

ESTRATÈGIA DE COL-LABORACIÓ ENTRE EL GEOPARC MUNDIAL DE LA UNESCO CONCA DE TREMP-MONTSEC I ENTITATS DEL SECTOR PRIVAT

INTRODUCCIÓ

Per definició, un Geoparc Mundial de la UNESCO és un territori que combina la protecció i la promoció del patrimoni geològic (inclou els fòssils, les roques i els minerals) amb un desenvolupament local sostenible. Tal com es menciona al Reglament de Funcionament de la Xarxa de Geoparcs Europeus (EGN, per les sigles en anglès), el desenvolupament regional que impulsen els Geoparcs encoratja a les comunitats econòmicament desfavorides a millorar el seu benestar econòmic, social, cultural i mediambiental, a través del potencial dels recursos geològics, biològics i culturals d'una regió i dels seus habitants. La creació de riqueses mitjançant l'expansió del desenvolupament econòmic sostenible millora la qualitat de vida.

Les oportunitats locals d'ocupació es creen a través de la promoció del patrimoni natural i cultural i el desenvolupament d'activitats turístiques que no malmeten el patrimoni, i que proporcionen al visitant experiències memorables vinculades als valors del territori (geoturisme). També es promou el desenvolupament local a través d'activitats orientades a la creació i la promoció de productes locals de qualitat (artesanía alimentària i no alimentària).

L'èxit dels programes de desenvolupament regional dins dels Geoparcs depèn, en última instància, de la participació activa de la població local que es fa seu el patrimoni i que vol influir positivament en els esdeveniments futurs de la seva regió.

JUSTIFICACIÓ DE L'ESTRATÈGIA

Atès que la participació dels agents socials és una característica fonamental dels Geoparcs, l'Associació Geoparc Conca de Tremp-Montsec ha establert, des de l'inici del projecte, convenis formals de col·laboració amb entitats dels sectors públic, privat, sense ànim de lucre i del quart sector (sector socio-ambiental). Aquest ventall de col·laboradors inclou des d'empreses i associacions d'empreses privades fins a associacions culturals.

Tot i que el Geoparc Mundial de la UNESCO *Conca de Tremp-Montsec* ha complert tots els criteris d'un Geoparc, el Consell Mundial de Geoparcs de la UNESCO, en la seva reunió de setembre de 2017, va donar, entre d'altres, la següent recomanació per millorar encara més la qualitat del nostre Geoparc: "S'ha de desenvolupar una estratègia de col·laboració clara amb els associats per incloure una metodologia clara sobre els criteris necessaris per esdevenir soci i un acord formal amb el Geoparc. Això s'aplica, però no es limita, als proveïdors d'allotjament i restauració, als proveïdors de transport, als proveïdors d'activitats i als productors de productes locals".

Per aquest motiu, aquesta estratègia es focalitza als convenis amb empresaris locals i s'utilitza de referència per a altres tipus d'entitats col·laboradores. A més, si s'escau, els convenis existents seran revisats i s'incorporaran a la nova estratègia que es descriu en aquest document.

CONSIDERACIONS PRÈVIES

1. Al document oficial d'avaluació/revalidació "Document A" es valoren positivament les següents accions, que hauria d'entomar el Geoparc, relacionades amb el desenvolupament econòmic local.

En relació als productes locals d'artesanía agroalimentària

- Promoure els productes agroalimentaris locals i/o ecològics i aconseguir que formin part de l'oferta gastronòmica que es pot trobar al Geoparc.
- Impulsar l'exposició i venda de productes agroalimentaris de qualitat a punts de venda del Geoparc, mercats i fires.
- Organitzar i promoure punts de venda, mercats i fires, i millorar el màrqueting dels productes agroalimentaris.
- Existència d'un distintiu per als productes agroalimentaris o gastronòmics locals.

