

Camp reclama la unió per a la marca Pirineus

El ministre veu necessari un compromís ferm dels vuit territoris implicats

EL PERIÒDIC ESCALDES-ENGORDANY

El ministre de Turisme i Medi Ambient, Francesc Camp, va defensar ahir durant les vuitenes Trobades Culturals Pirinenques que per construir una marca Pirineus forta s'haurien d'anar cap a la resta de temporades, concretament a l'estiu perquè no hi ha tanta gent i hi ha menys ingressos, menys beneficis i s'hi haurien de dedicar menys inversions.

Per poder crear aquest segell, el ministre va indicar que caldria inicialment fer una prova pilot oferint un producte transversal i si funcionés pensant, més endavant, en un conjunt d'ofertes més àmplies. En aquesta segona etapa, Camps va destacar que caldria crear un organisme que gestionés la marca Pirineus i per fer-ho seria necessari "un compromís ferm

dels vuit territoris que configuren els Pirineus per aportar-hi diners.

Camp va reconèixer que el desig seria estar dins d'una marca única, amb uns objectius comuns i uns plans d'accions similars però, ara per ara, els vuit territoris són molt diferents entre si quant a objectius i a estratègies turístiques. Malgrat tot, el ministre va admetre que el repté és crear una marca Pirineus forta, que tingui notorietat i es conegui però, va advertir que l'hivern és una època molt consolidada als Pirineus ja existents marques potents de manera que crearien una altra pot ser molt costós.

Per això, Camp va reconèixer que ara els pressupostos són escassos i «l'oportunitat per crear una marca Pirineus seria a l'estiu, però que també pogués servir per a les temporades de primavera i tardor». En aquest cas va recordar que «l'afiliència al massís pirinenc és més baixa, les estacions d'esquí hi dediquen menys diners perquè hi ha menys gent i hi ha menys beneficis i s'hi haurien de dedicar menys inversions», informa l'ANA.

TROBADES CULTURALS

Competència des de la visió pirinenca

Batalla defensa passar de potenciar les petites marques locals a impulsar una marca global

EL PERIÒDIC ESCALDES-ENGORDANY

L'alcalde de la Seu d'Urgell, Albert Batalla, va explicar, en el marc de les vuitenes Trobades Culturals Pirinenques, que cal passar de potenciar les petites marques locals a impulsar una marca global com és la dels

Pirineus per fer un salt endavant de visibilització turística. Batalla considera que ha de ser una proposta qualitativa i quantitativa a la vegada, «hem de fer que vingui més gent i que la marca Pirineus ofereixi propostes d'alta qualitat», va afirmar.



» Batalla a les jornades.

els Pirineus com a marca mundial. Un segell que, segons l'alcalde, ha de significar una aposta quantitativa «acollir més turistes» i quantitativa «iniciatives turístiques d'alta qualitat».

A més, Batalla també va dir que «seria necessari fer una oferta diferenciada a les diferents valls per tenir propostes prou sòlides perquè la gent les triï des de qualsevol lloc del món». Així mateix, va considerar que crear una marca conjunta no és un pas senzill perquè «tothom sempre ha tendit a quedar-se en el seu territo-

ri de confort que és la marca local», però l'alcalde de la Seu va demanar que en aquests moments de crisi cal generositat per treballar conjuntament i situar la marca Pirineus al món, informa l'ANA.

ri de confort que és la marca local», però l'alcalde de la Seu va demanar que en aquests moments de crisi cal generositat per treballar conjuntament i situar la marca Pirineus al món, informa l'ANA.

03/11/2011

L'entrevista

Mar Tàpia, sismòloga. Va presentar a les Trobades Culturals la ponència «Els Pirineus al punt de mira de la sismotectònica costana». I ens va posar a l'altor.

«Si et sorprèn un terratrèmol, refugia't sota el llit»



ANIRÉS LUENGO

va augmentar 3,4 pègmetres, un pègmetre (0,003283 mil·límetres). Que així hagin de continuar pot ser preocupant.

«Els Pirineus, zona sismica?»

«Els Pirineus són una zona sismica però no són una zona de alta activitat sísmica. El 1934 hi va haver un 6,5 a l'Alt Urgell i un 6,4 a l'Alt Empordà».

«Hi ha de patir?»

«Els Pirineus són una zona sismica però no són una zona de alta activitat sísmica. El 1934 hi va haver un 6,5 a l'Alt Urgell i un 6,4 a l'Alt Empordà».

«Hi ha de patir?»

