

Acta reunió de Turisme

Convocatòria

- **Data:** 06 de febrer de 2020 (dijous)
- **Hora:** 9:00h
- **Durada:** 2h
- **Lloc reunió:** Sala de les Cuines (Espai Can Rius)

Assistents

1. Sra. Carme Germà, regidora de Turisme i Termalisme
2. Sr. Josep Busquets, regidor d'Escaldarium
3. Sra. Núria Carné, regidora d'Europa i Projectió Exterior
4. Sra. Marga Llopis, Festuk Cafè
5. Sra. Fina Soley, càmping El Pasqualet
6. Sra. Erènia Díaz, ball de Diables
7. Sr. Vincenzo Caraballo, Na Madrona
8. Sr. Arnau de Villasante, Sushi bar Ukiyo
9. Sr. Marc Miras, Vallesana Espai Degustació
10. Sra. Eva Termes, Pedragosa
11. Sr. Josep López, sots inspector de la Policia Local
12. Sra. Núria Vila, Uniunfandos
13. Sr. Roger Reig, Uniunfandos
14. Sra. Anna Monleón, directora del museu Thermalia
15. Sra. Raquel Costa, Oficina de Turisme
16. Sra. Sandra Rodà, Oficina de Turisme

S'excusa assistència de

1. Sr. Joan Muñoz, Transports Sagalés
2. Carles Sanmartí, Pastes Sanmartí

Desenvolupament ordre del dia

1. Aprovació de l'esborrany de l'acta de la reunió anterior.

S'aprova per unanimitat l'esborrany de l'acta de la reunió anterior de 23 d'octubre de 2019

2. Presentació de les propostes d'actuació de dinamització turística per portar a terme el 2020 en el marc dels Pressupostos Participatius.

Com a preàmbul, la regidora Núria Carné i el regidor Josep Busquets notifiquen que, com a regidors d'altres àmbits, estan d' "infiltrats" per veure com es treballa a l'àmbit de turisme i detectar si hi ha temes conjunts entre les diferents taules de treball.

a. Edició càpsules vídeo promocional i promoció per xarxes

Roger Reig: La proposta és, després de la campanya d'Ivan Labanda, renovar els vídeos promocionals. Que la gent de Caldes sigui participi de la promoció i facin d'ambaixadors del poble. La idea inicial és fer una càmera oculta, com una falsa visita guiada on s'explicaran disbarats perquè els assistents prenguin consciència del desconeixement que tenen sobre els recursos turístics del poble i n'aprenuin. Per a elaborar els vídeos es buscaran persones reals, i no actors, perquè es vol veure la reacció espontània de la gent. En els vídeos ha de quedar clar que s'està fent una broma, sense ridiculitzar ningú. Finalment, es farà la visita guiada real per veure la diferència. Es proposa fer-ho varies vegades en un dia i veure la reacció de diferents persones a la mateixa explicació falsa. A més a més, es demanaran permisos als assistents per poder gravar la visita i drets d'imatge.

Núria Vila: L'objectiu és donar a conèixer les visites guiades que es fan pel poble.

Roger Reig: Per acabar, el vídeo tindria un eslògan final: "Si tu tampoc ho sabbies, vine a les visites guiades."

Carme Germà: la idea és fer-ho per a la mateixa gent de Caldes, perquè els mateixos calderins coneguin el poble i se sorprendin de les coses que s'expliquen perquè, d'aquesta manera, puguin fer d'ambaixadors. Per tant, s'ha d'escollir la gent de Caldes que pugui participar al vídeo.

Núria Vila: És important que el fet que sigui una "falsa visita guiada" no surti d'aquí, s'explicarà de "ganxo" que vindran a gravar un programa, per tant, s'ha d'animar a participar a la gent sense explicar que es té un pla.

Fina: li preocupa desfer el mal mite. Aquest vídeo té un risc, que la informació falsa que es doni sigui allò amb què es quedi la gent, i no es percebi el missatge de "broma". A més a més fa la reflexió de per què el vídeo només va dirigit a la gent de Caldes.

