en xarxa pretén assegurar que l'actual estructura de cooperació entre tècnics de turisme i de promoció econòmica de la comarca es mantingui en el futur, amb un programa de treball estructurat i amb assignació de competències i responsabilitats.

Caldria també buscar la forma de integrar-hi representants dels sectors empresarials, sigui aprofitant la composició de l'associació Alt Empordà Turisme o complementant-la amb la participació d'altres actors de referència.

Objectiu general

Establir un programa de treball que asseguri el desenvolupament de les diverses iniciatives turístiques existents, les doti de contingut (incorporant-hi els recursos, nous elements d'interès, documentació, etc.), faciliti la seva gestió (senyalització, manteniment) i doni suport a la creació de producte turístic, a través de la implicació de tots els agents turístics públics i privats.

Es pretén al mateix temps fer arribar un missatge al conjunt del territori de que aquestes iniciatives signifiquen una nova oportunitat de desenvolupament local i creació d'ocupació.

Línies estratègiques

Per poder desenvolupar aquest objectiu general, a les diferents reunions de la Comissió de Treball es va determinar estructurar el Pla de Treball en tres línies estratègiques:

1. Aposta per la sostenibilitat.
2. Diversificació de producte i segmentació de mercats.
3. Cooperació i treball en xarxa.

Objectius específics:

Vinculat a cada una de les línies estratègiques, es proposen els següents objectius específics.

1. Aposta per la sostenibilitat.

- 1.1. Aplicar indicadors que permetin avaluar l'impacte que té l'activitat turística en el territori.
- 1.2. Promoure estratègies per incrementar la mobilitat sostenible en les experiències turístiques.
- 1.3. Implementar programes de turisme accessible.
- 1.4. Continuar incentivant la qualitat dels serveis turístics tant públics com privats a través d'ecolabels i marques de qualitat turística.

2. Diversificació de producte i segmentació de mercats.

- 2.1. Posar en valor la diversitat dels recursos turístics, activitats i centres de interès que ofereix la comarca. Programa de comunicació i promoció.
- 2.2. Suport a la creació de productes específics per millorar l'ocupació dels establiments.
- 2.3. Cooperar amb les iniciatives locals dels Ajuntaments relacionades amb la valorització dels recursos.
- 2.4. Promoure els productes del territori (agroalimentaris i artesans) i la seva incorporació a l'oferta dels establiments.

3. Cooperació i treball en xarxa.

- 3.1. Consolidar la cooperació amb els agents públics i privats de la comarca a través de la Taula d'oficines de turisme i de l'Associació Alt Empordà Turisme.
- 3.2. Treballar de forma coordinada amb tots els gestors de les diferents iniciatives turístiques de caràcter transversal en què l'Alt Empordà hi està implicat.
- 3.3. Fomentar la cooperació amb territoris amb característiques similars en el context europeu, que apliquin models de desenvolupament turístic similars als què s'estan plantejant.

Proposta del Pla d'actuacions

A continuació s'incorporen les 36 fitxes d'actuació:

Línia estratègica	Núm. Accions
1. Aposta per la sostenibilitat.	7 accions
2. Diversificació de producte i segmentació de mercats.	20 accions
3. Cooperació i treball en xarxa.	9 accions

Núm	Títol	Línia estratègica	Objectiu específic
1	Sistema d'indicadors sobre turisme sostenible	1	1.1.
2	Programa de mobilitat sostenible a nivell de comarca.	1	1.2.
3	Connectivitat dels centres històrics i comercials amb les xarxes de itineraris	1	1.2.
4	Gestió conjunta dels itineraris de senderisme i cicloturisme	1	1.2.
5	Programa de turisme accessible	1	1.3.
6	Programa de qualitat en destí	1	1.4.
7	Promoure la implantació de la Carta Europea del Turisme Sostenible als espais naturals protegits	1	1.4.
8	Associar les marques de qualitat cultural (Dalí, Festivals de Música) i paisatgística (parcs naturals) a tota l'oferta turística	2	2.1.
9	Pla de treball amb ports esportius, Estació Nàutica de Roses i centres turístics de busseig	2	2.1.
10	Pla de comunicació i promoció per productes i mercats	2	2.1.
11	Pla de comunicació i generació de continguts informatius sobre l'activitat turística	2	2.1.
12	Revisió dels continguts informatius de la comarca: webs i publicacions	2	2.1.

Núm	Títol	Línia estratègica	Objectiu específic
13	Suport a la creació de producte	2	2.2.
14	Adaptació dels establiments als nous productes turístics	2	2.2.
15	Donar visibilitat al potencial del senderisme i ciclisme en les webs de les empreses.	2	2.2.
16	Base de dades de monitors i professionals de turisme actiu i cultura	2	2.2.
17	Identificar operadors especialitzats en turisme cultural i artístic	2	2.2.
18	Agenda conjunta d'esdeveniments vinculats als productes de turisme actiu	2	2.3.
19	Preparar una agenda conjunta dels principals esdeveniments culturals i artístics	2	2.3.
20	Reforçar el programa conjunt d'activitats organitzades pels parcs naturals	2	2.3.
21	Suport a la creació de canals de natació a mar obert	2	2.3.
22	Suport a la promoció de les activitats de vol	2	2.3.
23	Desplegament de les rutes previstes en el pla d'enoturisme Empordà	2	2.4.
24	Suport a la ruta del Vi D.O. Empordà que promou el PTCBG	2	2.4.
25	Creació de rutes per visitar productors agroalimentaris i artesans	2	2.4.
26	Convertir casa Empordà en l'inici dels productes de enoturisme, agroalimentaris i artesania	2	2.4.
27	Desenvolupament d'un calendari conjunt de jornades i fires gastronòmiques.	2	2.4.

Núm	Títol	Línia estratègica	Objectiu específic
28	Base documental on-line	3	3.1.
29	Taula d'oficines de turisme i centres d'interpretació	3	3.1.
30	Xarxa de punts d'informació col·laboradors	3	3.1.
31	Promocionar la xarxa de museus i centres d'intepretació	3	3.1.
32	Convertir els ports esportius en portes d'entrada a la descoberta de la comarca	3	3.1.
33	Seguiment dels projectes supracomarcals	3	3.2.
34	Contacte amb la Xarxa de Stations de Trail	3	3.3.
35	Participació en el programa de turisme Pays Pirineus Mediterrani	3	3.3.
36	Identificació de programes d'ajuts i subvencions i xarxes de cooperació.	3	3.3.

ACTUACIÓ NUM 1	Sistema d'indicadors sobre turisme sostenible
LÍNIA ESTRATÈGICA	1. Aposta per la sostenibilitat
OBJECTIU ESPECÍFIC	1.1 Aplicar indicadors que permetin avaluar l'impacte que té l'activitat turística en el territori.

Descripció de l'actuació:

La major part de les oficines de turisme de la comarca recullen de forma sistemàtica dades sobre el nombre de consultes ateses, tipologia de visitants i de la informació que requereixen. Sovint també dades sobre l'ocupació dels establiments així com enquestes periòdiques de satisfacció dels visitants.

En aquesta mateixa línia, tant les oficines de turisme com l'Associació Alt Empordà Turisme han recollit periòdicament en enquestes, l'opinió de les empreses sobre l'evolució de la seva activitat, les necessitats que tenen, la tipologia i procedència dels seus clients etc. S'analitza també la presència d'operadors internacionals i l'impacte que tenen alguns dels productes turístics en el territori com és el cas de Itinerànnia.

El disposar de tota aquesta informació i analitzar-la de forma conjunta a nivell comarcal, complementant-la amb altres dades que recullen les àrees de promoció econòmica, urbanisme i medi ambient dels ajuntaments i del Consell Comarcal, ens pot donar una visió molt aprofundida de l'impacte que té el turisme en el territori, tenint present que és l'activitat més important a la comarca en termes d'ocupació i renda.

A fi de sistematitzar aquesta informació i poder-la comparar amb la generada per altres territoris de característiques similars, la DG Indústria i Empresa de la Comissió Europea ha creat uns indicadors de sostenibilitat de l'activitat turística que s'haurien d'adoptar com a models.

Es tracta d'un sistema anomenat ETIS (European Tourism Sustainability Indicators) format per 67 indicadors: 27 obligatoris i 40 opcionals, que avaluen l'impacte d'aquesta activitat en 4 grans àmbits:

- *Gestió de la destinació*
- *Impacte econòmic*
- *Impacte social i cultural*
- *Impacte ambiental*

En la documentació preparada per la Comissió de Treball que ha fet el seguiment d'aquest Pla d'Acció, s'han analitzat aquests indicadors que es considera que serien fàcilment aplicables a partir del treball de la taula d'oficina de turisme de la comarca.

El document base es pot trobar

a http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index_en.htm

<p>Resultats esperats:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar els sistemes existents de recollida de dades tant a nivell comarcal com a nivell de Catalunya i a nivell d'Europa, com és el cas del sistema ETIS. • Unificar la informació sobre l'impacte –positiu i negatiu- que té l'activitat turística a la comarca. • Potenciar el treball en xarxa entre els agents turístics públics i privats i les àrees de promoció econòmica, territori i medi ambient per adaptar el model de desenvolupament turístic a criteris més sostenibles. • Facilitar la comparació de l'impacte de l'activitat turística amb altres territoris de característiques similars, seguint els criteris que proposa de la DG Indústria i Empresa de la Comissió Europea. • Disposar d'informació rellevant sobre l'evolució i les característiques de l'activitat turística de la comarca per a la preparació de dossiers de premsa, generació de notícies, memòries justificatives per a la presentació de projectes, etc. • Tenir informació de base per definir estratègies i Plans d'acció a partir de l'anàlisi i els indicadors
<p>Àmbit d'actuació:</p> <p>Comarcal En cas d'establir el sistema d'indicadors ETIS de la DG Indústria i Empresa, aquesta actuació tindria un àmbit europeu i podria ser la base de nous programes de cooperació.</p>
<p>Identificació dels actors responsables:</p> <p>Taula de oficines de turisme de la comarca Àrees de promoció econòmica, territori i medi ambient del Consell Comarcal i dels ajuntaments.</p>
<p>Identificació dels/ de les destinataris/àries:</p> <p>Administracions locals i turístiques de la comarca i de Catalunya. Xarxes de destinacions turístiques en què la comarca pugui participar DG Indústria i Empresa de la Comunitat Europea Empreses turístiques, operadors i inversors potencials Universitats i altres centres de formació turística, centres de recerca.</p>
<p>Pressupost estimat:</p> <p>6.000 a 8.000 euros en la primera anualitat, per donar suport al procés de implementació i de recollida de dades.</p> <p>Una part d'aquest procés es pot fer establint convenis amb Universitats incorporant estudiants d'últims cursos o màsters en el procés d'implementació.</p> <p>3.000 euros anuals per a l'anàlisi dels resultats i generació de notícies i documents.</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Pressupostos de turisme del Consell Comarcal i ajuts que puguin sorgir a través dels Fons per al Foment del Turisme que promou el Departament d'Empresa i Ocupació de la G.C.</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Personal propi del Consell Comarcal, dels ajuntaments (oficines de turisme, promoció econòmica, etc.)</p>

<p>Suport el primer any d'un expert</p> <p>Possible col·laboració d'estudiants universitaris</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'ajuntaments i entitats invitades a participar. • Nombre d'ajuntaments i entitats implicades en el procés • Nombre d'indicadors ETIS implementats • Nombre d'àrees diferents implicades (turisme, promoció econòmica, territori, medi ambient...) • Nombre de notícies generades a partir dels resultats • Nombre de presentacions i jornades tècniques amb la implementació i anàlisi dels resultats.
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>A partir del 2016, a presentar en el moment que surtin convocatòries de la DG Indústria i Empresa de la CE per a la implementació del ETIS.</p>

ACTUACIÓ NUM 2	Programa de mobilitat sostenible a nivell de comarca
LÍNIA ESTRATÈGICA	1. Aposta per la sostenibilitat
OBJECTIU ESPECÍFIC	1.2 Promoure estratègies per incrementar la mobilitat sostenible en les experiències turístiques

Descripció de l'actuació:

Els efectes sobre el canvi climàtic que provoquen les emissions de CO2 és l'aspecte que més consciència ha generat entre els ciutadans dels països més desenvolupats, entre tots els aspectes relacionats amb els models de desenvolupament social i econòmic.

D'aquesta manera veiem que s'estan desenvolupant mesures per fomentar la utilització d'energies alternatives i apostar per sistemes de transport que tinguin un menor impacte en les emissions de CO2.

També tant a les ciutats com en el medi rural, l'estímul a una mobilitat suau, és a dir que no utilitza energia fòssil per als seus desplaçaments, és una tendència en creixement.

Els operadors turístics per exemple, cada cop tenen més en compte aquests criteris establint mecanismes de selecció del tipus de transport, la quantificació de les emissions de CO2 en els viatges i molts establiments i associacions empresarials o territorials aposten per la mobilitat suau, com un dels criteris de gestió, els quals serveixen alhora com a argument de posicionament del model turístic que ofereixen.

En aquesta mateixa línia, entre els objectius prioritaris de la nova Estratègia Europa 2020 aprovada per la Unió Europea hi ha la lluita contra el canvi climàtic, la reducció de les emissions de CO2 són alguns dels objectius prioritaris.

Es proposa doncs desenvolupar un programa integral de mobilitat sostenible especialment basat en 3 eixos:

- Connexió entre l'estació de l'AVE, la resta d'estacions de tren i els principals centres turístics de la comarca.
- Connexió de les grans xarxes de itineraris a peu i en bicicleta amb els principals destins turístics (Pirinexus. Zona nord del litoral)
- Aprofitar les xarxes existents, principalment Itinerànnia per a la seva utilització en altres activitats relacionades amb la mobilitat sostenible: rutes a cavall, en bicicleta, ...
- Millorar la mobilitat interna dels destins.

Per això, es proposa fer un primer estudi o pla director que detecti les necessitats existents.