«Els Pirineus són una zona sismica però no són una zona de alta activitat sísmica. El 1934 hi va haver un 6,5 a l'Alt Urgell i un 6,4 a l'Alt Empordà».

«El més greu dels últims anys als Pirineus?»

«El 1934, però també el 1944 i el 1954 però aquests últims són més locals».

«Societat que Andorra és troba al nivell de la sismologia?»

«Com tot el Pirineu. Però no patir, això sí. Els terratrèmols del 2009, però, van ser molt locals i no van afectar a Andorra».

«Hi ha de tenir un Big One com el que amenaça un dia Califòrnia»



» La sismotectònica costana, dissenyat al Parc de la Noya, a Lleida.

2009: 4 sísmes a Andorra, i 44 a l'Alt Urgell

Les dades de l'Institut Sismotectònic de Catalunya fan una mica de balneari: de les 780 tempestes registrades el 2009 als Pirineus, a Andorra hi fou unes quatre, amb magnituds que van fins a 2,1. A l'Alt Urgell, en canvi, hi va haver 44, amb magnituds que van fins a 2,9. El 2008 van ser l'any del tombament de l'Alt Urgell, amb magnituds fins a 2,9.

«Com és de Califòrnia, un país amb un gran potencial sísmic, però amb una gran capacitat de resistència?»

«Sí, però és una zona de alta activitat sísmica, però amb una gran capacitat de resistència».

«Què cal fer en cas d'una emergència?»

«El període de reconstrucció és de 100 anys».

«Què és, París, el més fort?»

«Aquesta Califòrnia, que té molt més potencial que nosaltres i el moment d'una gran activitat sísmica que van a ser un gran èxit».

«No hi ha manera de prevenir-lo?»

«Si t'equilibras a les zones de alta activitat sísmica, pots evitar un gran nombre de víctimes».

«Per què no es pot evitar un terratrèmol?»

«No es pot evitar un terratrèmol».

«Hi ha de patir?»

«Els Pirineus són una zona sismica però no són una zona de alta activitat sísmica. El 1934 hi va haver un 6,5 a l'Alt Urgell i un 6,4 a l'Alt Empordà».

ITROBADAES CULTURALS

Cooperació entre territoris per impulsar la marca Pirineus

La jornada servirà per reflexionar sobre aquest tema d'interès comú

M. S. G.
E.SCALDES-ENGORDANY

La marca Pirineus serà el tema de les ponències de les vuitenes Trobades culturals pirinenques. La jornada, que és itinerant, se celebra aquest any a Escaldes-Engordany i s'inclou en els actes de la capitalitat de la cultura catalana. Les exposicions s'acostaran a la temàtica elegida des de diferents àmbits, com són el geogràfic, el cultural i el turístic, a més del màrqueting. La intenció és aprofundir en les oportunitats de creixement i millora.

La presidenta de la Societat Andorrana de Ciències (SAC), Àngels Mach -que organitza les jornades amb deu entitats més-, va destacar la falta d'unitat entre els territoris pirinenques a l'hora de potenciar la marca d'aquest àmbit geogràfic. Per aquest motiu les trobades pretenen ser un espai de reflexió sobre temes d'interès comú i una mostra que "amant junts es pot



Àngels Mach.

potenciar millor el territori", va assenyalar Mach.

La presidenta de la SAC també va destacar que entre els participants hi ha tres zones amb béns que són patrimoni de la humanitat, com la vall del Madriu, la Patum de Berga i les esglésies romàniques de la vall de Boí. Mach va apuntar la possibilitat d'instaurar una ruta entre els tres territoris i col·laborar

amb una nova candidatura, que ja es troba a la Unesco, sobre les petjades dels dinosaures.

En les ponències s'analitzarà la prova de la Copa del Món d'esquí de Saldes (que ofereix projecció internacional). També hi haurà representants del sector hotelier i turístic, com Jaume Tapies, president de Relais & Châteaux, i Francesc Camp, ministre de Turisme. Hi haurà representants polítics, s'analitzarà què és una marca des del punt de vista del disseny i es tractarà de l'ecoturisme i les zones protegides analitzant el cas del parc nacional d'Aiguestortes.

La jornada se celebrarà el 29 d'octubre a la sala d'actes del Comú d'Escaldes. Les ponències començaran a les 9.30 i duraran tot el dia. L'entrada és lliure. També serà en el marc de la trobada en què es presentarà el llibre que recull les ponències de l'edició anterior, un fet que es repetirà la jornada d'aquest any.