En relació als productes locals d'artesanía no alimentària:

- Impulsar la producció de rèpliques geològiques com poden ser fòssils (inclou petjades de dinosaures) per reduir l'espoli dels jaciments.
- Impulsar l'exposició i venda de productes artesans de producció local a punts de venda del Geoparc, mercats i fires.
- Organitzar i promoure punts de venda, mercats i fires, i millorar el màrqueting dels productes d'artesanía no alimentària.
- Realitzar màrqueting directe dels productes locals.
- Disposar d'un distintiu per als productes avalats pel Geoparc. Habitualment es tractarà d'etiquetes aprovades pel Geoparc, que portaran el seu logo. No es podrà posar el logo de la UNESCO.
- Facilitar que l'oferta turística del territori inclogui els serveis d'empreses associades al Geoparc.

En relació als productors i proveïdors de serveis:

- Donar prioritat a les empreses locals (que tenen seu o operen al territori) a l'hora de contractar productes i serveis,
- Formalitzar convenis de col·laboració amb productors i proveïdors de serveis compromesos amb els valors i objectius del Geoparc.
- Millorar la visibilitat i el màrqueting de les entitats col·laboradores aprofitant els recursos de comunicació i divulgació del Geoparc.
- Facilitar que els productors i proveïdors de serveis incloguin, com a valor afegit, als productes locals (turístics i d'artesanía alimentària i no alimentària) els valors del Geoparc. Per exemple, les característiques saludables del patrimoni geològic, biològic i cultural.
- Desenvolupar un distintiu de que identifiqui a les entitats col·laboradores del Geoparc per a serveis i productes específics. Aquest distintiu s'ha de posar a l'exterior o en un lloc de pas dels clients a l'equipament de l'entitat associada (botiga, seu social, allotjament turístic, etc.
- Impulsar la col·laboració entre entitats col·laboradores del Geoparc i cercar finançament perquè desenvolupin projectes plegades.

2. Al document oficial d'avaluació/revalidació "**Document B**" es valoren positivament les següents accions:

En relació a les entitats col·laboradores:

- Es consideren entitats estratègiques: museus, Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya, Institut Català de Paleontologia, universitats (nacionals i internacionals) i altres institucions educatives, associacions científiques i de conservació, agències de turisme, altres entitats del sector privat, Geoparcs nacionals i internacionals, altres institucions internacionals (UNESCO, IUGS, Europarks, etc.).

En relació al màrqueting i promoció del Geoparc:

- Conferències, seminaris, programes educatius, esdeveniments culturals, publicacions turístiques lleugeres i mapes turístics.
- Articles científics, publicacions (llibres, revistes, fulletons), presentacions en medis de comunicació (TV, ràdio).
- Creació o millora d'infraestructures: museus, centres de visitants, itineraris i senders (georutes), panells informatius i altres elements interpretatius del patrimoni.
- Avaluació dels visitants: estadístiques socioeconòmiques dels visitants i enquestes de satisfacció dels usuaris d'equipaments, productes i serveis associats al Geoparc.

En relació a l'impacte econòmic del Geoparc en el territori:

- Impactes en l'agricultura, la ramaderia i la silvicultura.
- Impactes en el desenvolupament turístic (agències turístiques, allotjaments, restaurants).
- Impactes en el productes locals (artesanía alimentària i no alimentària).
- Impactes en l'ocupació (nous llocs de treball permanents i temporals).

ESTRATÈGIA DE COL-LABORACIÓ PER ENTITATS PRIVADES

Atesos els requeriments anteriors, i tenint en compte que la propera revalidació serà el 2021, es presenta a continuació l'estratègia de col·laboració entre el Geoparc i entitats privades. Aquesta estratègia està basada en la feina feta (2011-2012) per un Grup de Treball de la Xarxa de Geoparcs Europeus coordinat per Alicia Serna (Geoparc Mundial de la UNESCO *Sierras Subbéticas*). L'estratègia consta dels següents elements:

- Tipus d'entitat privada beneficiària d'aquesta col·laboració.
- Procediment de l'estratègia de col·laboració.
- Comunicació de l'estratègia de col·laboració.
- Tipus de "productes Geoparc".
- Requeriments per posar a la venda un "producte Geoparc".
- Drets i deures del Geoparc i de l'entitat col·laboradora.