Resultats esperats:

Disposar d'una diagnosi i Pla d'actuacions a nivell comarcal de mobilitat turística sostenible que es vagi executant en funció de les oportunitats de finançament existents.

Àmbit d'actuació: Comarcal i supracomarcal, pel que fa a les xarxes Pirinexus i Itinerànnia.
Identificació dels actors responsables: Consell Comarcal, ajuntaments
Identificació dels/ de les destinataris/àries: Operadors turístics interessats en la mobilitat sostenible i visitants en general
Pressupost estimat: 25.000 euros per la realització d'un Pla Director
Identificació de les fonts de finançament previstes: Per al primer estudi, convocatòries de finançament. Per a la realització de les actuacions, futures convocatòries de plans de foment, PUOSC i programes europeus FEDER, INTERREG, COSME, etc.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris: Equip tècnic d'urbanisme, territori i medi ambient del Consell Comarcal i dels ajuntaments Taules d'oficines de turisme Empresa externa de consultoria en mobilitat
Indicadors de seguiment: <ul style="list-style-type: none"> • Document de diagnosi i pla d'actuacions • Nombre de propostes d'actuacions identificades • Nombre de propostes d'actuacions executades
Cronologia de l'execució: A partir de 2016, en funció de la disponibilitat de recursos i obtenció d'ajuts en convocatòries a nivell de Catalunya i Europa.

ACTUACIÓ NUM 3	Connectivitat dels centres històrics i comercials amb les xarxes de itineraris
LÍNIA ESTRATÈGICA	1. Aposta per la sostenibilitat
OBJECTIU ESPECÍFIC	1.2 Promoure estratègies per incrementar la mobilitat sostenible en les experiències turístiques

Descripció de l'actuació:

Tal com ha quedat palès en el capítol 5 d'aquest informe, la comarca disposa d'una extensa xarxa de itineraris per a la pràctica del senderisme i cicloturisme que són utilitzats per molts dels nostres visitants i operadors internacionals en programes de turisme actiu i descoberta del territori.

Una bona part d'aquests itineraris es van dissenyar per connectar les poblacions però en alguns casos, aquesta connexió no arriba fins als seus centres històrics i comercials, on habitualment es concentren alguns dels recursos més emblemàtics, equipaments turístics i serveis.

Una major visibilitat des d'aquests centres, de tota la xarxa d'itineraris existents tindria un doble efecte: d'una banda, assegurar que els usuaris arriben fins als centres de les poblacions i per tant, induir-los a visitar-les i a generar activitat econòmica. D'altra, donar visibilitat a aquestes xarxes als propis residents i als visitants que no han utilitzat els itineraris fins ara.

Per això, es proposa

- analitzar la situació dels itineraris en cada un d'aquests municipis;
- estudiar la possibilitat de prolongar-los fins al centre històric i comercial (entorn de l'oficina de turisme, d'un equipament cultural, monument, propi ajuntament i/o estacions de tren i autobusos etc.), consensuat amb l'ajuntament;
- instal·lar –si és necessari- punts d'informació que donin visibilitat als itineraris existents.
- crear un espai/punt d'informació de la xarxa conjunta d'itineraris en la nova oficina de turisme de Figueres situada a Casa Empordà

Resultats esperats:

- Unificar un punt de sortida de totes les xarxes de itineraris.
- Fer més visibles les xarxes de itineraris locals i supralocals que connecten les poblacions i els seus entorns.
- Impulsar el coneixement dels centres històrics i comercials de les poblacions per part dels usuaris d'aquests itineraris.
- Crear estat d'opinió tant als residents com als visitants, sobre les oportunitats de descobrir el territori a través d'itineraris de mobilitat suau.

Àmbit d'actuació:

Comarcal

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal de l'Alt Empordà
 Àrees de territori, urbanisme, mobilitat dels ajuntaments molt especialment el de Figueres
 Organismes gestors de les xarxes d'itineraris
 Taula d'oficines de Turisme

<p>Identificació dels/ de les destinataris/àries:</p> <p>Ajuntaments Usuaris de les xarxes d'itineraris Empreses que treballen en turisme actiu Residents i turistes convencionals proposant noves activitats de descoberta del territori i la pràctica d'activitats físiques en el medi natural</p>
<p>Pressupost estimat:</p> <p>1500 € per cada població que hagi d'instal·lar noves cartelleres, senyalització i/o edició de material de suport. Sense cost pel que fa als tècnics del Consell Comarcal en el seguiment d'aquesta acció.</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Ajuts provinents del Fons per al Foment del Turisme, tant a nivell local com en les convocatòries de programes de Foment. Altres fons provinents de participació en programes nacionals o europeus: PUOSC, INTERREG, FEDER, ...</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equips tècnics del Consell Comarcal i dels organismes que gestionen les xarxes. Contractació externa per a la realització de la senyalització, cartelleres i/o edició de material de suport.</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudi d'anàlisi de la situació i propostes • Nombre d'ajuntaments invitats a participar en l'acció • Nombre de municipis que ho implementin
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>A partir del 2015. Caràcter plurianual.</p>

ACTUACIÓ NUM 4	Gestió conjunta dels itineraris de senderisme i cicloturisme
LÍNIA ESTRATÈGICA	1. Aposta per la sostenibilitat
OBJECTIU ESPECÍFIC	1.2 Promoure estratègies per incrementar la mobilitat sostenible en les experiències turístiques

Descripció de l'actuació:

En el capítol 5 s'ha pogut constatar l'extensa xarxa d'itineraris de caràcter local, supralocal i supracomarcal que connecten els principals centres d'interès turístic per a la pràctica del senderisme, cicloturisme, BTT, rutes a cavall, etc.

També s'ha pogut constatar que alguns d'aquests productes tenen ja un impacte econòmic rellevant en el conjunt del territori i un nombre de visitants elevat que a més és important per la incidència que té al principi i final de la temporada turística tradicional.

Un dels reptes però, per que aquesta xarxa sigui un producte turístic competitiu, és assegurar el seu manteniment tant a nivell de senyalització, els traçats, entorns, etc.

Si aquest manteniment es delega als ajuntaments o a iniciatives privades, es corre el risc de que hi hagi trams que no tinguin el nivell de qualitat que es requereix.

En el cas de la comarca del Baix Empordà existeix ja un precedent de gestió única per part del Consell Comarcal que ja s'havia previst estendre al conjunt de l'Empordà en l'Estratègia de Valorització dels recursos territorials de l'Empordà (any 2009).

Per això, es proposa crear un centre de gestió d'aquestes xarxes, assegurant un pla de manteniment continuat, i un centre d'incidències per poder actuar d'una forma àgil.

Aquest centre de gestió s'hauria de fer de manera que integrés o es coordini amb el treball de manteniment de què ja disposa alguna de les xarxes (com ara les que gestionen el Consorci Salines Bassegoda, Pirinexus o Itinerànnia) però estenent el seu àmbit d'actuació al conjunt de la xarxa que es posa a disposició dels visitants.

Resultats esperats:

Disposar d'un pressupost anual de conservació de la xarxa.

Assegurar que a curt i llarg termini, la comarca disposa d'una xarxa de itineraris de qualitat, i amb bon manteniment com a element de suport als nous productes de turisme actiu.

Facilitar el treball dels ajuntaments en el manteniment dels itineraris.

Comptar amb un informe permanent de tots els itineraris i del seu estat de conservació.

Àmbit d'actuació:

Comarcal i supracomarcal, en el cas de Pirinexus i Itinerànnia.

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal conjuntament amb entitats de gestió i conservació dels itineraris supralocals: Consorci Salines Bassegoda, Itinerànnia, Pirinexus, Empordà

<p>Identificació dels/ de les destinataris/àries:</p> <p>Municipis de la comarca integrats en les xarxes de itineraris. Usuaris dels senders. Promotors de productes de turisme actiu que utilitzen les xarxes</p>
<p>Pressupost estimat:</p> <p>20.000 € per un estudi inicial sobre l'estat actual dels itineraris, estimació de costos i repercussió a cada una de les xarxes i per municipis.</p> <p>El cost anual de manteniment de la xarxa es determinarà en funció dels resultats de l'estudi.</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Ajuts provinents del Fons per al Foment del Turisme, tant a nivell local com en les convocatòries de programes de Foment. Altres fons provinents de participació en programes nacionals o europeus: PUOSC, INTERREG, FEDER, ..</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equip tècnic del Consell Comarcal Empresa externa</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realització de l'estudi inicial amb proposta de Pla de Treball i de distribució de costos • Municipis implicats • Entitats de gestió que participen • Kms. de senders que s'incorporen al pla de gestió
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>2015 realització de l'estudi Implementació a partir de 2016</p>

ACTUACIÓ NUM 5	Programa de turisme accessible
LÍNIA ESTRATÈGICA	1. Aposta per la sostenibilitat
OBJECTIU ESPECÍFIC	1.3 Implementar programes de turisme accessible

Descripció de l'actuació:

Atesa l'evolució demogràfica d'Europa que és el principal mercat emissor de turisme cap a la comarca i els principis que regeixen el turisme sostenible, en el sentit de fer cada cop més accessible l'activitat turística al conjunt de ciutadans, evitant les barreres que poden limitar-la, totes les institucions estan fent una aposta determinant en adaptar les destinacions turístiques sota criteris d'accessibilitat.

En aquest sentit cal destacar que la DG Indústria i Empresa de la CE té previst en el nou període comunitari 2014-2020 incentivar el turisme accessible per a tothom a través del finançament de projectes específics, que serveixin com a motor per a la implementació en el conjunt de destinacions europees.

En aquesta mateixa línia, les administracions turístiques de l'estat i de Catalunya impulsen l'adaptació dels destins promovent programes de suport a les inversions que es facin.

L'Àrea de Turisme del Consell Comarcal està recollint dades a nivell municipal.

Es proposa contractar l'assistència tècnica d'una empresa especialitzada en turisme accessible que faci un Pla Director d'adaptació dels principals recursos i destins de la comarca, i que complementi les iniciatives que alguns municipis ja estan desenvolupant.

En una segona fase, i en funció del nivell d'adaptació de la comarca, donar-ne la màxima difusió i adherir-se als Clubs de Producte i altres associacions que reconguin aquesta especialització.

Resultats esperats:

Disposar d'un Pla Director d'adaptació dels recursos i destins al turisme accessible.

Fer arribar les propostes del Pla Director a totes les institucions i empreses implicades i establir un pla de treball per poder executar les accions.

Desenvolupar un Pla de Seguiment de les actuacions que proposa el Pla Director.

Àmbit d'actuació:

Comarcal

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal
Taula d'oficines de turisme
Associació Alt Empordà Turisme

<p>Identificació dels/ de les destinataris/àries:</p> <p>Municipis Gestors de recursos turístics Associacions empresarials i empreses que vulguin adaptar els seus establiments als criteris del turisme accessible</p>
<p>Pressupost estimat:</p> <p>25.000€ per a la realització d'un Pla Director</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Cofinançament per part dels municipis interessats en participar en el projecte</p> <p>Ajuts provinents del Fons per al Foment del Turisme, tant a nivell local com en les convocatòries de programes de Foment.</p> <p>Altres fons provinents de participació en programes nacionals o europeus: PUOSC, INTERREG, FEDER, i programa COSME de la DG Indústria i Empresa de la CE.</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal Taula d'oficines de turisme Consultora externa</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realització del Pla Director • Municipis i empreses implicades • Projectes d'adaptació que es proposen • Actuacions realitzades
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>Pla Director a realitzar el 2016 Implementació de les propostes a partir de 2017</p>

ACTUACIÓ NUM 6	Programa de qualitat en destí
LÍNIA ESTRATÈGICA	1. Aposta per la sostenibilitat
OBJECTIU ESPECÍFIC	1.4 Continuar incentivant la qualitat dels serveis turístics tant públics com privats a través d'ecolabels i marques de qualitat turística

Descripció de l'actuació:

Una de les tendències que s'estan imposant en els mercats vacacionals, com a principal motiu de triar el destí de vacances, és la percepció de la qualitat dels serveis i prestacions que ofereix de forma global el territori.

Tant important és pel visitant la qualitat de l'allotjament o del servei contractat com l'entorn on es desenvolupa aquest servei, i l'acollida que se li ofereix. Per això molts territoris aposten per establir compromisos consensuats entre tots els prestataris de serveis: agents turístics, administracions i la comunitat que els acull, com són els sistemes integrals de qualitat turística a les destinacions (SICTED) o algunes de les actuacions que proposen les Cartes Europees del Turisme Sostenible en Espais naturals protegits.

Per això es proposa implementar el programa de qualitat en destí SICTED www.calidadendestino.es que promou la Secretaría General de Turismo.

Un dels punts forts d'aquest sistema de qualitat és que incorpora 30 sectors o tipologies diferents i per tant s'hi pot acollir qualsevol tipus d'establiment o equipament, públic o privat, la qual cosa reverteix en la qualitat global del destí.

A més de la part d'auditoria, inclou formació continuada en diversos àmbits.

El Baix Empordà té implantat aquest procés amb més de 50 empreses i entitats adherides, i pot ser per tant un suport a la implantació a l'Alt Empordà a més de ser una altra de les línies conjuntes de treball entre les dues comarques.

Resultats esperats:

Certificar les oficines de turisme i equipaments públics en el programa SICTED. També donar suport a les empreses de la comarca per a la seva implantació.

Àmbit d'actuació:

Comarcal, treballant conjuntament amb el Consell Comarcal del Baix Empordà, en el marc del projecte Empordà.

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal.

Identificació dels/ de les destinataris/àries:

Àrees de turisme dels ajuntaments, gestors d'equipaments culturals i esportius, empreses turístiques molt especialment les de l'Associació Alt Empordà Turisme.