Diari més Andorra

21/11/2011

Fòrum Andorra
@forum.ad
La marca Pirineus: un objectiu compartit a les VIII Trobades Pirinenques <http://forum.ad/?p=8550>

CULTURA CATALANA

26/10/2011



La marca Pirineus, eix de les Trobades culturals

La marca Pirineus serà el tema de les ponències de les vuitenes Trobades culturals pirinenques. La jornada, que és itinerant, se celebra aquest any a Escaldes-Engordany i s'inclou en els actes de la capitalitat de la cultura catalana. Les exposicions s'acostaran a la temàtica elegida des de diferents àmbits, com són el geogràfic, el cultural i el turístic, a més del màrqueting. La intenció és aprofundir en les oportunitats de creixement i millora.

La presidenta de la Societat Andorrana de Ciències (SAC), Àngels Mach, que organitza les jornades amb deu entitats més,

va destacar la falta d'unitat entre els territoris pirinenques a l'hora de potenciar la marca d'aquest àmbit geogràfic. La presidenta de la SAC també va destacar que entre els participants hi ha tres zones amb béns que són patrimoni de la humanitat, com la vall del Madriu, la Patum de Berga i les esglésies romàniques de la vall de Boí.

La jornada se celebrarà dissabte a la sala d'actes del Comú d'Escaldes. Les ponències començaran a les 9.30 i duraran tot el dia. L'entrada és lliure.

Redacció //Andorra la Vella
@mes_andorra

27/10/2011



Consols de Canillo

Des de Canillo ens volem sumar a les 8es Trobades Culturals Pirinenques que es celebren a Escaldes-Engordany el proper 29 d'octubre


Títol:

AM.- El ministre de Turisme proposa unir els territoris per centrar la marca Pirineus a l'estiu

Resum:

Escalótes-Engordany.- El ministre de Turisme i Medi Ambient d'Andorra, Francesc Camp, ha explicat durant les vuitenes Trobades Culturals Pirineüques que per construir una marca Pirineus forta haurien d'anar cap a la resta de temporades, concretament a l'estiu perquè no hi ha tanta gent i hi ha menys ingressos, menys beneficis i s'hi haurien de dedicar menys inversions. Per poder crear aquest segell, el ministre ha indicat que caldria inicialment fer una prova pilot oferint un producte transversal i si funcionés pensar, més endavant, en un conjunt d'ofertes més àmplies. En aquesta segona etapa, Camp ha destacat que caldria crear un organisme que gestionés la marca Pirineus i per fer-ho seria necessari un compromís ferm dels vuit territoris que configuren els Pirineus per aportar-hi diners.

Text:

Camp ha reconegut que el desig seria estar dins d'una marca única, amb uns objectius comuns i uns plans d'acció similars però, ara per ara, els vuit territoris que conformen els Pirineus són molt diferents entre si quant a objectius i a estratègies turístiques. Malgrat tot, el ministre de Turisme i Medi Ambient ha admès que el repté és crear una marca Pirineus forta, que tingui notorietat i es conegui però, ha advertit que l'hivern és una època molt consolidada als Pirineus i ja existeixen marques potents de manera que crear-ne una altra perquè competeixi amb les que ja estan consolidades pot ser molt costós.

Per això, el ministre de Turisme i Medi Ambient, ha reconegut que ara que els pressupostos són escassos i l'oportunitat per crear una marca Pirineus seria a l'estiu, però que també pogués servir per a les temporades de primavera i tardor. En aquest cas ha recordat que l'afluència al massís pirineu és més baixa, les estacions d'esquí hi dediquen menys diners perquè hi ha menys gent, hi ha menys beneficis i s'hi haurien de dedicar menys inversions.

Francesc Camp ha afirmat que fora de la temporada hivernal també hi ha una oferta molt àmplia com pot ser la gastronòmica, el senderisme o l'entorn natural: el Parc Nacional d'Aigües Totes, Pic de Madri, Cirque de Gavarnice o la Vall de Madriu - declarada Patrimoni de la Humanitat - i que, segons el ministre, pot donar un segell de qualitat per vendre l'oferta pirineuica arreu del món.

Com crear i potenciar la marca Pirineus

Per tirar endavant i donar notorietat a la marca Pirineus, Camp ha explicat que caldria una primera fase de test, d'uns dos anys de durada, on es preguntaria als agents turístics no només als públics sinó també als privats de cada territori si volen oferir una oferta conjunta. Lavors s'hauria d'escollir un grup interterritorial de màrqueting, és a dir, on hi haguessin membres dels vuit territoris que integren els Pirineus, perquè creessin una oferta transparent i a la venguessin.