Tipus d'entitat privada beneficiària d'aquesta col·laboració

L'entitat sol·licitant ha de ser una entitat privada vinculada al territori (que tingui seu al territori i/o hi realitzi activitats) i legalment constituïda. Es treballaran convenis amb entitats del sector del turisme (transport, allotjaments, guiatge i agències de viatge), agroalimentari, restauració i

artesania no agroalimentària. L'entitat interessada ha de complir les normatives legals vigents relacionades amb la seva activitat i els seus productes i serveis (no pot tenir cap procés sancionador obert). Ha de compartir els objectius de sostenibilitat econòmica, social i ambiental del Geoparc recollits a la Carta Europea de Geoparcs, i s'ha de comprometre a incorporar i promocionar els valors del patrimoni natural i cultural del Geoparc vinculats als seus productes o serveis. El Geoparc valora positivament que l'entitat demostrï que segueix un procés de millora en termes de qualitat, gestió i promoció dels seus serveis i productes. També s'ha de comprometre a respectar i complir tots els acords especificats en el conveni de col·laboració.

Procediment de l'estratègia de col·laboració

A continuació es presenten les fases del procediment i la calendarització per al 2019. Per a futures convocatòries s'establirà un nou calendari seguint de base el mateix procediment:

- a) **Sol·licitud.** Es farà enviament de la convocatòria a través de la base de dades de turisme Pallars Jussà, d'Al Teu Gust, aliments del Pallars, APAT i del Geoparc (grups de treball i membres de l'Associació Geoparc per a que puguin fer reenviament a qui creguin oportú). L'entitat sol·licitant omple i envia a la seu administrativa del Geoparc la sol·licitud en el període establert (des de 15 de març, quan es llanci la convocatòria, fins a màxim el 12 d'abril de 2019). Excepcionalment, es podrà modificar aquest període en funció dels interessos del Geoparc.
- b) **Primer procés de selecció.** Es crearà un comitè de selecció per escollir unes 10 entitats privades i valorar les que ja existeixen. El nombre d'entitats privades a adherir al Geoparc podrà ser incrementat en futures convocatòries. En alguns casos pot realitzar-se una entrevista personalitzada d'apropament. Aquesta selecció serà duta a terme pels representants tècnics del Geoparc de forma inapel·lable.
- c) **Reunions específiques entre el Geoparc i l'entitat interessada.** En cas de que la sol·licitud hagi estat avaluada positivament es realitzarà una reunió específica per tal de concretar l'objecte de col·laboració. Hi participaran, com a mínim, un representant del Geoparc, podent ser fins a 3, i un representant de l'empresa, podent ser fins a 3. En aquesta fase també es realitzaran trucades i reunions amb les entitats que ja tenen conveni amb el Geoparc per tal de fer-ne la seva revisió. Aquestes entrevistes es realitzaran entre els mesos d'abril (després de Setmana Santa) i maig. Es recollirà informació a partir d'una **fitxa diagnòsi** on s'estableix la persona de contacte permanent de l'empresa. Alhora, els delegats o delegades del Geoparc i el tècnic expert en el sector de l'empresa comproven que l'entitat sol·licitant té afinitats amb el Geoparc i té, com a mínim, un producte o servei que es pugui considerar o desenvolupar com a "producte Geoparc", o bé disposa d'un espai de promoció del Geoparc.
- d) **Procés de selecció final.** Al finalitzar les entrevistes, es farà el procés de selecció final per a definir les entitats amb les qui se signarà el conveni personalitzat. Aquesta selecció serà duta a terme pels representants tècnics del Geoparc de forma inapel·lable.
- e) **Redacció dels convenis específics per a cada entitat** amb els compromisos (drets i deures) acordats per cada una de les parts durant la fase anterior. Els convenis es redacten durant els mesos d'estiu i s'estableix la data de la seva signatura a partir del

mes de setembre. El conveni es revisarà després de la primera anualitat i tindrà una vigència de 2 anys.

