


7. TURISME SOSTENIBLE

ODS	Funcions RdB
	- Desenvolupament sostenible

7.1 Promoure la transició del sector turístic cap a un nou model innovador i sostenible

PALAMÓS 11.02.2019, 7 participants

1. Les administracions locals han de posar el focus en els establiments de serveis turístics (allotjament, restaurants, activitats i agències, transports), amb motivació i facilitar decàleg de bones pràctiques a aquelles empreses que ho desitgin per implicar els treballadors i els turistes en la sostenibilitat.
2. Conscienciació: Incidir en conscienciar la societat per a que els turistes actuïn correctament per imitació, Quan es fan activitats, s'ha d'intentar implicar els turistes amb eco-briefings o vídeos de conscienciació per a que tinguin un bon comportament.
3. Administracions públiques com a exemple de sostenibilitat:
 - Bones pràctiques internes
 - Revisar els concursos públics de contractació d'empreses i serveis per que no es valori només el preu, sinó que prevalgui la qualitat en el reciclatge que puguin acreditar sostenibilitat.
 - Requisits mediambientals en concurs públics de gestió de serveis municipals
 - Discriminació positiva en empreses que compleixen uns requisits mediambientals i socials a l'hora de fer concursos i licitacions de terrasses, i guinguetes .Promoure excel·lència en quan a gestió de residus als allotjaments/restauració/activitats generació de residus zero i gestió correcta de residus.
 - Revisar els concursos públics de gestió de residus, per que no es valori només el preu, sinó que prevalgui la qualitat en el reciclatge.

ROSES 15.02.2019, 6 participants

1. Qualsevol projecte que es desenvolupi inclogui indicadors d'impacte (en tots els àmbits de la sostenibilitat). Pensat sobretot des de perspectiva pública però també aplicable a l'àmbit privat. Línia avaluació impacte ambiental creuers: extensible a tot el sector turístic.
2. Programa d'assessorament directe per part de l'administració pública a les empreses (una línia d'actuació: dedicar recursos a això en comptes d' algunes accions que potser no tenen tant de retorn). En sentit ampli: eficiència, model turístic,... Servei de proximitat i continuïtat en el temps
3. Innovació (de procés): trobada d'idees per coneixement comú i projectes comuns.
Coordinació



LLAGOSTERA 18.02.2019, 7 participants
1. Formació i sensibilització dels empresaris turístics per a la creació de productes turístics sostenibles.
2. Elaborar plans de reconversió del sector turístic a partir d'un espai de debat i de cooperació entre les diferents administracions i el sector privat que s'adaptin a cada realitat local.
3. Disposar d'un inventari dels diferents tipus d'allotjament turístic on manca informació: segones residències, HUTs, pisos compartits, etc., per integrar-lo en els plans turístics.

7.2 Posar en valor el patrimoni (cultural i natural) com a recurs turístic per la desestacionalització del sector
--

PALAMÓS 11.02.2019, 7 participants

1. Ja s'està treballant des de promoció. Manca de visió turística en la gestió de patrimoni cultural i natural per a la creació de producte i adaptació al públic turístic. Caldria la figura d'un gestor turístic que ajudi els equipaments culturals a crear producte adequat als turistes amb la participació de les Agències de viatges que són qui han de vendre el producte.
2. Des de promoció turística, cal fer estudis més complets per conèixer el perfil del turista interessat en la cultura i natura i compartir-ho amb els gestors de producte cultural i natural que aquests es puguin crear producte adequat per a ells.

ROSES 15.02.2019, 6 participants

1. Crear productes diferenciats que es puguin aplicar en moments de mínima aflluència. Model fires obsolet. No basats realment en el producte local (Fira de la mel: dues parades, la resta altres productes). Buscar altres opcions que valoritzin el producte local real.
2. Agenda conjunta i ordre/coordinació a l'hora de planificar les activitats (solapament d'accions). Exemple: fires medievals (públic local) proposar-les en temporada baixa. També des del punt de vista de la coordinació: tenint en compte la singularitat de cadascú, buscar una promoció conjunta (objectiu que hauria de ser la Reserva de la Biosfera). Compartir usuaris, etc... Aprofitar l'economia d'escala per arribar a nous públics
3. Oficina de turisme hauria de donar servei exclusiu en destí: central de reserves... Oficines de turisme per consultes a la baixa (usuaris digitals). Convertir-les en aparador del territori conjunt: que tothom que entri s'assabenti de tot el que es fa en l'àmbit de la RdB (tant l'oferta com les accions - funció d'empoderament). Les oficines de turisme haurien de sumar (plans d'accions conjunts/pressupostos conjunts). No fer la batalla individual, economia d'escala i tots a la una.