Si aquesta primera fase funcionés, caldria crear un òrgan de gestió de la marca turística Pirineus, per posicionar la marca en els mercats potencials i definir-ne l'oferta, ha dit Camp. A més, caldria dotar-lo d'un pressupost ambiciós perquè tingues exit i podria ser un ens públic, privat o parapúblic.

Amb tot, el Ministre de Turisme ha insistit en què per poder tirar endavant la marca Pirineus cal creure en el projecte i fer-ho per etapes.

Data de publicació: 2011-10-29 13:24:00

 Seccions: Societat
 Territoris: Pirineus,Nacional
 Signatura: M.S

 Google traductor Ver este página en: [español](#) Traductor de Google [Desarrolla](#)

 Autenticat com a SAC | [Basta!](#)
 Notícies | [Agenda](#) | [Configuració](#) | [RSS](#)
 11:30 h Dissabte 05 de novembre de 2011

 text a cercar: Tots els territoris Totes les seccions Tots els formats

 Entre les dates:

Detall Notícia


Títol AM.- El ministre de Turisme proposa unir els territoris per centrar la marca Pirineus a l'estiu

Resum Escalótes-Engordany.- El ministre de Turisme i Medi Ambient d'Andorra, Francesc Camp, ha explicat durant les vuitenes Trobades Culturals Pirineüques que per construir una marca Pirineus forta haurien d'anar cap a la resta de temporades, concretament a l'estiu perquè no hi ha tanta gent i hi ha menys ingressos, menys beneficis i s'hi haurien de dedicar menys inversions. Per poder crear aquest segell, el ministre ha indicat que caldria inicialment fer una prova pilot oferint un producte transversal i si funcionés pensar, més endavant, en un conjunt d'ofertes més àmplies. En aquesta segona etapa, Camp ha destacat que caldria crear un organisme que gestionés la marca Pirineus i per fer-ho seria necessari un compromís ferm dels vuit territoris que configuren els Pirineus per aportar-hi diners.

Text Camp ha reconegut que el desig seria estar dins d'una marca única, amb uns objectius comuns i uns plans d'acció similars però, ara per ara, els vuit territoris que conformen els Pirineus són molt diferents entre si quant a objectius i a estratègies turístiques. Malgrat tot, el ministre de Turisme i Medi Ambient ha admès que el repté és crear una marca Pirineus forta, que tingui notorietat i es conegui però, ha advertit que l'hivern és una època molt consolidada als Pirineus i ja existeixen marques potents de manera que crear-ne una altra perquè competeixi amb les que ja estan consolidades pot ser molt costós.

Per això, el ministre de Turisme i Medi Ambient, ha reconegut que ara que els pressupostos són escassos i l'oportunitat per crear una marca Pirineus seria a l'estiu, però que també pogués servir per a les temporades de primavera i tardor. En aquest cas ha recordat que l'afluència al massís pirineu és més baixa, les estacions d'esquí hi dediquen menys diners perquè hi ha menys gent, hi ha menys beneficis i s'hi haurien de dedicar menys inversions.

Francesc Camp ha afirmat que fora de la temporada hivernal també hi ha una oferta molt àmplia com pot ser la gastronòmica, el senderisme o l'entorn natural: el Parc Nacional d'Aigües Totes, Pic de Madri, Cirque de Gavarnice o la Vall de Madriu - declarada Patrimoni de la Humanitat - i que, segons el ministre, pot donar un segell de qualitat per vendre l'oferta pirineuica arreu del món.

<http://www.ana.adn/professional/news/view/0713046>

05/11/2011

Com crear i potenciar la marca Pirineus

Per tirar endavant i donar notorietat a la marca Pirineus, Camp ha explicat que caldria una primera fase de test, d'uns dos anys de durada, on es preguntaria als agents turístics no només als públics sinó també als privats de cada territori si volen oferir una oferta conjunta. Lavors s'hauria d'escollir un grup interterritorial de màrqueting, és a dir, on hi haguessin membres dels vuit territoris que integren els Pirineus, perquè creessin una oferta transparent i a la venguessin.

Si aquesta primera fase funcionés, caldria crear un òrgan de gestió de la marca turística Pirineus, per posicionar la marca en els mercats potencials i definir-ne l'oferta, ha dit Camp. A més, caldria dotar-lo d'un pressupost ambiciós perquè tingues exit i podria ser un ens públic, privat o parapúblic.

Amb tot, el Ministre de Turisme ha insistit en què per poder tirar endavant la marca Pirineus cal creure en el projecte i fer-ho per etapes.