<p>Pressupost estimat:</p> <p>Al Baix Empordà, el cost és de 600 euros per al suport a la certificació en el cas de ajuntaments (incloent oficines de turisme i platges) i de 250 € per als establiments. Anualment es fan revisions de que es compleixen els requisits, amb tarifes per als establiments de 100 €.</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Propis del Consell Comarcal/ajuntaments/empreses. Aquesta certificació no compta amb el suport dels recursos que es poden utilitzar pels ens locals a partir de la taxa turística.</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Tècnics del Consell Comarcal. Entitat gestora encarregada de les auditories. La part corresponent a formació pot ser liderada des del Consell Comarcal.</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <p>Nombre de municipis integrats en el programa SICTED Nombre d'empreses integrades en el programa SICTED</p>
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>Anual a partir de 2015</p>

ACTUACIÓ NUM 7	Promoure la implantació de la Carta Europea del Turisme Sostenible als espais naturals protegits
LÍNIA ESTRATÈGICA	1. Aposta per la sostenibilitat
OBJECTIU ESPECÍFIC	1.4 Continuar incentivant la qualitat dels serveis turístics tant públics com privats a través d'ecolabels i marques de qualitat turística

Descripció de l'actuació:

La Carta Europea del Turisme Sostenible –CETS- permet comptar amb un sistema de gestió que fa compatible la conservació del Patrimoni natural, cultural, etnològic d'aquests espais amb la seva freqüentació turística . Mitjançant el consens amb els empresaris turístics, les entitats representatives del teixit social i els gestors dels Espais Protegits es prepara un Pla d'Actuacions que asseguri una gestió respectuosa i sostenible.

Una gran part del Espais Naturals Protegits europeus situats en zones turístiques han implementat la CETS.

Actualment a Catalunya hi ha 4 parcs que tenen aquest sistema i a més d'assegurar una gestió turística sostenible, es dona visibilitat a nivell mundial a través dels programes de promoció turística d'Europarc, Turespaña, etc.

El que es proposa és:

- Contacte amb els gestors dels parcs naturals de la zona, per demanar la seva implicació en un procés de certificació de la CETS, aplicable a tots els parcs de la comarca.
- Anàlisi de les memòries i plans d'actuació dels territoris que tenen implementades la Carta Europea del Turisme Sostenible, molt especialment per la seva proximitat, la Garrotxa, el Montseny, Sant Llorenç del Munt i Serra de l'Obac i el Delta de l'Ebre.
- Participació en seminaris i xerrades amb representants públics i privats de territoris que tinguin implementades la Carta Europea.
- Creació d'una comissió de seguiment amb representants dels Parcs Naturals de l'Alt Empordà, l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal i la Taula d'Oficines de Turisme per a la preparació d'un programa de treball que permeti iniciar aquestes actuacions.

Resultats esperats:

Iniciar el procés de certificació dels Parcs Naturals situats a la comarca de l'Alt Empordà amb els esquemes que marca la Carta Europea del Turisme Sostenible.

Àmbit d'actuació:

Comarcal

<p>Identificació dels actors responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestors dels parcs naturals de la comarca de l'Alt Empordà. • Àrea de Turisme del Consell Comarcal • Taula d'Oficines de Turisme • Actors públics i privats dels sectors turístic, cultural, agrari i pesquer, especialment als associats a Alt Empordà Turisme.
<p>Identificació dels/ de les destinataris/àries:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visitants potencials de la zona interessats en l'ecoturisme i altres activitats a la natura. • Empreses turístiques situades en els municipis a l'entorn d'aquests espais naturals que vulguin crear nous productes turístics.
<p>Pressupost estimat:</p> <p>De 20.000 a 25.000€ que inclou la sol·licitud a EUROPARC per iniciar els tràmits i l'assessorament extern en el disseny de les actuacions a portar a terme</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Ajuts provinents del Fons per al Foment del Turisme. Finançament de la Direcció General de Medi Natural. Cofinançament amb programes europeus.</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equip tècnic de les Àrees de Turisme i de Medi Ambient del Consell Comarcal Equips gestors dels Espais naturals protegits Assistència tècnica externa</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contactes realitzats amb els parcs naturals de la comarca • Reunions de treball amb representants de les entitats i empreses potencialment relacionades amb el desenvolupament de la Carta • Parcs Naturals que s'adhereixen a la iniciativa • Empreses i entitats que s'adhereixen al procés • Redacció de la documentació necessària per a la implementació de la Carta
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>Inici dels contactes 2014 Presentació de la documentació necessària el 2015</p>

ACTUACIÓ NUM 8	Associar les marques de qualitat cultural (Dalí, Festivals de Música) i paisatgística (parcs naturals) a tota l'oferta turística
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.1 Posar en valor la diversitat dels recursos turístics, activitats i centres d'interès que ofereix la comarca. Programa de comunicació i promoció

Descripció de l'actuació:

Una de les característiques més importants de la comarca de l'Alt Empordà és la qualitat i excepcionalitat d'alguns dels seus recursos culturals i paisatgístics, entre d'altres la figura de Dalí, els Parcs Naturals, la pertinença al Club de Badies més belles del món, els Festivals de Música, etc.

Una bona prova és que en el document 116 icones turístiques de Catalunya s'incorpora l'Esculapi d'Empúries, el Monestir de Sant Pere de Rodes o l'obra de Salvador Dalí, a més de les referències a la geologia, la gastronomia i el patrimoni intangible.

Malgrat això, no sempre aquests valors queden integrats en els missatges promocionals i en la documentació turística de presentació de la comarca.

A fi d'aprofitar al màxim aquests valors com element de prestigi en totes les accions de promoció turística de la comarca, caldria:

- establir criteris que a nivell de comunicació corporativa assegurin la integració d'aquests elements i la seva aplicació en funció del tipus de missatges a utilitzar i dels productes turístics que es volen promoure.
- encarregar a un equip expert en comunicació turística la definició de criteris que s'haurien d'aplicar en totes les accions promocionals a fi d'aprofitar al màxim el valor d'aquestes icones.
- Incentivar la seva aplicació entre tots els actors públics i privats de la comarca, que realitzen accions de promoció turística.
- Fer-los arribar les entitats de promoció turística supracomarcal.

Resultats esperats:

Incorporar les icones turístiques de la comarca vinculades a la cultura, paisatge i patrimoni en totes les accions de promoció turística de la comarca.

Associar els productes turístics a aquestes icones/marques de qualitat cultural i paisatgística.

Incorporar les icones turístiques per part de les entitats de promoció turística de caràcter supracomarcal, en les seves campanyes.

Millorar la reputació i posicionament turístic de la comarca

<p>Àmbit d'actuació:</p> <p>Comarcal</p>
<p>Identificació dels actors responsables:</p> <p>Àrea de Turisme del Consell Comarcal, amb el suport de les àrees de Cultura i de Medi Ambient. Taula d'Oficines de Turisme Associació Alt Empordà Turisme</p>
<p>Identificació dels/ de les destinataris/àries:</p> <p>Àrees de turisme dels diferents municipis Associacions i empreses turístiques de la comarca Entitats de promoció turística d'àmbit supracomarcal: Patronat de Turisme Costa Brava Girona, Agència Catalana de Turisme, marca Pirineus.</p>
<p>Pressupost estimat:</p> <p>12.000 € per a la definició dels criteris per part de l'empresa externa.</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Ajuts provinents del Fons per al Foment del Turisme.</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Assistència externa Coordinació per part de l'equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disponibilitat d'un document que estableixi els criteris d'aplicació • Nombre de campanyes de comunicació i promoció en què s'ha integrat, a nivell de la comarca i per part d'entitats supracomarcals. • Entitats de la comarca que han incorporat aquests criteris
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>2015 per a l'estudi de definició dels criteris d'aplicació 2015-2016 per a l'inici de la implementació</p>

ACTUACIÓ NUM 9	Pla de treball amb ports esportius, Estació Nàutica de Roses i centres turístics de busseig
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.1 Posar en valor la diversitat dels recursos turístics, activitats i centres de interès que ofereix la comarca. Programa de comunicació i promoció

Descripció de l'actuació:

La comarca destaca per la seva oferta d'activitats nàutiques. Pràcticament tots els municipis litorals disposen d'un port esportiu i empreses que ofereixen una àmplia gamma d'activitats nàutiques i subaquàtiques. Cal tenir present, destaca el nombre i rellevància que tenen els esdeveniments que diferents poblacions organitzen a l'entorn de les activitats i competicions esportives.

Cal destacar el lideratge de Roses en aquest àmbit no només per l'oferta existent sinó també per la seva aposta pel turisme de creuers i per la creació d'una associació públic-privada per al foment d'aquestes activitats com és l'Estació Nàutica Roses-Cap de Creus.

Un dels motius de l'existència de tota aquesta extensa oferta és la qualitat i diversitat dels paisatges litorals existents, una bona part dels quals estan integrats en espais naturals protegits.

Es proposa aprofitar encara més tot aquest patrimoni i el lideratge existent, a través del treball conjunt entre els principals operadors del turisme nàutic i subaquàtic, els organitzadors dels esdeveniments i l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal, de manera que aquest potencial estigui més present en totes les estratègies de promoció turística.

Igualment com en la actuació anterior, establir criteris de comunicació corporativa que emfatitzi a aquests aspectes rellevants de la comarca.

Resultats esperats

- Disposar de documents que millorin la informació vinculada a les activitats nàutiques i a la qualitat dels paisatges marins.
- Més presència de la comarca en les publicacions i en fires, workshops i altres esdeveniments de referència
- Establir contactes amb els mitjans de comunicació, federacions i altres líders d'opinió.

Àmbit d'actuació:

Municipis litorals de la comarca amb ports esportius

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal
Municipis litorals amb ports esportius

Identificació dels/ de les destinataris/àries:

Òrgans de gestió dels ports esportius
Estació Nàutica Roses-Cap de Creus
Empreses d'activitats nàutiques
Empreses d'activitats subaquàtiques
Organitzadors d'esdeveniments nàutics

<p>Pressupost estimat:</p> <p>2.000 € d'elaboració de materials informatius (dossier de presentació dels principals esdeveniment nàutics)</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Pressupost de l'Àrea i ajuts provinents del Fons per al Foment del Turisme.</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contactes realitzats amb entitats i empreses relacionades amb l'activitat • Preparació de documents específics • Presència en publicacions especialitzades i en altres plataformes de promoció en què s'integra la informació de la comarca
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>2014 – Inici dels contactes amb les entitats A partir de 2015 – treball conjunt per integrar la informació de la comarca.</p>

ACTUACIÓ NUM 10	Pla de comunicació i promoció per productes i mercats
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.1 Posar en valor la diversitat dels recursos turístics, activitats i centres de interès que ofereix la comarca. Programa de comunicació i promoció

Descripció de l'actuació:

Malgrat la importància que van tenint els productes relacionats amb el turisme actiu que s'han identificat en el capítol 5 d'aquest Pla d'Acció, es disposa de poca informació específica per a la promoció de cada un d'aquests productes, tant a nivell de publicacions off-line com també en la pròpia pàgina web de turisme del Consell Comarcal.

Si fem una anàlisi de com tracten aquests mateixos productes algunes de les entitats turístiques de territoris de característiques similars que hem analitzat en el capítol 4, veiem que la informació sobre la qualitat de l'entorn on es desenvolupen aquests productes, les activitats que s'ofereixen, les empreses que hi estan associades i els esdeveniments tenen un tractament molt més rellevant que el què actualment és present a la web turística i en el material de promoció de què disposa l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal de l'Alt Empordà.

Per això es proposa iniciar un procés de creació de dossiers professionals, específics per als següents productes:

- Vacances actives per famílies en destins litorals.
- Senderisme, trail running i activitats en bicicleta (ciclisme, cicloturisme i BTT)
- Activitats nàutiques i subaquàtiques
- Enoturisme i gastronomia
- Turisme cultural
- Ecoturisme

Cada un d'aquests dossiers ha de tenir informació sobre l'entorn on es practica, la infraestructura existent, els serveis que s'ofereixen, les empreses de referència i en el futur, ha d'anar integrant propostes de productes, tal com s'especificarà en les fitxes corresponents.

Ha de disposar també de fotografies i altre material de suport per facilitar el treball de periodistes i operadors turístics.

El contingut d'aquests dossiers s'ha d'integrar a la pàgina web del Consell Comarcal com a microsites específics de promoció d'aquests productes.

Tota aquesta informació ha d'estar traduïda als idiomes dels principals països emissors cap a la comarca, com a mínim català, castellà, francès, anglès i alemany.

Resultats esperats:

Disposar de 6 dossiers informatius de presentació dels principals productes turístics que ofereix la comarca, traduïts als idiomes indicats.

Integrar aquesta informació en microsites o apartats específics de www.empordaturisme.com

Fer arribar aquests dossiers a les entitats de promoció turística de caràcter supracomarcal: Patronat de Turisme Costa Brava Girona, marca Pirineus, Agència Catalana de Turisme.

Tramesa d'aquests dossiers als operadors que ja treballen a la comarca, periodistes i altres

líders d'opinió amb qui ja s'ha tingut contacte.
Àmbit d'actuació: Comarcal
Identificació dels actors responsables: Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal amb el suport de la Taula de Turisme i de l'Associació Alt Empordà Turisme.
Identificació dels/ de les destinataris/àries: Organismes de promoció turística de caràcter supracomarcal Operadors turístics Periodistes i líders d'opinió Empreses turístiques integrades en els productes Públic general interessat en aquests productes a través de la web.
Pressupost estimat: 2.000 € cada dossier. 12.000 € en total.
Identificació de les fonts de finançament previstes: Pressupost de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal Ajuts provinents del Fons per al Foment del Turisme. Programes europeus, en cas de integrar aquests productes en algun projecte específic.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris: Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal Taula de Oficines de Turisme Empreses externes per a la revisió dels continguts, traduccions i maquetació del dossier Empresa informàtica per integració a la web.
Indicadors de seguiment: Dossiers publicats Traduccions als idiomes Incorporació a la web Nombre de dossiers lliurats a operadors i altres professionals
Cronologia de l'execució: A partir de 2015, es proposa l'edició de 2 dossiers cada any, fins a completar la sèrie.