- f) **Realització de formació i capacitació** per totes aquelles entitats que han signat conveni. Es preveu dur a terme entre els mesos d'octubre a desembre. Aquesta formació constarà de dues parts:
- Una part general per sectors: a través de la fitxa diagnòstic s'hauran detectat les inquietuds comunes. Es valorarà la presència d'un especialista. S'usaran exemples del territori que ja funcionen. Per exemple, per al sector agroalimentari i de la restauració es proposa la presentació de l'hamburguesa del Geoparc amb un showcooking i tast. Aquest bloc pot ser obert tant per entitats conveniades com les que tinguin interès i són susceptibles de ser entitats col·labores a futur.
 - Assessoraments personalitzats per cada un dels productes i temes específics.

Seguiment dels compromisos del conveni. Durant el període de validesa del conveni, el tècnic expert del Geoparc farà el seguiment i comprovarà que es compleixen els compromisos de les dues parts. Informarà periòdicament a l'equip gestor i a la comissió consultiva (grup de treball) corresponent, si l'equip gestor ho considera convenient.

- g) **Revalidació del conveni.** Després del primer any es verificarà aquesta afinitat i un cop passada aquesta primera anualitat es procedirà a avaluar cada dos anys. De totes maneres l'entitat haurà de facilitar anualment dades de seguiment. El tècnic expert del Geoparc i el representant permanent de l'empresa col·laboradora elaboren conjuntament l'informe anual d'activitats, que conté les accions de col·laboració i les incidències de les dues parts, a més d'altres informacions consignades al conveni (evolució del producte, enquestes de satisfacció, etc.). Es proposa que aquest informe es presenti a l'octubre o novembre, abans de la reunió de les comissions consultives. Una vegada revisat per l'equip gestor del Geoparc, el tècnic expert pot presentar les conclusions a la reunió de la comissió consultiva corresponent. Si l'equip gestor considera que l'informe no és positiu, l'entitat pot perdre la condició d'empresa col·laboradora. Les millores proposades pels delegats/delegades es tindran en compte a l'hora de renovar el conveni. Si l'entitat no està d'acord amb el resultat de l'avaluació podrà apel·lar a l'Associació del Geoparc.

Resum del procediment:

Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Set.	Oct.	Nov.	Des.
15 març – 12 abril Convocatòria per recollir cartes interès.	15-18 abril Primer procés de selecció Reunions específiques (entrevistes).		Redacció dels convenis específics. Procés de selecció final. Preparació del curs (continguts i ponents).			Signatura dels convenis.	Realització del curs: part comuna i assessoraments específics.		

Comunicació de l'estratègia de col·laboració

Publicació a la web del Geoparc de l'estratègia de col·laboració, dels requisits i del procediment per esdevenir entitat associada del Geoparc. Alhora per iniciar la convocatòria es faran mailings específics per captar les entitats privades tal i com s'explica en l'apartat anterior "Procediment de l'estratègia de col·laboració".

Tipus de "productes Geoparc"

Es consideren "productes Geoparc" aquells productes o serveis elaborats amb criteris de sostenibilitat, dels quals, si és el cas, se n'ha de conèixer l'origen de la matèria primera. D'acord amb els principis de la "Carta dels Geoparc", no s'admet la comercialització d'elements geològics (roques, minerals, fòssils), ni tan sols els que es comercialitzen per col·leccionisme o com a producte ornamental típics de les "tendes de minerals" o de bijuteria. En una primera fase, es dona prioritat als productes i serveis que facin referència a la identitat del territori i que no siguin redundants. Per exemple:

- Rèpliques d'elements geològics (roques, minerals, fòssils) fetes amb material reciclable.
- Productes que representen elements geològics del territori: gastronomia de temàtica geològica (p. ex., fòssils de xocolata), samarretes amb fòssils o paisatges estampats, etc.
- Productes de l'artesanía alimentària local i/o tradicional que es poden qualificar de saludables, i que es poden relacionar d'alguna manera amb el patrimoni geològic: fruita, olives, oli, carn, formatge, etc.
- Productes de l'artesanía no alimentària local fets, de manera sostenible, amb materials del Geoparc: fusta, llana, fang,...
- Productes i serveis turístics relacionats amb el patrimoni natural o cultural de territori, i que incloguin alguna informació sobre el medi geològic.

Aquests productes hauran d'anar seguint un procés de millora en qualitat, gestió i promoció, les quals seran objecte de valoració.