Data de publicació: 29.10.2011, 13.24 h

 Secció: Societat
 Territoris: Pirineus, Nacional
 Signatura: M.S


Foto: M.S

El ministre de Turisme, Francesc Camp Torres, ha explicat com crear una marca Pirineus forta.



Foto: M.S
El ministre de Turisme i Medi Ambient, Francesc Camp, en un moment de la seva exposició sobre El reptje del Turisme als Pirineus.

ANA
agència de notícies andorrana
Autenticat amb a SAC [Sortir]
Notícies | Agenda | Configurar RSS
11:26 h Dissabte 05 de novembre de 2011

Entre les

dates:

Tots els territoris

Totes les seccions

Tots els formats

Detall Notícia



Títol: Batalla insta a deixar de fer-se competència i apostar per una marca Pirineus global de qualitat

Resum: Escaldes-Engordany.- L'alcalde de la Seu d'Urgell, Albert Batalla, ha explicat, en el marc de les vuitenes Trobades Culturals Pirinenques, que cal passar de potenciar les petites marques locals a impulsar una marca global com és la dels Pirineus per fer un salt endavant de visibilització turística. Batalla ha considerat que ha de ser una proposta qualitativa i quantitativa a la vegada, 'hem de fer que vingui més gent i que la marca Pirineus ofereixi propostes d'alta qualitat', ha afirmat.

Text: L'alcalde de la Seu, Albert Batalla, ha insistit en què els territoris 'hem de passar de fer-nos estríctament la competència a ser capaçs de destinar una part important de la nostra energia a pujar d'esglaó i situar els Pirineus com a marca mundial'. Un segell que, segons l'alcalde, ha de significar una aposta quantitativa- acollir més turistes- i qualitativa- iniciatives turístiques d'alta qualitat.

A més, Batalla, també ha dit que 'seria necessari fer una oferta diferenciada a les diferents valls per tenir propostes prou sòlides perquè la gent les triï des de qualsevol lloc del món'. Així mateix, ha considerat que crear una marca conjunta no és un pas senzill perquè 'totom sempre ha tendit a quedar-se en el seu territori de confort que és la marca local' però, l'alcalde de la Seu d'Urgell ha demanat que en aquests moments de crisi cal generositat per treballar com juntament i situar la marca Pirineus al món.

Per últim, Batalla ha matissat les paraules del ministre de Turisme i Medi Ambient, Francesc Camp, en relació a crear una marca Pirineus a l'Estiu, dient que 'la desestacionalització no està tan associada a la marca sinó a aquesta necessitat de reconèixer-nos mútuament per fer ofertes complementàries'.

Data de publicació: 29.10.2011, 20:29 h
Secció: Societat
Territoris: Escaldes-Engordany, Pirineu, Nacional
<http://www.ana.ca/professional/news/view/inf/13057>

05/11/2011



ANA - Agència de Notícies Andorrana
Detall de notícia

Títol:

Batalla insta a deixar de fer-se competència i apostar per una marca Pirineus global de qualitat

Resum:

Escaldes-Engordany.- L'alcalde de la Seu d'Urgell, Albert Batalla, ha explicat, en el marc de les vuitenes Trobades Culturals Pirinenques, que cal passar de potenciar les petites marques locals a impulsar una marca global com és la dels Pirineus per fer un salt endavant de visibilització turística. Batalla ha considerat que ha de ser una proposta qualitativa i quantitativa a la vegada, 'hem de fer que vingui més gent i que la marca Pirineus ofereixi propostes d'alta qualitat', ha afirmat.

Text:

L'alcalde de la Seu, Albert Batalla, ha insistit en què els territoris 'hem de passar de fer-nos estríctament la competència a ser capaçs de destinar una part important de la nostra energia a pujar d'esglaó i situar els Pirineus com a marca mundial'. Un segell que, segons l'alcalde, ha de significar una aposta quantitativa- acollir més turistes- i qualitativa- iniciatives turístiques d'alta qualitat.

A més, Batalla, també ha dit que 'seria necessari fer una oferta diferenciada a les diferents valls per tenir propostes prou sòlides perquè la gent les triï des de qualsevol lloc del món'. Així mateix, ha considerat que crear una marca conjunta no és un pas senzill perquè 'totom sempre ha tendit a quedar-se en el seu territori de confort que és la marca local' però, l'alcalde de la Seu d'Urgell ha demanat que en aquests moments de crisi cal generositat per treballar com juntament i situar la marca Pirineus al món.

Per últim, Batalla ha matissat les paraules del ministre de Turisme i Medi Ambient, Francesc Camp, en relació a crear una marca Pirineus a l'Estiu, dient que 'la desestacionalització no està tan associada a la marca sinó a aquesta necessitat de reconèixer-nos mútuament per fer ofertes complementàries'.