ACTUACIÓ NUM 11	Pla de comunicació i generació de continguts informatius sobre l'activitat turística
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.1 Posar en valor la diversitat dels recursos turístics, activitats i centres de interès que ofereix la comarca. Programa de comunicació i promoció

Descripció de l'actuació:

Tant important com la comunicació externa –és a dir, cap als mercats directament o a través d'operadors i altres mitjans- és establir una estratègia de comunicació de caràcter intern que doni a conèixer les activitats de dinamització turística que es porten a terme a la comarca, a fi d'augmentar la implicació dels agents turístics en tot aquest procés.

En aquest Pla d'Acció es proposen diferents actuacions que poden generar moltes notícies relacionades amb l'activitat turística de la comarca: indicadors de sostenibilitat, programes de mobilitat sostenible, accessibilitat, qualitat en destí, creació de producte, etc. que necessiten la implicació de tots els agents turístics i que per tant, han de rebre informació periòdica.

Per tot això, es proposa preparar un Pla de comunicació que:

- identifiqui el públic a qui ha d'anar adreçat,
- estableixi la freqüència en què s'ha de interactuar amb aquest públic,
- els sistemes i instruments (presentacions puntuals, edició de newsletters, degoteix informatiu)
- defineixi els continguts

Resultats esperats:

Disposar d'un Pla de comunicació
 Generar continguts informatius
 Publicació de notícies relacionades amb les activitats turístiques de la comarca
 Edició de newsletters o reactivació del butlletí de propostes ja existent
 Aconseguir una major implicació dels agents turístics de la comarca en l'estratègia de dinamització turística.

Àmbit d'actuació:

Comarcal

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal
 Taula d'Oficines de Turisme
 Associació Alt Empordà Turisme

Identificació dels/ de les destinataris/àries:

Agents turístics de la comarca públics i privats
 Entitats de promoció turística de caràcter supracomarcal
 Mitjans de comunicació de la comarca i premsa especialitzada

<p>Pressupost estimat:</p> <p>4.500€</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Fons propis de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal.</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal Periodista contractat a temps parcial</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disponibilitat d'un Pla de comunicació • Nombre de notícies generades • Nombre de destinataris a qui arriba la newsletter • Notícies aparegudes en mitjans de comunicació offline i blogs, xarxes socials, etc.
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>Inici el 2014</p>

ACTUACIÓ NUM 12	Revisió dels continguts informatius de la comarca: webs i publicacions
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.1 Posar en valor la diversitat dels recursos turístics, activitats i centres de interès que ofereix la comarca. Programa de comunicació i promoció

Descripció de l'actuació:

Tant important com assegurar la qualitat i actualització de la informació que conté la web turística de la comarca www.empordaturisme.com és la de fer un seguiment de la forma i contingut en què presenten l'oferta turística de l'Alt Empordà altres webs turístiques i publicacions o guies de referència que sovint tenen una repercussió mediàtica molt més important.

Es proposa un treball de identificació de les principals webs turístiques de caràcter supracomarcal gestionades per entitats públiques o privades, publicacions offline i online, guies de referència, webs experiencials, entre d'altres.

Analitzar els continguts i fer propostes d'ampliació i/o correcció dels mateixos utilitzant els dossiers informatius de la fitxa número 10 i altres recursos que afavoreixin un millor tractament de la comarca en aquests mitjans.

Resultats esperats:

Aconseguir una millora en la presència i tractament informatiu de la comarca en les publicacions i webs promocionals.

Donar suport als seus promotors en l'adequació dels continguts.

Àmbit d'actuació:

Comarcal

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal, Associació Alt Empordà Turisme, amb el suport de la Taula d'Oficines de Turisme.

Identificació dels/ de les destinataris/àries:

Editors de guies, revistes i publicacions adreçades als viatgers.
Gestors de pàgines web de promoció turística públics i privats i de comercialització de productes.

Pressupost estimat:

Sense cost, integrat dins les tasques de l'Àrea de Turisme.

Identificació de les fonts de finançament previstes:

No es requereixen

<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>El propi de l'Àrea de Turisme</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <p>Webs i publicacions identificades Propostes de continguts preparades Continguts que s'han modificat per part dels gestors de les planes web o dels editors de les publicacions.</p>
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>Inici el 2014</p>

ACTUACIÓ NUM 13	Suport a la creació de productes
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.2 Suport a la creació de productes específics per millorar l'ocupació dels establiments

Descripció de l'actuació:

A la fitxa número 10 s'ha justificat la necessitat de crear 6 dossiers específics que donin a conèixer el potencial de la comarca per a la creació de productes turístics vinculats a les següents activitats:

- *Vacances actives per famílies en destins litorals.*
- *Senderisme, trail running i activitats en bicicleta (ciclisme, cicloturisme i BTT)*
- *Activitats nàutiques i subaquàtiques*
- *Enoturisme i gastronomia*
- *Turisme cultural*
- *Ecoturisme*

A fi de completar el contingut d'aquests dossiers i donar suport a la comercialització d'aquests productes, cal establir un procés de treball conjunt amb els empresaris turístics que permeti crear una gamma representativa de productes turístics, que s'adaptin a les demandes dels mercats a qui van destinats.

D'aquesta manera, cada un dels dossiers incorporats a la fitxa 10 es complementarà amb propostes de productes concrets que farà més visible el potencial que té l'Alt Empordà.

Es proposa organitzar un programa de suport als empresaris que ho requereixin per crear productes específics, en què es recomanarà prendre com a model els que ja ofereixen operadors turístics, webs experiencials i altres plataformes de comercialització de cada un dels mercats, tant a l'Alt Empordà com a d'altres territoris de característiques similars.

Aquest programa es pot començar a partir de les empreses integrades a l'Associació Alt Empordà Turisme a fi d'incentivar que es converteixi en l'entitat que lidera el projecte i que serveixi d'argument per a la captació de nous associats. També incorporant les empreses de l'àmbit del Consorci Salines Bassegoda, principalment pel que fa a l'activitat de BTT.

Aquesta metodologia s'ha utilitzat en altres zones com el Pallars Jussà o la Ribera d'Ebre i ha permès crear dossiers professionals que a més de donar a conèixer el potencial que tenen aquests territoris presenten propostes específiques.

Una part del contingut d'aquest programa de suport es pot proposar que es desenvolupi conjuntament amb el Patronat de Turisme Costa Brava Girona a partir del programa de formació que lidera, *Turisme Programa de formació 360º*.

Resultats esperats:

Disposar de una gamma variada de productes turístics vinculats a les tipologies esmentades en la descripció.

Àmbit d'actuació:

Comarcal

<p>Identificació dels actors responsables:</p> <p>Àrea de Turisme del Consell Comarcal Associació Alt Empordà Turisme Entitats turístiques supracomarcal gestores de xarxes d'itineraris: Consorci Salines Bassegoda, Itinerànnia, Pirinexus, .. Taula d'Oficines de Turisme</p>
<p>Identificació dels/ de les destinataris/àries:</p> <p>Empreses d'allotjament, d'activitats turístiques, agències de viatges, associacions empresarials, gestors de recursos culturals, etc. interessades en la creació de productes turístics específics especialment els adherits a l'Associació Alt Empordà Turisme.</p>
<p>Pressupost estimat:</p> <p>15.000 € en cas requerir assistència tècnica externa, distribuït en 2-3 anualitats.</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Ajuts provinents del Fons per al Foment del Turisme. Programes europeus, en cas de integrar aquests productes en algun projecte específic.</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Humans: Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal Empresa externa de suport a les empreses</p> <p>Tecnològic: Aula amb equipament per fer presentacions i connexió internet.</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <p>Nombre de empreses invitades a participar Nombre d'empreses i entitats que participen en el programa Nombre de productes que es dissenyen</p>
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>Inici el 2015, 2 sessions anuals fins a completar la sèrie, seguint el Planning del dossier professional previst en la fitxa 10.</p>

ACTUACIÓ NUM 14	Adaptació dels establiments als nous productes turístics
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.2 Suport a la creació de productes específics per millorar l'ocupació dels establiments

Descripció de l'actuació:

Un aspecte cada cop més important en la creació de productes específics, és l'adaptació dels establiments als requeriments dels usuaris d'aquests productes. Arreu d'Europa, una bona part dels establiments d'allotjament, empreses d'activitats, restaurants i altres negocis van adaptant els seus serveis a uns requisits pre-establerts, una filosofia de treball i un fil argumental en la seva comunicació, que vol donar resposta a aquests requeriments.

D'aquesta manera es troben xarxes d'establiments especialitzats en senderisme, ciclisme, rutes a cavall, ecoturisme, etc.

El què es pretén amb aquesta actuació és:

- Identificar i analitzar les iniciatives existents d'adaptació dels establiments als mercats.
- Preparació de fitxes de treball amb els requeriments que es proposaria a les empreses de l'Alt Empordà.
- Fer accions de formació i acompanyament a les empreses, integrant-los en les previstes en l'actuació 13.

Es podria fer una primera prova pilot amb les empreses associades a Alt Empordà Turisme.

Resultats esperats:

- Disposar de informació sobre xarxes temàtiques d'establiments, especialitzades en diferents tipus de productes turístics.
- Sensibilitzar els empresaris a adaptar els seus establiments i serveis als requeriments d'aquests públics.
- Donar suport a la seva implementació.

Àmbit d'actuació:

Comarcal

Identificació dels actors responsables:

Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal
Associació Alt Empordà Turisme
Entitats turístiques supracomarcal gestores de xarxes d'itineraris: Itinerànnia, Pirinexus, ..
Taula d'Oficines de Turisme

Identificació dels/ de les destinataris/àries:

Empreses turístiques de la comarca especialment les adherides a l'Associació Alt Empordà Turisme.

<p>Pressupost estimat:</p> <p>Coordinació i formació incorporat a les tasques definides a l'actuació núm. 13 de suport a la creació de producte.</p> <p>4.000 euros per a la identificació d'exemples de bones pràctiques i la preparació de fitxes específiques per a les diferents tipologies d'establiments i serveis.</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Ajuts provinents del Fons per al Foment del Turisme. Programes europeus, en cas de integrar aquests productes en algun projecte específic.</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal Empresa externa de suport a les empreses</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiències analitzades • Fitxes preparades per a l'adaptació de les empreses • Empreses a les què es proposa l'adaptació dels serveis i instal·lacions • Empreses que participen en el programa de formació • Empreses que adopten les mesures proposades
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>A partir del 2015</p>

ACTUACIÓ NUM 15	Donar visibilitat al potencial del senderisme i cicloturisme en les webs de les empreses
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.2 Suport a la creació de productes específics per millorar l'ocupació dels establiments

Descripció de l'actuació:

En l'actuació núm. 10 s'ha proposat millorar la informació sobre els recursos i oferta existent i la potencialitat del territori respecte els productes vinculats al turisme actiu cultural i de natura que s'analitza en el capítol 5. Per això, l'actuació proposa l'edició de 6 dossiers professionals que abarquin tota la gamma de productes i la creació de microsites, que enriqueixin la web www.empordaturisme.com amb tota aquesta informació.

A fi de rendibilitzar al màxim la promoció d'aquests productes i fer més visible el treball en xarxa del conjunt del territori, es proposa fer una campanya de sensibilització entre el teixit empresarial, especialment el què participi d'una forma més directa en les accions de creació de producte, a fi que linkin les seves pàgines web amb aquestes microsites, vinculant-les amb els productes en què estan treballant.

En aquesta mateixa línia, es proposa també incentivar la promoció i visibilitat de les webs, de rutes de senderisme i ciclisme des dels propis establiments, aprofitant les rutes dissenyades en el programa Itinerànnia, Pirinexus o altres, que els són més properes.

D'aquesta manera poden oferir itineraris "personalitzats" a l'entorn del seu establiment aprofitant les xarxes ja existents.

Resultats esperats:

Augmentar la visibilitat dels productes vinculats al turisme actiu i de descoberta del territori en les webs de les empreses.
Fomentar el treball en xarxa entre l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal i el teixit empresarial.

Àmbit d'actuació:

Comarcal

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal
Associació Alt Empordà Turisme

Identificació dels/ de les destinataris/àries:

Empreses turístiques de la comarca, interessades en els productes específics que s'estan promocionant, detallats en el capítol 5, especialment les adherides a l'Associació Alt Empordà Turisme.

Pressupost estimat:

Sense cost, integrat en les actuacions de l'equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal.

<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>No es requereixen</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicacions realitzades a les empreses per impulsar que integrin els links dels "microsites" específics. • Planes web que incorporen links als microsites • Empreses que participen en el procés de creació de producte turístic específic.
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>A partir de 2015, seguint la cronologia de l'actuació núm. 10.</p>

ACTUACIÓ NUM 16	Base de dades de monitors i professionals de turisme actiu i cultura
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.2 Suport a la creació de productes específics per millorar l'ocupació dels establiments

Descripció de l'actuació:

L'especialització del territori cap a la pràctica d'aquestes activitats relacionades amb el turisme actiu (senderisme, running, BTT, natació a mar obert, snorkeling, et.) i cultural, s'ha d'adaptar als diferents tipus de clientela potencial que va des dels debutants, practicants habituals i especialistes.

Això requereix l'existència de professionals del territori que puguin acompanyar aquests practicants en la iniciació, i/o perfeccionament.

Actualment ja existeixen algunes empreses que ofereixen serveis vinculats a alguna d'aquestes activitats, per exemple visites guiades, sortides en caiac, iniciació a la vela, monitors de busseig, natació, vol, etc. però no hi ha cap punt d'informació de referència que els aglutini i que doni la imatge de què es disposa d'una oferta àmplia i ben estructurada, tal com fan altres territoris, per exemple Pays d'Aix.

El donar més divulgació d'aquests professionals, permet generar més activitat econòmica, noves oportunitats laborals i una millor imatge de l'adaptació del territori a aquestes activitats.

Per això, es proposa l'edició d'una guia online, però amb un disseny que pugui ser fàcilment imprimible, en què es relacionin les empreses i monitors, per tipus d'activitats.

Resultats esperats:

Aconseguir una guia que aglutini l'oferta de serveis professionals vinculats al turisme actiu i cultural.

Millorar el posicionament de la comarca en aquests productes.