Requeriments per posar a la venda un "producte Geoparc"

Dues de les finalitats de tot "producte Geoparc" són:

- comunicar el valor afegit derivat de la seva relació amb el patrimoni local (natural i/o cultural) que dona entitat al territori del Geoparc, especialment amb referència al patrimoni geològic
- mostrar la marca Geoparc (nom, logotip, imatge global, etc.) per donar la màxima visibilitat.

Tots els "productes" Geoparc han de complir aquestes dues finalitats incorporant informació amb un llenguatge entenedor i atractiu. La forma concreta de fer-ho s'especificarà en cada conveni. Si hi ha contingut científic, aquest ha de ser revisat per la Comissió Científica del Geoparc. En el conveni s'estableix com es mostrarà la marca Geoparc al "producte Geoparc".

També ha d'incloure, en la mesura que sigui possible, en els mitjans on es faci promoció (Internet, guies de camp, fulletons, etc.), les normatives de protecció dels espais naturals/culturals per on passa l'activitat (PEIN, espai geològic, jaciment paleontològic, bé cultural, etc.), a més de les recomanacions de bones pràctiques de camp (Protocol de bones

pràctiques adoptat pel Geoparc). L'objectiu és afavorir la conservació del patrimoni i reduir al mínim els impactes de les activitats i dels visitants.

Drets i deures del Geoparc i de l'entitat col·laboradora

Al conveni s'estableix els drets i deures específics en cada cas. No obstant, hi ha uns compromisos bàsics en tots els convenis:

- **Per part del Geoparc:**
 - a. seguiment del compliment del conveni
 - b. promoció i divulgació de l'entitat col·laboradora i dels seus "productes Geoparc" en les activitats i pels mitjans que s'acordin
 - c. facilitar l'activitat econòmica en els termes acordats
 - d. oferir activitats de formació i assessorament tècnic per reforçar els vincles amb el Geoparc
 - e. elaboració conjuntament amb l'entitat col·laboradora de l'informe anual d'activitats
 - f. facilitar el logo del Geoparc per l'edició d'etiquetes i altres materials de promoció (pàgina web, tríptics..) amb la marca en format vectorial (diferents formats per adaptar-los a diferents productes tal i com marca el llibre d'estil) per a que l'empresa els pugui incorporar als seus productes i serveis
 - g. facilitar les enquestes i/o indicadors per elaborar l'estratègia del procés de millora de l'entitat col·laboradora
 - h. facilitar una placa d'identificació a l'entitat col·laboradora per a la seva col·locació. Aquesta placa serà d'obligada col·locació en lloc visible a l'exterior de l'establiment o empresa, prèvia validació de l'equip gestor del Geoparc

- **Per part de l'entitat col·laboradora:**
 - a. promoció i divulgació dels valors del Geoparc en els equipaments, les activitats i els productes de l'empresa, i pels mitjans que s'acordin.
 - b. col·locar i mantenir en bon estat la placa facilitada pel Geoparc i que l'acredita com entitat col·laboradora del Geoparc
 - c. participació en les activitats de formació i capacitació organitzades pel Geoparc
 - d. participació (presencial o no presencial) en el grup de treball corresponent
 - e. elaboració conjuntament amb el Geoparc de l'informe anual d'activitats
 - f. realització d'enquestes de valoració i/o l'elaboració de l'informe dels processos de millora que determini el Geoparc
 - g. si es perd la condició d'entitat col·laboradora pels motius previstos al conveni, l'empresa haurà de retornar la placa d'identificació al Geoparc i haurà d'eliminar de les etiquetes i altres materials de comunicació de l'entitat els logos i qualsevol altra referència al Geoparc que aquest estimi

En el cas de que l'entitat col·laboradora vulgui utilitzar la marca Geoparc en algun producte, servei o material promocional que no estigui contemplat en el conveni de col·laboració vigent, cal obtenir amb antelació el permís exprés del Geoparc, que autoritzarà, si s'escau, l'ús de la Marca d'acord amb la normativa vigent de la UNESCO.

Als convenis personalitzats, caldrà establir el procés de millora i els indicadors d'activitat i/o producte per valorar l'impacte del Geoparc en l'empresa i el territori.