Data de publicació: 2011-10-29 20:29:53

Seccions: Societat

Territoris: Escaldes-Engordany, Pirineu, Nacional

Signatura: M.S



Foto: M.S
L'alcalde de la Seu d'Urgell, Albert Batalla, a les vuitenes trobades culturals pirinenques.

La marca Pirineus: un objectiu compartit a les VIII Trobades Pirinenques

Escrit per Teresa Ventura | Pinzellades | 64 lectures



Organitzat com és habitual per la Societat Andorrana de Ciències (SAC), va tenir lloc a la Sala d'Actes del Comú d'Escaldes-Engordany la VIII Edició de les Trobades Pirinenques, amb la participació de diferents entitats, des de l'Àmbit de Recerca del Barquedó fins a l'Economia de les Valls d'Àneu, passant pel centre d'Estudis comarcals del Ripollès i l'Institut d'Estudis Cerdans, a més a més de la representació de Pirineus-Fòrum Depana i el Centre d'Estudis Ribagorçans. També hi va haver representació de l'Institut d'Estudis Aranès i el Centre d'Estudis dels amics de Besalú i el seu Comitat, a part de l'Institut d'Estudis Comarcals de l'Alt Urgell.

La jornada es va iniciar amb la hembruga de la Consellera major del Comú d'Escaldes, Trini Martín i la salutació del ministre d'Afers Exteriors del Govern, Gilbert Saboya. Seguidament va fer la introducció dels diferents ponents Angeli Madi, presidenta de la SAC.

El programa va començar amb la participació del ministre de Turisme i Medi Ambient Francese Camp, que va obrir la ponència "El repte del turisme als Pirineus", durant la qual va demanar l'aportació de tots per assumir l'objectiu de la promoció turística de l'entorn, mitjançant la Marca Pirineus.

Hi van assistir altres representants andorranos amb el director de Turisme, Sergi Nadal així com la directora de la Cambra de Comerç, Pilar Escalé. També va presentar una comunicació, l'exeministe Claude Benet amb el títol de "La Marca Pirineus i el pirinisme".

Entre altres temes es va tractar "La Vall del Madriu-Perafita-Claror: una contribució a la posada en valor del Pirineu", temàtica que va presentar Joan Regasit, arquitecte i coordinador de la candidatura d'Escaldes-Engordany a la Unesco (Vall declarada Patrimoni de la Humanitat l'any 2004). Regasit va destacar la importància d'aquest reconeixement, que permet a Andorra formar part de la xarxa mundial del Patrimoni paisatgístic universal.

El Pirineu de forma conjunta hi participa amb altres veïns que també han assolit aquesta distinció, com per exemple el Romànic de la Vall de Boi i la Festa de la Patum a Berga, elements diferenciadors que fan del Pirineu un important àmbit Patrimonial i Cultural que té un pes específic sobre el desenvolupament global de l'espai mitjànter que els és comú.

El president del Centre d'Estudis Sant Sadurn de Tavèrnoles, Josep Maria Nogués, va fer una interessant aportació sobre la branca del camí català de Sant Jaume de Galícia per les Valls del Vallera i Andorra.

La periodista i antropòloga Judith Pamplona va presentar la ponència "Immigració, empremoria i el suport de la xarxa personal: els empresaris immigrants al Principat d'Andorra".

L'Associació Llibre del Pirineu, va ser representada per l'escriptor i president de l'entitat Joan

Obiols i Puiginiós. La historiadora M. Dolores Santandreu, membre de l'Àmbit de Recerques del Berguedà va explicar el sacramental de la Patum de Berga. Aquesta és una festa d'origen religiós que s'ha transformat en profana a través dels temps. També va parlar sobre "Berga i la Patum" Ramon Felip, advocat i dinamitzador del Berguedà.

En una altra línia, Mar Tàpia, investigadora sismòloga i coordinadora del Laboratori d'Estudis Geofísics "Eduard Fontserè" de l'Institut d'Estudis Catalans, va tractar el tema "Pirineus al punt de mira de la sismologia catalana. Similitutats i particularitats". Aquesta temàtica va permetre una aproximació a l'estudi de la previsió dels riscos naturals en aquest entorn tan específic.



Per altra banda el professor Laurent Leygue, vicepresident de l'ofici de Turisme de la Comunitat de Municipis "Pirineus-Cerdanya", va presentar la ponència "Dues Cerdanyes per un Pirineu" (Cerdanya Francesa i Cerdanya Catalana).