Àmbit d'actuació:

Comarcal

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal
Associació Alt Empordà Turisme

Identificació dels/ de les destinataris/àries:

Practicants d'aquestes activitats.
Empreses turístiques que volen oferir serveis als visitants especialment les adherides a l'Associació Alt Empordà Turisme.

Pressupost estimat:

1.000 € per l'elaboració de la base de dades, disseny i adaptació a la plana web
www.empordaturisme.com

<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Ajuts provinents del Fons per al Foment del Turisme. Programes europeus, en cas de integrar aquests productes en algun projecte específic.</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Professionals i guies que s'adhereixen a la iniciativa • Guia que s'incorpora a la plana web
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>2015 inici de contactes amb els professionals i guies 2016 realització de la guia i incorporació a la plana web</p>

ACTUACIÓ NUM 17	Identificar operadors especialitzats en turisme cultural i artístic
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.2 Suport a la creació de productes específics per millorar l'ocupació dels establiments

Descripció de l'actuació:

L'Àrea de Turisme del Consell Comarcal disposa d'una base de dades molt completa d'operadors de turisme actiu, principalment de senderisme però també de cicloturisme, ecoturisme, activitats nàutiques, subaquàtiques, provinents dels treballs previs que s'han fet en el marc dels projectes Itinerànnia i Empordà.

En el marc d'aquest últim projecte, darrerament es va fer un estudi per a la creació d'un nou producte turístic basat en el patrimoni medieval en el què es van identificar 95 operadors de 6 països diferents que programen rutes de descoberta del patrimoni cultural combinat amb altres activitats com ara el senderisme, cicloturisme, gastronomia o enologia.

També en les accions promocionals que participa la comarca de forma individual o a través d'entitats com ara el Patronat de Turisme Costa Brava Girona s'ha contactat amb operadors, bloggers i mitjans de comunicació relacionats amb el turisme cultural.

Cal tenir present així mateix el pes que té el Museu Dalí, per a l'atracció d'aquest tipus de visitants.

A fi de poder posar en valor totes les potencialitats que té el patrimoni cultural i les activitats artístiques que s'organitzen a la comarca, caldria complementar aquesta base de dades amb operadors i altres plataformes de promoció i comunicació que estan treballant en productes de turisme cultural i artístic en altres territoris.

Resultats esperats:

Disposar d'una base de dades d'operadors i de plataformes de comunicació i comercialització vinculades al turisme cultural i artístic.

Àmbit d'actuació:

Comarcal i marca Costa Brava

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal
Taula d'Oficines de Turisme
Associació Alt Empordà Turisme

Identificació dels/ de les destinataris/àries:

Empreses turístiques, gestors d'equipaments i esdeveniments culturals, oficines de turisme i la pròpia Àrea de Turisme del Consell comarcal especialment les adherides a l'Associació Alt Empordà Turisme.

Pressupost estimat:

500 € per a la creació de la base de dades. Sense cost per a les actualitzacions posteriors

<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Recursos propis</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'operadors analitzats • Nombre de plataformes de comunicació i promoció identificades
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>A partir de 2014, actualització periòdica.</p>

ACTUACIÓ NUM 18	Agenda conjunta d'esdeveniments vinculats als productes de turisme actiu
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.3 Cooperar amb les iniciatives locals dels Ajuntaments relacionades amb la valorització dels recursos

Descripció de l'actuació:

En el capítol 5 d'aquest document s'han identificat alguns dels principals esdeveniments que anualment s'organitzen a la comarca relacionats amb cada un dels productes identificats. També el Dossier Empordà que està en fase de redacció, identifica bona part d'aquesta informació.

Aquests esdeveniments tenen una doble funció molt important en tota l'estratègia de promoció turística de la comarca. D'una banda, permeten atreure visitants interessats en participar-hi i d'altra, són un argument més per posicionar el territori com un destí d'excel·lència per a la pràctica d'aquestes activitats.

Per aquest motiu, és important destinar esforços a mantenir actualitzada la informació sobre totes aquestes activitats que s'organitzen habitualment a la comarca i donar-les a conèixer, incorporant-les en els dossiers específics que es proposa en l'actuació núm. 10 però també editant una guia online i offline que les reculli d'una forma conjunta.

A les fires turístiques especialitzades es pot comprovar que molts destins (territoris, parcs naturals, etc.) editen guies d'aquest tipus que sota el concepte de "Festival d'activitats" (natura, cultura) donen molta visibilitat a esdeveniments que de forma aïllada no tenen uns canals de promoció suficientment estructurats.

Aquesta guia s'ha d'estructurar per capítols, seguint els productes identificats en l'actuació núm. 10.

Resultats esperats:

Edició d'una guia per al conjunt de la comarca que a partir dels esdeveniments recollits en l'apartat 5 d'aquest document i en el Dossier Empordà, vagi incorporant el màxim nombre d'esdeveniments.

Garantir que en un període relativament curt de temps (2 o 3 anys) es converteixi en una guia de referència tant per als residents com per a la promoció turística de la comarca.

Àmbit d'actuació:

Comarcal

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal
Taula d'Oficines de Turisme
Associació Alt Empordà Turisme
Organitzadors d'esdeveniments

<p>Identificació dels/ de les destinataris/àries:</p> <p>Empreses turístiques Mitjans de comunicació Entitats cíviques de la comarca Públic en general</p>
<p>Pressupost estimat</p> <p>2000 € per al disseny, maquetació i aplicació online. 6.000 € per a la impressió (en funció de la tirada i qualitat del paper)</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Ajuts provinents del Fons per al Foment del Turisme. Programes europeus, en cas de integrar aquests productes en algun projecte específic</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal Equip tècnic gestor de la plana web.</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'entitats que s'adhereixen a la iniciativa • Nombre d'esdeveniments que s'incorporen a la guia • Tipologies d'esdeveniments • Nombre d'actualitzacions al llarg de l'any • Incorporació de la guia a la www.empordaturisme.com • Nombre d'exemplars que s'editen en format paper
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>A partir de 2015 i actualització anual.</p>

ACTUACIÓ NUM 19	Preparar una agenda conjunta dels principals esdeveniments culturals i artístics
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.3 Cooperar amb les iniciatives locals dels Ajuntaments relacionades amb la valorització dels recursos

Descripció de l'actuació:

En el capítol 5 d'aquest document s'ha fet esment a l'activitat realitzada pel Consell Comarcal de l'Alt Empordà en la creació d'una xarxa de museus i a l'estudi fet conjuntament amb la comarca del Baix Empordà, per analitzar les potencialitats del patrimoni medieval. També el Dossier Empordà que s'està realitzant recull informació dels principals esdeveniments.

Hauria d'incloure la programació musical i les exposicions organitzades per entitats públiques o per galeries d'art. Una iniciativa similar es va publicar al diari EL PUNT sota el títol "Un estiu d'art" www.elpuntavui.cat/noticia/article/5-cultura/19-cultura/54739-un-estiu-dart-a-lemporda.html

Cal destacar així mateix la rellevància d'equipaments culturals, destacant com a icones de la comarca, el llegat Dalí, Sant Pere de Rodes o Empúries, entre molts altres.

Les visites a monuments i museus són part indissociable de moltes estades de vacances de sol i platja tal com es desprèn de les consultes realitzades a les oficines de turisme. Ho veiem també en els productes de turisme actiu i d'itineraris, que ofereixen operadors de referència.

Es proposa mantenir actualitzada la informació conjunta sobre esdeveniments culturals i artístics, similar a la que s'ha proposat per a l'actuació 18 centrada en productes de turisme actiu, realitzada a partir del treball conjunt entre els agents públics i privats implicats.

L'edició hauria de ser online i també en paper, incorporant-la així mateix en els dossiers que es proposen en l'actuació 10.

Resultats esperats:

Edició d'una agenda conjunta d'activitats culturals i artístiques a partir dels esdeveniments recollits en l'apartat 5 d'aquest document i en el Dossier Empordà, incorporant així mateix les organitzades per galeries d'art i altres exposicions de caràcter temporal.

Garantir que en un període curt de temps esdevingui una guia de referència per als residents així com en les actuacions de promoció turística de la comarca.

Àmbit d'actuació:

Comarcal

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal
Taula d'Oficines de Turisme
Associació Alt Empordà Turisme
Organitzadors d'activitats culturals i artístiques, públics i privats

<p>Identificació dels/ de les destinataris/àries:</p> <p>Empreses turístiques Mitjans de comunicació Públic en general</p>
<p>Pressupost estimat:</p> <p>2000 € per al disseny, maquetació i aplicació online. 6.000 € per a la impressió (en funció de la tirada i qualitat del paper)</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Ajuts provinents del Fons per al Foment del Turisme Programes europeus, en cas d'integrar aquests productes en algun projecte específic. Finançament privat per part d'organitzadors d'alguns d'aquests esdeveniments</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal Equip tècnic gestor de la plana web</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'entitats que programen esdeveniments, que s'adhereixen a la iniciativa • Nombre d'esdeveniments que s'incorporen a la guia • Tipologies d'esdeveniments • Nombre d'actualitzacions al llarg de l'any • Incorporació de la guia a la www.empordaturisme.com • Nombre d'exemplars que s'editen en format paper
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>A partir de 2015 i actualització anual</p>

ACTUACIÓ NUM 20	Reforçar el programa conjunt d'activitats organitzades pels parcs naturals
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.3 Cooperar amb les iniciatives locals dels Ajuntaments relacionades amb la valorització dels recursos

Descripció de l'actuació:

La comarca compta amb 3 parcs naturals i 1 paratge natural d'interès nacional, situats en la franja costanera i connectats a través de xarxes de camins, la qual cosa reforça la imatge de qualitat, com a destí de sol i platja, que vol preservar els seus paisatges i singularitat.

Els espais protegits venen organitzant activitats al llarg de tot l'any. Recentment s'ha iniciat una línia de programar i difondre conjuntament aquestes activitats i l'edició d'un fullet conjunt de visites guiades de primavera i tardor. Així mateix, moltes empreses i municipis al seu voltant lideren iniciatives que també hi estan vinculades.

Les visites als espais naturals protegits són una de les activitats més demandades pels visitants en els seus viatges de lleure, com a observadors de flora i fauna però molt especialment per gaudir dels paisatges a través de la xarxa de itineraris i participant en les activitats que combinen lleure i educació ambiental.

Els espais protegits de la comarca estan treballant en la programació i difusió conjunta de les activitats, a més de treballar en xarxa amb altres parcs de la Mediterrània.

Es tracta per tant d'una iniciativa que cal reforçar des del conjunt de la comarca demanant d'incloure sempre que sigui possible, activitats que s'organitzin des dels municipis i entitats privades.

Complementar les agendes indicades en les actuacions 18 i 19 amb una específica sobre les activitats que es realitzen a l'entorn dels parcs naturals, amb el suport dels seus ens de gestió.

Resultats esperats:

Donar més rellevància al paper dels espais naturals protegits en una zona turística de qualitat: Empordà-Costa Brava com elements de prestigi i de singularitat.

Disposar d'un programa conjunt d'activitats organitzades pels parcs naturals que s'integri en les actuacions de comunicació i promoció turística de la comarca, tant online com en format paper.

Àmbit d'actuació:

Comarcal

Identificació dels actors responsables:

Àrees de Turisme del Consell Comarcal
Equip tècnic dels espais naturals protegits
Taula d'Oficines de Turisme
Associació Alt Empordà Turisme
Altres organitzadors d'activitats a l'entorn dels espais naturals protegits

<p>Identificació dels/ de les destinataris/àries:</p> <p>Visitants als espais naturals protegits Mitjans de comunicació Públic en general</p>
<p>Pressupost estimat:</p> <p>3.000€ per a la impressió (en funció de la tirada i qualitat del paper)</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Recursos dels espais naturals protegits Ajuts provinents del Fons per al Foment del Turisme Programes europeus en cas d'integrar aquests productes en algun projecte específic.</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal Equips tècnics dels espais naturals protegits Equip tècnic gestor de la plana web www.empordaturisme.com</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'espais naturals protegits que s'adhereixen a la iniciativa • Nombre de municipis i altres agents privats que s'adhereixen a la iniciativa • Nombre d'activitats que s'integren a la guia • Tipologia d'activitats • Nombre d'actualitzacions al llarg de l'any • Incorporació del programa a la www.empordaturisme.com • Nombre d'exemplars que s'editen en format paper
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>A partir de 2015 i actualització anual</p>

ACTUACIÓ NUM 21	Suport a la creació de canals de natació a mar obert
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.3 Cooperar amb les iniciatives locals dels Ajuntaments relacionades amb la valorització dels recursos

Descripció de l'actuació:

Seguint l'estratègia de crear nous productes turístics relacionats amb la descoberta del territori i les activitats físiques en el medi natural, cal anar implementant noves iniciatives que afavoreixin la pràctica d'una gamma cada vegada més àmplia d'activitats. Un exemple és el cas de França on el concepte "rando" s'associa a una gamma molt diversa: a peu, en bicicleta, a cavall, nedant, ...

Tenint present que les activitats recreatives vinculades amb el mar són un dels principals motius per escollir les vacances en destins litorals i també l'augment dels aficionats a les travesses de natació, es proposa incentivar la creació de nous canals de natació a mar obert de llarga distància que s'incorporin al projecte Vies Braves que promou el Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

Fer difusió conjunta de tots els canals habilitats i dels esdeveniments associats: competicions, entrenaments, etc. incorporant-ho a la plana web www.empordaturisme.com

Resultats esperats:

Incorporar una nova activitat de turisme actiu en destins litorals
Reforçar les accions promocionals vinculades a aquesta activitat

Àmbit d'actuació:

Comarcal

Identificació dels actors responsables:

Municipis litorals interessats en la creació d'aquests canals
Taula d'Oficines de Turisme
Coordinació per l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal

Identificació dels/ de les destinataris/àries:

Públic en general interessat en la pràctica de la natació de llarga distància

Pressupost estimat:

L'empresa Technojet Hydrosystems proposa un programa d'assessorament, senyalització, promoció i dinamització amb un cost de 8.000€.