(Nom de la reserva no reflecteix el conjunt del territori: pobles d'interior no es senten representats)



LLAGOSTERA 18.02.2019, 7 participants
1. Creació d'una xarxa d'empresaris turístics amb l'objectiu de posar en valor el patrimoni de la Costa Brava.
2. Oferir o potenciar els incentius econòmics per a les empreses turístiques que ofereixen productes turístics fora de temporada.
3. Establir obligacions de tenir obert tot l'any en determinades zones dels municipis per als establiments que s'hi estableixin.

7.3 Promoure la RSC en el sector turístic (en sentit ampli)
PALAMÓS 11.02.2019, 7 participants
1. Visitor payback: Empreses que recaptin fons per a projectes sostenibles del territori.
2. Conscienciació d'empresaris i personal de responsabilitat en les empreses i facilitar models de bones pràctiques.
3. Premiar amb discriminació positiva aquelles empreses compleixen RSC a l'hora de contractar empreses per part de l'administració, a l'hora de fer concursos d'explotació o descomptes amb taxes urbanes.

ROSES 15.02.2019, 6 participants
1. Formació que expliqui no només què és sinó tots els beneficis (també econòmics) associats (per visualitzar el retorn econòmic)
2. Diversitat de distintius: posar ordre, clarificar els diferents: n'hi ha tants. Procés que en triï un i aplicar-lo a tot el territori. Sistemes poc àgils per empreses petites (documentació...).
LLAGOSTERA 18.02.2019, 7 participants
1. Fer visibles els costos ambientals de les activitats turístiques per sensibilitzar empresaris i turistes de l'impacte ambiental.
2. Oferir el producte de proximitat en restaurants com a producte premium i aprofitar els bufets temàtics dels hotels per oferir productes locals.
3. Integrar el concepte de turisme inclusiu (considerant la globalitat del concepte) en els plans turístics.

7.4 Fomentar que la taxa turística reverteixi en la millora i conservació del patrimoni (cultural i natural)
PALAMÓS 11.02.2019, 7 participants
1. Compromís dels municipis de la Reserva de la Biosfera per a invertir un percentatge mínim per a la conservació i millora del patrimoni natural i cultural (amb prioritat als espais declarats).
2. Millorar la comunicació d'on s'ha invertit la taxa turística. Tant als turistes com per a residents, per evitar la turismofòbia visibilitzar.



ROSES 15.02.2019, 6 participants
1. Per qualsevol visita a patrimoni, cultural, etc... una petita part se'n va al productor/gestor (payback).
2. Augmentar el control als HUTS perquè paguin la taxa que els correspongui (no només legalització, sinó també pagament de la taxa): increment dotació pressupostària disponible.
3. Projecte comú entre els municipis: experiència Tarragona unificació de la taxa i projecte comú (identificació prioritats). Aprofitar part de la taxa com a cofinançament projectes europeus que reverteixin positivament al territori.
LLAGOSTERA 18.02.2019, 7 participants
--

7.5 Avaluar l'impacte ambiental generat pel turisme de creuers (abocament d'aigües, generació de residus, etc.) per integrar-lo en la planificació turística
PALAMÓS 11.02.2019, 7 participants
1. Implantar mesures de gestió mediambientals dels ports.
2. Avaluar l'impacte a través d'un estudi, ja que no queda prou palès quin impacte té comparat amb altres modalitats.
ROSES 15.02.2019, 6 participants
1. Roses: creuers més petits poder adquisitiu mitjà/alt que valoritzen més el patrimoni. Grups petits. Potenciar l'oferta cultural entre aquest públic.
LLAGOSTERA 18.02.2019, 7 participants
--