Joan Armengol, gerent de la Unió Hoteleria de les Valls d'Andorra, va parlar de "L'Hoteleria i el termalisme" (El cas de Caldes). El Delegat territorial del Govern de la Generalitat a l'Alt Pirineu i Aran va tractar el tema "Els Pirineus cara al futur". Jordi Duban, tresorer de la Cambra de Comerç, va parlar sobre "Marca i destinació turística: Andorra el País dels Pirineus".

Hi van haver altres aportacions, totes molt interessants, com la gestió de la qualitat ambiental en les zones protegides, o l'aportació de la "Xarxa internacional d'Hotels Relais de Chateaux", etc. Va tancar el torn de ponències Albert Baralla, alcalde de la Seu d'Urgell que va parlar sobre "L'Alt Urgell i la marca Pirineus", sempre dins de la línia de la promoció turística-comercial dels Pirineus en el marc de la sostenibilitat.

En el mateix acte de les trobades es va presentar el recull de les ponències de l'anterior edició, amb el nom de "El Pirineu 1.000 anys després: visions de futur", llibre amb que la SAC va obsequiar tots els participants i entitats que en formen part. La propera convocatòria per les IX Trobades Pirinenques serà el 2012 a la Cerdanya, que agafa el relleu de la SAC al Principat d'Andorra.

www.forum.ad

Generalitat de Catalunya
www.gencat.cat

Sala de premsa

Enllaçar | Enviar | Imprimir

28-10-2011 20:30

El delegat territorial del Govern a l'Alt Pirineu i Aran participa a les Bènes. Trobades Culturals Pirinenques

El delegat territorial del Govern a l'Alt Pirineu i Aran, Albert Alins, ha participat a les Bènes. Trobades Culturals Pirinenques que, sota el títol La marca Pirineus, s'ha celebrat avui dimecres 29 d'octubre del 2011, a la sala d'actes del Comú d'Escaldes-Engordany, Parc de la Mola, Escaldes-Engordany (Andorra).

Durant el dia s'ha presentat un conjunt de vint-i-cinc ponències al voltant de temes com l'oferta turística pirinenca, algunes tradicionals populars, el patrimoni cultural i l'arquitectònic i la gestió de zones protegides. El delegat Albert Alins ha exposat la ponència titulada Els Pirineus cara al futur.

Les Trobades Culturals Pirinenques és una jornada itinerant de periodicitat anual que pretén ser un fòrum de debat de famles i qüestions que afecten al Pirineu. S'ha celebrat edicions a Sant Julià de Lòria (Andorra) l'any 2004, a Escaldes d'Àneu (Pallars Sobirà) l'any 2005, a Orcauany l'any 2006, al Pont de Suert (Alta Ribagorça) l'any 2007, a Ripoll (Ripollès) l'any 2008, a Berga (Berguedà) l'any 2009 i a la Seu d'Urgell (Alt Urgell) es va celebrar la darrera edició, l'any 2010.

Organitza les Trobades la Societat Andorrana de Ciències, Àmbit de Recerques del Barquedó (ARB), Amics de Besalú i Comarç (ABC), Centre d'Estudis Comarcals del Ripollès (CECR), Centre d'Estudis Ribagorçans (CERIB), Ecomuseu de les Valls d'Àneu (EVA), Institut d'Estudis Aranès (IEA), Institut d'Estudis Cerdans (IEC), Institut d'Estudis Comarcals de l'Alt Urgell (IECAU) i Pirineu-Fòrum-Depana (PF).

p://premsa.gencat.cat/pres_fw/pAjo/le/vo/ta/premsa/w/detall.do?id=126696

6/5/11/2011

EDITORIAL

Per Antoni Pal i Solé

Que els Pirineus són diversos en pobles, llengües i estats és conegut per tots. Però el cert és que no són més diversos que els Alps o qualsevol altra serralada comparable.

Avui, amb la globalització, la diversitat perd força enfront de l'homogeneïtat. Malgrat això, cal ser conscients que entre allò diferent sempre s'hi podran trobar semblances i que entre allò semblant sempre s'hi trobaran diferències. En tots els àmbits. Segurament per la seva situació però sobretot per la seva evolució històrica, la serralada pirinenca s'ha visualitzat més com uns fragments de realitats diferents no addicionables que com unes parts semblants amb potencials sumables de quelcom que forma una unitat orogràfica.

Què és allò que distingeix els Pirineus de les altres serralades? Junts se'ls reconeix o se'ls pot reconèixer? O es denota el seu origen? O es denoten les seves qualitats?