Identificació de les fonts de finançament previstes:

Pressupostos municipals per a la instal·lació dels canals i la organització d'activitats
Ajuts provinents del Fons per al Foment del Turisme.

<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Serveis tècnics municipals Àrea de Turisme del Consell Comarcal i Taula d'oficines de turisme per a la promoció conjunta.</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre de municipis interessats en portar a terme canals de natació a mar obert • Nombre de municipis que executen aquests canals • Kms. de canals habilitats • Incorporació de la informació a la plana web • Esdeveniments organitzats a l'entorn d'aquests canals • Nombre de notícies aparegudes sobre l'habilitació de canals i sobre els esdeveniments associats.
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>A partir del 2015.</p>

ACTUACIÓ NUM 22	Suport a la promoció de les activitats de vol
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.3 Cooperar amb les iniciatives locals dels Ajuntaments relacionades amb la valorització dels recursos

Descripció de l'actuació:

Tal com s'explica en el capítol 5 d'aquest document, la comarca compta amb equipaments únics per a la pràctica d'activitats de vol, concretament el Skydive i el Túnel del Vent que tenen la voluntat de convertir-se en un referent d'àmbit mundial.

Aquesta activitat és una font d'atracció per a un tipus de públic molt especialitzat, de nivell econòmic mitjà-alt i a més és un important recurs promocional per al municipi de Castelló d'Empúries, per a la comarca i per la Costa Brava en general.

Es proposa:

- donar suport a l'Àrea de Turisme de Castelló d'Empúries-Empuriabrava per que aquesta activitat tingui la màxima visibilitat en totes les estratègies de comunicació i promoció de la comarca.
- aprofitar els esdeveniments que s'hi celebren per donar a conèixer tot el seu potencial turístic.
- incorporar algunes de les activitats de vol en les ofertes de "multiactivitat" adreçades a vacances actives en destins litorals, per famílies i altres col·lectius.

Resultats esperats:

Augmentar la visibilitat de les activitats de vol, vinculant-les amb la imatge turística de la comarca de l'Alt Empordà.

Cooperar amb l'Àrea de turisme del municipi de Castelló d'Empúries-Empuriabrava per donar a conèixer als practicants d'aquestes activitats i als assistents a aquests esdeveniments el conjunt de recursos de la comarca.

Incorporar activitats de vol als productes turístics de la comarca que es configurin a partir de l'actuació núm. 10.

Àmbit d'actuació:

Comarcal i municipi de Castelló d'Empúries-Empuriabrava

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del municipi de Castelló d'Empúries-Empuriabrava
Àrea de Turisme del Consell Comarcal
Associació Alt Empordà Turisme

<p>Identificació dels/ de les destinataris/àries:</p> <p>Practicants d'activitats de vol a les instal·lacions del municipi de Castelló d'Empúries-Empuriabrava.</p> <p>Visitants de la comarca</p> <p>Empreses que configurin packages de vacances actives en destins litorals</p>
<p>Pressupost estimat:</p> <p>Sense cost</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>No requereix de finançament</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equips tècnics de l'Àrea de Turisme del municipi de Castelló d'Empúries-Empuriabrava i de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accions promocionals vinculades amb les activitats de vol • Esdeveniments que es realitzen • Reunions de seguiment de les actuacions entre les dues Àrees • Incorporació d'activitats de vol en packages de multiactivitat per diferents col·lectius
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>A partir de 2015</p>

ACTUACIÓ NUM 23	Desplegament de les rutes previstes en el pla d'enoturisme Empordà
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.4 Promoure els productes del territori (agroalimentaris i artesans) i la seva incorporació a l'oferta dels establiments

Descripció de l'actuació:

La iniciativa impulsada per la D.O. Empordà i les dues comarques de l'Alt i el Baix Empordà, té previst desenvolupar un Pla d'Acció per el període 2014-2017 en el qual es proposa la creació d'una sèrie de rutes d'enoturisme sota el títol Empordà – Camins del Vi que combina les visites a cellers amb visites a altres elements d'interès, concretament són:

- Camí del vi de l'Empordà
- Camí del vi i el suro
- Camí d'enllaç – una ruta entre les dues comarques.

Per tant es proposa:

- Portar a terme el Pla d'acció 2014-2017 d'Enoturisme reforçant la relació entre les visites a cellers amb la pràctica de senderisme, ciclisme, touring, i altres tipus d'activitats que li donen notorietat, com seria l'exemple del "enocaiac".
- Reforçar els continguts informatius sobre enoturisme a www.empordaturisme.com, així com donar suport a la ruta del vi DO Empordà que es promou des del Patronat de Turisme Costa Brava Girona.
- Intensificar la interrelació entre les visites als cellers amb la d'altres productors agroalimentaris com ara els trulls d'oli.

També és important tenir en compte el paper que ha de tenir Casa Empordà, de Figueres, en la implementació de les rutes i en la divulgació dels recursos i productes vinculats a l'enoturisme i la gastronomia.

Resultats esperats:

- Desenvolupament de les rutes d'enoturisme.
- Intensificar la relació entre la qualitat dels vins de l'Empordà i els productes agroalimentaris a la promoció turística de la comarca.
- Donar suport a la implementació de la ruta del vi DO Empordà.
- Disposar d'un centre de referència per a la presentació dels productes agraris i agroalimentaris a Figueres.

Àmbit d'actuació:

Comarcal i supracomarcal

Identificació dels actors responsables:

Àrees de Turisme dels Consells Comarcals de l'Alt i Baix Empordà
Taula d'Oficines de Turisme
Associació Alt Empordà Turisme
DO Empordà

<p>Identificació dels/ de les destinataris/àries:</p> <p>Cellers de l'Empordà integrats al programa d'enoturisme Altres productors agroalimentaris Empreses d'activitats i operadors que vulguin crear producte a l'entorn de l'enoturisme i els productors locals especialment a les adherides a l'Associació Alt Empordà Turisme.</p>
<p>Pressupost estimat:</p> <p>A càrrec de DO Empordà</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>No requereix finançament</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equips tècnics de les Àrees de Turisme dels Consells Comarcals Equip tècnic de la DO Empordà</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grau d'execució de les rutes previstes en el Pla d'Acció d'Enoturisme • Nombre de cellers i productors agroalimentaris implicats • Nombre d'empreses d'activitats i operadors que creen producte al voltant de l'enoturisme i les visites a productors • Increment de informació sobre enoturisme i les rutes a la web www.empordaturisme.com
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>A partir de 2014</p>

ACTUACIÓ NUM 24	Suport a la ruta del Vi D.O. Empordà que promou el Patronat de Turisme Costa Brava Girona
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.4 Promoure els productes del territori (agroalimentaris i artesans) i la seva incorporació a l'oferta dels establiments

Descripció de l'actuació:

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona, juntament amb la DO Empordà estan treballant en la certificació de la Ruta del Vi DO Empordà que atorga ACEVIN – Asociación Española de Ciudades del Vino, de la qual l'Àrea de Turisme forma part del Consell Executiu.

Per tant, les actuacions que s'han de desenvolupar són les que ja estan previstes en el Pla d'Actuació del Patronat de Turisme i que són les següents :

- Senyalització dels establiments
- Constitució de taules de treball
- Edició de publicacions sobre les rutes
- Creació de plana web i difusió per les xarxes socials
- Accions de benchmarking
- Creació de marxandatge
- Organització d'esdeveniments com ara el programa VÍVID.
- Organització de press trips, fam trips, etc.
- Participació a fires

Resultats esperats:

Els dissenyats pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona i DO Empordà.

Àmbit d'actuació:

Àrea geogràfica de la DO Empordà

Identificació dels actors responsables:

Patronat de Turisme Costa Brava Girona
DO Empordà
Àrea de Turisme del Consell Comarcal

Identificació dels/ de les destinataris/àries:

Cellers de l'Empordà integrats al programa Ruta del Vi DO Empordà
Empreses d'activitats i operadors que vulguin crear producte a l'entorn de l'enoturisme

Pressupost estimat:

Sense cost pel Consell Comarcal

Identificació de les fonts de finançament previstes:

No requereix finançament

<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equips tècnics del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, Àrea de Turisme del Consell Comarcal i de la DO Empordà.</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fixats per l'acord entre Patronat de Turisme Costa Brava Girona i DO Empordà
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>A partir de 2014</p>

ACTUACIÓ NUM 25	Creació de rutes per visitar productors agroalimentaris i artesans
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.4 Promoure els productes del territori (agroalimentaris i artesans) i la seva incorporació a l'oferta dels establiments

Descripció de l'actuació:

Les àrees de turisme i promoció econòmica de les comarques de l'Alt i el Baix Empordà estan treballant des de fa anys en el suport als productors agroalimentaris i en la comunicació dels valors de la seva producció. Això s'ha traduït en la certificació de la marca de garantia "Productes de l'Empordà" pels següents productes:



- Ceba de Figueres
- Brunyols de l'Empordà.
- Botifarra dolça
- Arròs de Pals
- Recuit
- Poma de Relleno de Vilabertran

En el capítol 4 d'aquest document s'ha mostrat que en d'altres regions de característiques similars, les webs de promoció turística fan molt notòria la presència de productes agroalimentaris de qualitat, dissenyen rutes que integren la visita a productors i faciliten una agenda amb els dies i hores de visita que aquests programen.

Durant el 2013, l'Ajuntament de Figueres ha portat a terme diverses actuacions de suport a les empreses agroalimentàries de la comarca en el marc dels Projectes Innovadors. Una de les actuacions s'ha centrat en formació per crear un nou perfil professional vinculat al turisme agroalimentari, en què han participat 8 empreses i s'ha format a 12 persones. També s'ha donat suport a la creació d'una xarxa d'empreses agroalimentàries de la comarca.

Per això, es proposa continuar impulsant la valorització dels productes agroalimentaris a través de:

- Donar suport als artesans alimentaris incorporant-los en tota l'estratègia de comunicació turística i en la vinculada específicament a l'enoturisme, molt especialment els que han participat en el projecte que ha desenvolupat l'Ajuntament de Figueres el 2013.
- Fer-ne divulgació en el dossier específic d'enoturisme i gastronomia incorporat en l'acció 10.
- Donar suport a la creació d'un programa (agenda) de visites a productors, tenint en compte les limitacions quant a dies, hores i tipus de visitants que estableixin.
- Facilitar als productors el disseny de la visita tenint en compte el material derivat de la formació portada a terme en el marc del Projecte Innovador 2013.
- Integrar els resultats en una ruta de turisme agroalimentari

Resultats esperats: <ul style="list-style-type: none"> • Augmentar la presència dels productors agroalimentaris en la web i material de promoció turística de la comarca. • Fer arribar el dossier específic d'enoturisme i gastronomia als operadors i prescriptors que es decideixi. • Disposar d'un programa conjunt de visites a aquells productors que vulguin obrir les portes de les seves empreses als visitants. • Disposar de material de suport per al disseny de visites per part dels productors. • Comptar amb una ruta de turisme agroalimentari a partir dels resultats que es treballen en el marc del Projecte Innovador.
Àmbit d'actuació: Comarcal i supracomarcal, especialment l'àmbit de la Marca de Garantia Empordà
Identificació dels actors responsables: Àrees de Turisme del Consell Comarcal Àrea de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Figueres, impulsor del Projecte Innovador 2013 de Dinamització del Sector Agroalimentari Oficines de Turisme i Ajuntaments Associació Alt Empordà Turisme
Identificació dels/ de les destinataris/àries: Productors agroalimentaris de la comarca.
Pressupost estimat: 10.000 € d'assessorament extern de suport a les empreses.
Identificació de les fonts de finançament previstes: Ajuts provinents del Fons per al Foment del Turisme. Altres programes de suport al desenvolupament local. Programes europeus, en cas de integrar aquests productes en algun projecte específic.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris: Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal Equip tècnic de l'Àrea de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Figueres Empresa externa de suport a les empreses
Indicadors de seguiment: <ul style="list-style-type: none"> • Nous continguts informatius a www.empordaturisme.com així com en el material promocional, vinculats a la valorització dels productes agroalimentaris. • Contactes amb operadors i mitjans de comunicació per a la presentació del dossier professional específic. • Nombre de productors agroalimentaris que s'incorporen al programa de visites. • Nombre de visites que es programen anualment.
Cronologia de l'execució: A partir de 2015, renovació cada 2 anys.

ACTUACIÓ NUM 26	Convertir Casa Empordà en l'inici dels productes de enoturisme, agroalimentaris i artesania
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.4 Promoure els productes del territori (agroalimentaris i artesans) i la seva incorporació a l'oferta dels establiments

Descripció de l'actuació:

L'Ajuntament de Figueres té previst posar en marxa un nou equipament, Casa Empordà que a més de fer les funcions d'Oficina de Turisme, esdevinguin la porta d'entrada a la descoberta de la comarca i el punt de trobada dels productors agroalimentaris del territori i els seus potencials consumidors finals.

Per això es proposa:

Donar suport a la iniciativa de Casa Empordà a fi que el Centre esdevingui el punt de referència de la presentació als visitants d'aquests tipus de productes, a través de les accions de comunicació i promoció turístiques de la comarca.

Resultats esperats:

- Incorporar Casa Empordà en tota l'estratègia de dinamització turística dels productes agroalimentaris i enoturisme.
- Convertir Casa Empordà en el punt de trobada entre els productors agroalimentaris i els agents turístics.

Àmbit d'actuació:

Comarcal i Ajuntament de Figueres

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Promoció Econòmica i Turisme de l'Ajuntament de Figueres.
Àrea de Turisme del Consell Comarcal
Taula d'Oficines de Turisme
Associació Alt Empordà Turisme

Identificació dels/ de les destinataris/àries:

Productors agroalimentaris

Pressupost estimat:

Cost integrat en la posta en funcionament de Casa Empordà

Identificació de les fonts de finançament previstes:

No es requereixen

Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:

Equip tècnic de l'Àrea de Promoció Econòmica i Turisme de l'Ajuntament de Figueres
Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal

Indicadors de seguiment:

- Productors agroalimentaris que s'incorporin al projecte de Casa Empordà.
- Accions de promoció turística en les què participa Casa Empordà

Cronologia de l'execució:

A partir de la posta en funcionament del Centre.