Si és així, quines són? Si no és així, què cal fer perquè ho sigui?

Compartim un territori produït en unes circumstàncies comunes.

Com a veïns que som ens cal decidir si volem compartir alguna cosa més que un territori comú. Sumar projectes i multiplicar voluntats per situar-nos en un món global és acceptar el fet que a més de ser el que som aïlladament també som pirinencs i més coses.

Acceptar jugar en la categoria que ens ofereix un territori de 59.850 km², entre l'oceà Atlàntic i la mar Mediterrània, en unes dimensions de 520 km de llarg per 150 km d'ample aproximats, amb uns 1.765 municipis i un 1.100.000 habitants és un repte prou atractiu per no defugir-lo.

Recuperar una transversalitat (est-oest) perduda en les nostres relacions amb els veïns pirinencs és el més convenient, perquè es tracta de sumar complementant-nos tots plegats en el que ens falta i aspirar a formar unes noves realitats més enllà de la pròpia vall o valls. Compartir realitats i objectius. Només podem créixer, territorialment, amb el suport i la complicitat dels nostres veïns pirinencs.

Junts podem oferir els nostres serveis i territori no només a l'entorn que tenim, sud i nord enllà, sinó a tot el món.

El format que ens convé per poder competir en el món ens el dona precisament aquest territori: el Pirineu.

El proper 29 d'octubre a Escaldes-Engordany, en el marc de la Capitalitat de la Cultura Catalana, se celebraran les 8es Trobades Culturals Pirinenques, que tractaran precisament d'aquest tema, la marca Pirineus.

El 2004, a Sant Julià de Lòria, es va parlar de la globalització al Pirineu; el 2005, a Esterri d'Àneu, del Pirineu en xarxa; el 2006, a Organyà, dels models de Pirineu; el 2007, al Pont de Suert, del Pirineu i la creació cultural; el 2008, a Ripoll, de la comunicació al Pirineu; el 2009, a Berga, de les crisis al Pirineu; i el 2010, a la Seu d'Urgell, del Pirineu 1.000 anys després.

Totes i cadascuna de les trobades, però, perseguïen el mateix, pensar globalment i actuar localment, també a escala pirinenca. És un luxe no fer-ho, i no podem ni volem renunciar-hi. Com es deia en la primera trobada, ningú no ho farà per nosaltres i avui és al nostre abast. Cal trencar les distàncies mentals que ens separen i aïllen. Junts podem fer molt més, el que podem fer sols, el que podem fer junts i sabem i el que només podem fer junts i desconèiem.

La marca Pirineus abasta tot allò de comú que ja sabem fer separatament i ens identifica. Ara cal potenciar-ho i divulgar-ho conscientment. I a més, tot el que junts siguem capaços de crear.

La marca Pirineus

IMATGES DE LES 8es TROBADES CULTURALS PIRINENQUES



Reunió del Tria Móra, convocatòria sobre l'evolució organitzativa, Reguli Martí, president de la SAC, Gilbert Galup, i Miquel d'Àvila Escalera

Diana Mateja



Angels Martí, Laurent Logez i Miki Tena



Carles Barrio, Albert Añel i Neus Tresserras de la Plagana

Laurent Logez, Neus Escalera, Teresa Torrens i Miquel d'Àvila Escalera

El Sr. Jordi Benet Ferrer i Jordi Salas Benet al Institut Francès Camp



Albert Añel, allegat territorial del Departament de Catalunya i IFA Pireneus, Miquel d'Àvila Escalera i Miki Tena



Escaldes-Engordany, 28 d'octubre del 2011



Jordi Castellnou, Albert Palau, Teresa Torrens i Rosa Salas



Jordi Palau, Teresa Torrens i Eusebi Clua



El moderador: Eusebi Torrens i Rosa Salas, del Consell de Bona

Dirigent d'opinió: Miquel d'Àvila Escalera, president de l'ICC i Jordi Palau



Jordi Regulet, Laurent Logez i Joan Olibet, IFA Departament de

Albert Benet, alcalde de la Seu d'Urgell i Laurent Logez i Clua Benet



Laurent Logez, organitzador de l'Institut d'Estudis Pirinencs i Clua Benet president de l'Institut d'Estudis Pirinencs i Miquel d'Àvila Escalera, president de l'ICC i Jordi Palau

Laurent Logez, organitzador de l'Institut d'Estudis Pirinencs i Clua Benet president de l'Institut d'Estudis Pirinencs i Miquel d'Àvila Escalera, president de l'ICC i Jordi Palau