ACTUACIÓ NUM 27	Desenvolupament d'un calendari conjunt de jornades i fires gastronòmiques
LÍNIA ESTRATÈGICA	2. Diversificació de producte i segmentació de mercats
OBJECTIU ESPECÍFIC	2.4 Promoure els productes del territori (agroalimentaris i artesans) i la seva incorporació a l'oferta dels establiments

Descripció de l'actuació:

Tal com hem vist en les actuacions anteriors, des d'aquest Pla d'Acció hi ha una aposta molt forta d'associar el producte local –especialment agroalimentari- en tota l'estratègia de dinamització turística amb l'objectiu que es converteixi en un dels recursos de referència, atesa la qualitat, la seva diversitat i la implicació d'una bona part dels productors, especialment vins i olis.

D'altra banda, molts municipis i col·lectius de restauradors, productors, etc. de la comarca organitzen periòdicament jornades gastronòmiques i fires de productes locals que tenen una repercussió important en la imatge turística de la comarca i en la captació de visitants.

El Dossier Empordà fa un recull de les principals activitats que hi estan relacionades.

Es proposa donar més visibilitat a aquests esdeveniments com a complement a totes les accions de promoció del producte agroalimentari a través de l'edició conjunta d'una agenda que reculli totes les fires, jornades gastronòmiques i altres esdeveniments.

L'edició d'aquesta guia s'ha de preveure en format paper i online, incorporant-la a la web www.empordaturisme.com i dissenyant un pla de comunicació específic a través de les xarxes socials, generació de notícies i difusió entre els agents turístics de la comarca.

Resultats esperats:

Disposar d'una guia conjunta d'esdeveniments vinculats a la gastronomia i als productes agroalimentaris del territori.

Integrar aquesta guia en la web www.empordaturisme.com

Disposar d'un pla de comunicació online per a la seva difusió.

Àmbit d'actuació:

Comarcal

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal

Taula d'Oficines de Turisme

Associació Alt Empordà Turisme

Identificació dels/ de les destinataris/àries:

Públic en general

Mitjans de comunicació

Líders d'opinió, bloggers

<p>Pressupost estimat:</p> <p>3.000€</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Ajuts provinents del Fons per al Foment del Turisme Patronat de Turisme Costa Brava Girona</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicació del calendari conjunt d'esdeveniments • Nombre de municipis i entitats que s'han integrat • Nombre d'esdeveniments incorporats • Nombre d'empreses i productors que participen en els esdeveniments • Nombre d'exemplars del calendari • Difusió online del calendari • Notícies aparegudes en mitjans de comunicació vinculades al calendari
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>A partir del 2015</p>

ACTUACIÓ NUM 28	Base documental on-line
LÍNIA ESTRATÈGICA	3. Cooperació i treball en xarxa
OBJECTIU ESPECÍFIC	3.1 Consolidar la cooperació amb els agents públics i privats de la comarca a través de la Taula d'oficines de turisme i de l'Associació Alt Empordà Turisme

<p>Descripció de l'actuació:</p> <p>Dissenyar un Manual d'acollida en format digital que contingui tota la informació sobre recursos, serveis i equipaments turístics de la comarca.</p> <p>El treball es realitzarà aprofitant o complementant les dades que es van introduint a la plana web turística de la comarca, dels propis ajuntaments, del Dossier Empordà que s'està realitzant i dels dossiers específics que es vagin creant per cada producte turístic, descrites en les actuacions núm. 10 i 18.</p> <p>El manual d'acollida s'anirà actualitzant en funció de la vigència de cada un dels apartats.</p> <p>Aquest manual serà la base documental de tota la documentació turística del Consell Comarcal que aplicarà en els diferents suports: web, fulletons, dossiers, etc. i es farà amb les fonts de les oficines de turisme i punts d'informació col·laboradors .</p>
<p>Resultats esperats:</p> <p>Comptar amb una base documental compartida per tots els agents turístics de la zona i d'una forma especial, pels integrants de la Taula de Turisme i de la xarxa de punts d'informació</p>
<p>Àmbit d'actuació:</p> <p>Comarcal</p>
<p>Identificació dels actors responsables:</p> <p>Àrea de Turisme del Consell Comarcal de l'Alt Empordà amb el suport de la Taula d'Oficines de Turisme. Associació Alt Empordà Turisme</p>
<p>Identificació dels/ de les destinataris/àries:</p> <p>Tècnics de turisme dels municipis i responsables dels centres d'interpretació, equipaments museístics i punts d'informació col·laboradors.</p>
<p>Pressupost estimat:</p> <p>2.000 € Disseny de la base de dades on-line que pugui tenir també aplicacions en format paper.</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Fons per al foment del turisme destinat als ens locals</p>

<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Personal del Consell Comarcal, col·laboradors de la Taula d'oficines de Turisme. Empresa de suport per al disseny de la base de dades.</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capítols que incorpora el manual. • Nombre d'entrades per capítol • Nombre d'actualitzacions anuals
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>2014. Preparació de l'índex del manual i desenvolupament dels continguts Anualment, manteniment i actualització de la informació.</p>

ACTUACIÓ NUM 29	Taula d'oficines de turisme i centres d'interpretació
LÍNIA ESTRATÈGICA	3. Cooperació i treball en xarxa
OBJECTIU ESPECÍFIC	3.1 Consolidar la cooperació amb els agents públics i privats de la comarca a través de la Taula d'oficines de turisme i de l'Associació Alt Empordà Turisme

Descripció de l'actuació:

Des de fa uns anys, a la comarca s'ha implantat un sistema de treball en xarxa entre l'Àrea de Turisme i els responsables tècnics de les oficines de turisme dels ajuntaments. Aquest treball serveix per compartir opinions sobre l'evolució turística de la comarca, marcar línies de treball, accions conjuntes, etc. que faciliten la implementació de qualsevol Pla d'acció en matèria de turisme, com el què es proposa.

Tal com s'apunta en les fitxes d'actuacions, la Taula d'Oficines de Turisme ha de continuar tenint un paper molt destacat.

Per això es proposa:

- Continuar amb el desenvolupament d'un pla de treball per a la Taula d'Oficines de Turisme i centres d'interpretació.
- Anar integrant altres punts d'informació vinculats a equipaments culturals i centres d'interpretació.
- Crear una comissió de seguiment dels indicadors de sostenibilitat.

Resultats esperats:

Disposar d'un pla de treball anual amb assignació de tasques i funcions i una periodificació de les reunions i de la presentació de resultats.

Àmbit d'actuació:

Comarcal

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal
Taula d'oficines de Turisme

Identificació dels/ de les destinataris/àries:

Oficines de turisme, equipaments culturals, espais naturals, i altres equipaments i iniciatives vinculades al turisme especialment les adherides a l'Associació Alt Empordà Turisme.

Pressupost estimat:

Sense cost. Inclòs en les actuacions que ja realitza l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal

Àmbit d'actuació:

Comarcal

<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>No es requereixen</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>L'equip tècnic del Consell Comarcal</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre de entitats integrades a la Taula • Document de pla de treball • Relació de funcions i assignació de tasques • Nombre de reunions de la Comissió • Assistents a les reunions
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>Mesos de octubre a maig, una reunió mensual presencial o on-line.</p>

ACTUACIÓ NUM 30	Xarxa de punts d'informació col·laboradors
LÍNIA ESTRATÈGICA	3. Cooperació i treball en xarxa
OBJECTIU ESPECÍFIC	3.1 Consolidar la cooperació amb els agents públics i privats de la comarca a través de la Taula d'oficines de turisme i de l'Associació Alt Empordà Turisme

Descripció de l'actuació:

A l'inici d'aquest capítol hem parlat de la importància del treball en xarxa i de la participació de les empreses turístiques en totes les accions de valorització dels recursos turístic de la comarca, que facilita l'acollida i atenció dels visitants i la promoció turística de tots els equipaments i serveis.

Per això molts, territoris estan treballant en l'establiment de sistemes de cooperació i partenariat amb els establiments d'allotjament, restauració i activitats perquè puguin informar i proposar als seus clients les activitats que s'ofereixen des del territori.

Iniciar un procés d'integració de diferents establiments d'allotjament, empreses d'activitats, restauració, cellers i productors agroalimentaris, etc. perquè es puguin convertir en punts d'informació sobre l'oferta turística de la comarca i de les iniciatives i activitats que es van desenvolupant.

Per acreditar-se com a punt d'informació es prepararan dos cursos anual de 3-4 sessions de mig dia de durada, que combinarà visites a recursos i equipaments turístics emblemàtics, presentacions de empreses i iniciatives turístiques, tècniques d'atenció als visitants i de quantificació de les consultes així com de presentació de la Base documental – manual d'acollida.

El curs estarà adreçat a totes les empreses interessades i se'ls facilitarà els continguts de la Base documental - manual d'acollida, així com l'accés a les actualitzacions que s'hi vagin incorporant.

També, un sistema de seguiment de les consultes ateses.

Resultats esperats:

Fomentar la implicació de les empreses turístiques de la comarca i el coneixement i treball en xarxa entre els participants.

Millorar l'atenció al visitant i facilitar informació de qualitat sobre els centres de interès turístic, activitats, etc. que pot gaudir.

Àmbit d'actuació:

Comarcal

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal
Associació Alt Empordà Turisme
Taula d'oficines de Turisme

<p>Identificació dels/ de les destinataris/àries:</p> <p>Empreses turístiques de la comarca especialment les adherides a l'Associació Alt Empordà Turisme.</p>
<p>Pressupost estimat:</p> <p>1.600€ Sessions de formació 3.000€ Material de formació i manuals d'acollida</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Fons per al foment del turisme destinat als ens locals</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Tècnics del Consell Comarcal, membres de la Taula d'Oficines de Turisme així com algun expert extern.</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participants en les sessions de formació. • Recursos, equipaments i empreses visitades • Empreses i entitats que s'han homologat com a punts d'informació col·laboradors.
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>Inici segon trimestre 2015 A partir del segon any, realització anual</p>
<p>Mètodes per a l'avaluació:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llista de participants en els cursos • Llista de recursos i empreses visitats • Certificats d'homologació lliurats.

ACTUACIÓ NUM 31	Promocionar la xarxa de museus i centres d'interpretació
LÍNIA ESTRATÈGICA	3. Cooperació i treball en xarxa
OBJECTIU ESPECÍFIC	3.1 Consolidar la cooperació amb els agents públics i privats de la comarca a través de la Taula d'oficines de turisme i de l'Associació Alt Empordà Turisme

Descripció de l'actuació:

Des de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal s'ha iniciat un procés de treball conjunt per millorar la cooperació amb els museus i centres d'interpretació per integrar-los més en tota l'estratègia de dinamització i promoció turística de la comarca.

Aquests museus són una excel·lent porta d'entrada per descobrir els valors del territori i també un motor d'atracció de visitants pel seu contingut, visibilitat i relació amb algunes de les principals icones culturals i turístiques del país.

A més de la visita del propi Centre, moltes de les activitats que s'organitzen al llarg de l'any són també d'interès per als visitants.

Per aquest motiu es proposa establir un sistema estable de cooperació amb els gestors dels museus i centres d'interpretació a fi d'assegurar la seva visibilitat en l'estratègia de dinamització i promoció turística de la comarca.

Estimular la integració de les visites a aquests centres en els itineraris i rutes que s'estan dissenyant.

Estudiar la viabilitat d'implementar un sistema de "Visit Card" a la comarca.

Resultats esperats:

- Millorar la comunicació de forma estable amb els gestors dels museus i centres d'interpretació.
- Facilitar la visibilitat d'aquests equipaments en totes les estratègies de promoció turística.
- Integrar els museus en els itineraris i rutes turístiques que es dissenyen.

Àmbit d'actuació:

Comarcal

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal
Taula d'oficines de turisme
Associació Alt Empordà Turisme

Identificació dels/ de les destinataris/àries:

Gestors de museus i centres d'interpretació
Agents turístics que lideren el disseny de rutes

Pressupost estimat:

Sense cost, integrat en les tasques dels tècnics de l'Àrea de Turisme

<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>No es requereixen</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal Taula d'Oficines de Turisme</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre de reunions realitzades amb els gestors dels museus. • Augment de la visibilitat de l'oferta d'aquests equipaments en la plana web www.empordaturisme.cat , agendes d'activitats i altre material de comunicació i promocional. • Iniciatives que es posen en marxa de integració dels museus en les rutes i altres activitats de promoció turística i de creació de producte.
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>Inici el 2014</p>

ACTUACIÓ NUM 32	Convertir els ports esportius en portes d'entrada a la descoberta de la comarca
LÍNIA ESTRATÈGICA	3. Cooperació i treball en xarxa
OBJECTIU ESPECÍFIC	3.1 Consolidar la cooperació amb els agents públics i privats de la comarca a través de la Taula d'oficines de turisme i de l'Associació Alt Empordà Turisme

Descripció de l'actuació:

A l'actuació núm. 9 d'aquest Pla es proposa un pla de treball conjunt entre l'Àrea de Turisme, els ports esportius de la comarca, els centres de busseig i l'Estació Nàutica de Roses a fi de donar més visibilitat a totes les activitats nàutiques i subaquàtiques.

S'ha de tenir present que els ports esportius són una important porta d'entrada de visitants que es desplacen en vaixells propis, a través de les visites de creuers que arriben al port de Roses o que utilitzen aquestes instal·lacions per a l'amarratge d'embarcacions durant la seva estada vacacional en els destins litorals. Això els converteix en un espai de referència i molt freqüentat per tots aquests usuaris.

Es proposa habilitar en les instal·lacions dels ports esportius de la comarca un punt d'informació turística que a través de plafons o altres sistemes d'exposició, donin la benvinguda als visitants, els informi dels principals elements d'interès que ofereix la població i l'Alt Empordà a nivell general, els inviti a descobrir-los i també, a visitar l'oficina de turisme més propera per disposar d'uns serveis més personalitzats d'informació que faciliti aquesta visita.

A més de la informació estàtica amb aquests plafons, la recepció dels ports esportius disposarà de la base documental on-line que es prepararà des de la Taula d'Oficines de Turisme, per atendre aquests visitants.

Resultats esperats:

- Disposar d'una xarxa de punts d'informació col·laboradors als ports esportius que serveixi de punt de benvinguda i de plataforma de presentació dels principals actius turístics de la comarca.
- Millorar l'acollida als visitants que es desplacen en vaixell propi, en creuers o que utilitzen les instal·lacions dels ports esportius.

Àmbit d'actuació:

Municipis litorals amb ports esportius

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal
Municipis litorals de la comarca amb ports esportius

Identificació dels/ de les destinataris/àries:

Ports esportius
Estació Nàutica de Roses

<p>Pressupost estimat:</p> <p>20.000 € corresponent al disseny i instal·lació de sistemes d'exposició i presentació de la comarca.</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Ajuts provinents del Fons per al Foment del Turisme. Empresa pública Ports de la Generalitat Programes europeus, en cas de integrar els productes nàutics i subaquàtics en algun projecte específic.</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Àrea de Turisme del Consell Comarcal Taula d'Oficines de Turisme</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre de ports esportius i entitats a qui es proposa la iniciativa • Nombre de ports i entitats que incorporen els punts d'informació
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>A partir del 2015</p>

ACTUACIÓ NUM 33	Seguiment dels projectes supracomarcal
LÍNIA ESTRATÈGICA	3. Cooperació i treball en xarxa
OBJECTIU ESPECÍFIC	3.2 Treballar de forma coordinada amb tots els gestors de les diferents iniciatives turístiques de caràcter transversal en què l'Alt Empordà hi està implicat

Descripció de l'actuació:

Tal com s'ha explicat en diferents apartats d'aquest document, una de les característiques del Pla de Treball de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal d'aquests últims anys ha estat la capacitat de participar en projectes d'abast supracomarcal que actualment comencen a tenir una repercussió notable.

Es tracta per exemple, de la xarxa de senderisme Itinerànnia que genera un impacte econòmic important en el territori pel que fa a practicants de senderisme d'arreu d'Europa i d'Estats Units, que es canalitzen majoritàriament a través d'operadors especialitzats, a més dels clients individuals i de proximitat.

Un altre dels projectes que s'estan consolidant és la xarxa Pirinexus de cicloturisme que a través de l'Alt Empordà uneix la xarxa de Vies Verdes de Girona amb la Catalunya Nord integrant-se d'aquesta manera a la Xarxa Eurovelo que té com a objectiu connectar tot Europa a través d'itineraris adaptats al ciclisme.

També en aquesta mateixa línia destaca l'estratègia de treball conjunt dels Consells Comarcals de l'Alt i Baix Empordà per posar en valor tots els recursos territorials de l'Empordà en el marc de Costa Brava, com un espai d'excel·lència per la tipologia d'activitats i atractius i per la qualitat de l'entorn i dels serveis que s'ofereixen.

El futur passa cada vegada més, per la cooperació i el treball en xarxa a través de projectes específics que permeten trobar complicitats territorials que facin viable tècnica i econòmicament aquests projectes, que sempre tenen com objectiu generar noves oportunitats al territori per què el turisme sigui un motor de desenvolupament local i de màrqueting territorial.

Es proposa mantenir aquesta línia d'actuació i convertir-la en estratègica, d'alta prioritat per a la consolidació d'un model turístic a nivell de comarca que aposta per un turisme més sostenible i integrat en els recursos territorials.

Resultats esperats:

- Mantenir la cooperació amb Itinerànnia, Pirinexus i el Consell Comarcal del Baix Empordà
- Consolidar els projectes que es van desenvolupant amb aquestes entitats.
- Buscar noves línies de cooperació que complementin les ja iniciades.

Àmbit d'actuació:

Supracomarcal

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal
Taula d'Oficines de Turisme

<p>Identificació dels/ de les destinataris/àries:</p> <p>Entitats turístiques supracomarcal de iniciatives com Itinerànnia, Pirinexus, .. Consell Comarcal del Baix Empordà Agents turístics de la comarca</p>
<p>Pressupost estimat:</p> <p>Sense cost addicional al que ja hi ha compromès si s'integra dins el programa de treball de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal.</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>No es requereixen</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre de reunions en les què es participa • Grau d'execució dels plans de treball de cada una d'aquestes entitats • Nombre de noves iniciatives que es plantegen
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>A partir del 2014, com a seguiment del programa de treball ja iniciat.</p>

ACTUACIÓ NUM 34	Contacte amb la Xarxa de Stations de Trail
LÍNIA ESTRATÈGICA	3. Cooperació i treball en xarxa
OBJECTIU ESPECÍFIC	3.3 Fomentar la cooperació amb territoris amb característiques similars en el context europeu, que apliquin models de desenvolupament turístic similars als que s'estan plantejant

Descripció de l'actuació:

Com s'ha explicat en el capítol 5, la comarca té una orografia i uns paisatges molt interessants i diversos que atreuen cada cop més a visitants per a la pràctica del senderisme, ciclisme, BTT, etc. i ofereix una extensa xarxa d'itineraris senyalitzats per a la pràctica d'aquestes activitats.

Aquestes característiques obren la porta a la creació d'un nou producte vinculat a la pràctica de córrer a la muntanya (trail running). Hem vist l'important creixement que té aquesta activitat tant a nivell de practicants, com en l'organització d'esdeveniments que tenen un impacte mediàtic notori.

Així mateix, s'ha identificat la iniciativa francesa de creació d'una marca territorial especialitzada de promoció dels destins que aposten per aquesta activitat. Es tracta de la xarxa [Stations de Trail](#) que actualment té 9 socis a França, 8 als Alps i 1 als Pirineus, concretament a Couserans (Ariège) i des de Itinerànnia s'han iniciat uns primers contactes.

Per això es proposa establir contacte amb aquesta xarxa Stations de Trail francesa – directament o a través de Itinerànnia- i analitzar la possibilitat de crear algun tipus de partenariat que permeti aprofitar la seva experiència i avançar conjuntament en tot el procés de conceptualització i posta en funcionament d'una xarxa de destins especialitzats en *running* o córrer per la muntanya a l'Alt Empordà o amb altres territoris, a través de programes de treball conjunts ja establerts molt especialment amb Itinerànnia.

Resultats esperats:

- Conèixer a fons l'experiència Stations de Trail franceses.
- Analitzar la viabilitat de implantar-la a la comarca i/o amb Itinerànnia.
- Proposar algun programa de cooperació amb les xarxes franceses.

Àmbit d'actuació:

Comarcal i supracomarcal, conjuntament amb les Stations de Trail de França

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal
Taula d'Oficines de Turisme
Equip gestor de la xarxa Itinerànnia

Identificació dels/ de les destinataris/àries:

Practicants de trail running
Monitors i empreses d'activitats de la comarca
Altres empreses turístiques

<p>Pressupost estimat:</p> <p>3.000 €</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>Fons propis de l'Àrea i recursos del programa Itinerànnia</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal i del programa Itinerànnia</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contactes realitzats amb la xarxa Stations de Trail • Visita a alguna de les estacions franceses • Programa de treball conjunt amb la xarxa Stations de Trail
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>Inici 2014. Desenvolupament a partir de 2015.</p>

ACTUACIÓ NUM 35	Participació en el programa de turisme País Pirineus Mediterrani (França)
LÍNIA ESTRATÈGICA	3. Cooperació i treball en xarxa
OBJECTIU ESPECÍFIC	3.3 Fomentar la cooperació amb territoris amb característiques similars en el context europeu, que apliquin models de desenvolupament turístic similars als que s'estan plantejant

Descripció de l'actuació:

Tal com queda reflectit en el capítol 4 del document, l'associació País Pirineus Mediterrani està format per 58 municipis de la Catalunya Nord que tenen com a objectiu la construcció i implementació d'un projecte sostenible en els àmbits econòmic, social i cultural.

Cada 6 anys es redacta un document de treball que defineix estratègies i pla d'acció per al desenvolupament turístic i que s'ajusta als períodes de programació europea. En aquests moments estan redactant el corresponent al període 2014-2020.

El Consell Comarcal de l'Alt Empordà té un partenariat específic amb aquesta organització i l'estratègia turística que va dissenyar per al període anterior (2007-2013) anava en la mateixa línia de promoció d'un model de turisme sostenible que es planteja en aquest Pla d'Acció i en altres programes que la comarca hi està integrada, especialment Pirinexus i el projecte Empordà.

De fet, els socis de referència del projecte Pirinexus ha estat el País Pirineus Mediterrani que han obtingut ajuts del programa INTERREG IVA, per a la implementació de la xarxa.

També el Consorci Salines Bassegoda té interès a dissenyar i promocionar una ruta transfronterera de BTT conjuntament amb el centre BTT de Haut Vallespir.

Cal tenir present que la primera convocatòria del programa transfronterer INTERREG V A en el nou període comunitari serà probablement en el segon trimestre del 2015. Atesa la complexitat del procés de preparació d'un projecte, cal endegar quan abans tot el treball previ de reflexió conjunta, conceptualització i redacció del document.

Per tant, es proposa iniciar un procés de reflexió conjunta entre l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal i els responsables del programa de turisme de País Pirineus Mediterrani per estudiar la viabilitat de finançar una part de les actuacions previstes en aquest Pla d'Acció a través del nou programa de Cooperació transfronterera INTERREG V A, que a més d'obtenir finançament faciliti la integració de la descoberta conjunta dels valors turístics d'ambdós territoris i la seva promoció internacional.

Resultats esperats:

- Consolidar un partenariat entre l'equip de turisme de País Pirineu Mediterrani i l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal.
- Analitzar la viabilitat de presentar projectes conjunts.
- Fer més visible el caràcter transfronterer de bona part dels recursos turístics del territori.

Àmbit d'actuació:

Comarcal i supracomarcal, transfronterer.

<p>Identificació dels actors responsables:</p> <p>Àrea de Turisme del Consell Comarcal Equips tècnics implicats en el desenvolupament de projectes específics</p>
<p>Identificació dels/ de les destinataris/àries:</p> <p>Municipis de la comarca que aposten per desenvolupar l'activitat turística Teixit empresarial</p>
<p>Pressupost estimat:</p> <p>No es requereix inicialment. En cas de preparar un projecte conjunt, potser caldrà una assistència externa.</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>No es requereixen</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contactes realitzats amb País Pirineus Mediterrani • Iniciatives i actuacions que s'hagin consensuat • Propostes per al finançament d'actuacions en programes europeus • Projectes presentats en convocatòries
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>A partir del 2014</p>

ACTUACIÓ NUM 36	Identificació de programes d'ajuts i subvencions i xarxes de cooperació
LÍNIA ESTRATÈGICA	3. Cooperació i treball en xarxa
OBJECTIU ESPECÍFIC	3.4 Identificació de programes d'ajuts i subvencions i xarxes de cooperació

Descripció de l'actuació:

L'Àrea de Turisme del Consell Comarcal i l'Àrea de Promoció Econòmica de Figueres tenen experiència en la participació i gestió de programes de finançament tant a nivell de Catalunya, de l'estat espanyol o europeus.

El fet de preparar aquest Pla d'Acció, en l'inici del nou període comunitari 2014-2020 és una bona oportunitat per estructurar un pla de treball que identifiqui fons de finançament i actuacions específiques del Pla d'Acció que es podrien acollir en aquests fons i a partir d'aquí preparar els projectes corresponents i identificar possibles socis, en cas que sigui necessari.

Pel que fa a nivell de Catalunya, els recursos provinents de la taxa turística que s'articulen a través dels Plans de Foment i dels quals els hem anat referenciant en les fitxes de les actuacions es poden complementar amb l'obtenció d'altres recursos provinents de programes europeus.

Cal tenir present que tot i no haver-hi un programa europeu específic per turisme hi ha molt programes comunitaris que preveuen el finançament de projectes turístics tant per a administracions públiques com directament a empreses.

En aquesta línia, el passat 20 de març la Unitat de Turisme de la DG Indústria i Empresa de la Comissió Europea va preparar una jornada de treball amb una presentació de tots els programes susceptibles de finançar projectes turístics, de la qual s'editarà una guia.

Per això, es considera prioritari dedicar una part del treball de l'equip tècnic del Consell Comarcal o de l'Àrea de Promoció Econòmica de Figueres, al seguiment i anàlisi en profunditat de cada un d'aquests programes, identificació de possibles socis, seguiment de les convocatòries i preparació de projectes que, a través del cofinançament, facilitin la implementació del màxim d'actuacions que es proposen en aquest Pla.

Resultats esperats:

- Identificar programes de finançament a nivell nacional, estatal i europeu.
- Analitzar quines actuacions d'aquest Pla d'Acció són susceptibles de ser finançades.
- Identificar socis
- Redacció de projectes.

Àmbit d'actuació:

Comarcal i europeu.

Identificació dels actors responsables:

Àrea de Turisme del Consell Comarcal
Àrea de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Figueres

Identificació dels/ de les destinataris/àries:

Municipis
Agents turístics de la comarca

<p>Pressupost estimat:</p> <p>Sense cost. Integrat en les actuacions de les Àrees de Turisme del Consell Comarcal i de Promoció Econòmica de Figueres.</p>
<p>Identificació de les fonts de finançament previstes:</p> <p>No es requereixen</p>
<p>Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris:</p> <p>Equip tècnic de l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal Equip tècnic de l'Àrea de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Figueres</p>
<p>Indicadors de seguiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre de programes de finançament identificats • Nombre d'actuacions identificades com susceptibles de ser finançades • Nombre de socis identificats • Nombre de socis contactats • Nombre de projectes que es presenten
<p>Cronologia de l'execució:</p> <p>A partir de 2014</p>

DCB.

TURISME I DESENVOLUPAMENT LOCAL

Platja 38. 17258 L'Estartit
Tel. +34 972750747 www.decaba.com
capella.ballbe@decaba.com