Es comenta en general que les xarxes estan obertes a tothom.

Fina: des de fa 30 anys es comenta que la gent de Caldes no participa a les accions del poble, igual hi ha alguna cosa que no estem fent bé.

Carme Germà: la gent del poble no coneix el poble i és important quan viatges fora per fer d'ambaixadors del poble i captar gent pel boca-orella.

Josep Busquets: hi ha gent del poble que no coneix la història de l'escaldàrium, hi ha més gent de fora que la coneix.

Fina: fer les visites amb els agents turístics, no només amb els balnearis, sinó també amb els restaurants i tots els agents que estan de cara al públic.

Arnau de Villasante: És important tenir un bon producte, però com es farà la difusió del vídeo perquè arribi a la gent del poble, perquè si fins ara no s'ha arribat és perquè igual els mitjans que s'utilitzen actualment no són els adequats.

Anna Monleón: la idea és que la gent pugui vendre el seu poble, no tant que facin la visita guiada.

Arnau de Villasante: creu que s'ha de transmetre: per què has de fer una visita guiada al teu poble? Per què has de saber del teu poble? Per què la gent del poble no fa la visita guiada? I si els canals de comunicació no han funcionat fins ara, igual és que s'ha de fer un canvi. Plantejar com comunicar el producte si realment es vol captar la gent del poble.

Roger Reig: les altres dues campanyes anteriors han tingut molt bon *engagement*.

Carme Germà: la idea és que amb el vídeo la gent ja aprengui coses, anar a buscar aquelles coses que la gent explica de manera equivocada sobre Caldes per corregir-les.

Raquel Costa: una acció d'aquest estil no s'ha fet mai, per tant, pot ser una molt bona iniciativa.

Núria Vila: s'ha de treballar aquell contingut que es vulgui donar a conèixer.

Marc Miras: s'ha parlat que hi ha hagut molt bones dades d'engagement, però conèixer quines són aquestes dades és necessari per tal de poder puntuar la prioritització d'actuacions.

Raquel Costa: es buscaran aquestes dades i es presentaran a la propera taula de turisme.

Arnau de Villasante: s'hauria d'aprofitar aquesta campanya de vídeo per promocionar que les visites són gratuïtes i donar-les a conèixer en moments en què la gent surti al carrer (quan hi ha mercats setmanals, etc.)

Raquel Costa: quan hi ha mercats com el mercat de l'olla i la fira de nadal és incompatible fer les visites perquè no hi ha suficient espai físic.

Marc Miras: La gent del poble no sap que les visites son gratuïtes per la gent del poble, donar molt incís a la campanya en què els calderins tenen la visita gratuïta.

Josep Manel: Estaria bé entregar paperetes a la gent que ve a partits de futbol, o llocs on va la gent amb nens, aquest públic sempre busca activitats per poder tenir la canalla entretinguda.

Josep Busquets: estem treballant amb unes jornades on vindran 300 persones de fora i estem treballant amb turisme perquè els participants de les jornades es quedin al poble.

Roger Reig: Fer de turista al teu poble fa "vergonya"

Anna Monleón: no és tan la vergonya sinó que ens pensem que ho sabem tot, que no podem aprendre res nou del nostre poble.

S'ha de treballar la comunicació.

Fina: sortejar coses entre la gent que faci les visites va bé. Costa motivar la gent, i si no hi ha un fet afegit, és difícil. Al càmping tenim butlletes per al reciclatge i un cop l'any regalen una bicicleta. Implicar als nens fa que s'impliquin els pares. Ara es farà amb les activitats de dissabte i diumenge que no funcionen, es sortejarà un patinet elèctric a les activitats de diumenge. Els nens estiren els pares.

Erènia Díaz: Joc de Kahoot a l'institut pels adolescents. A l'escola (primària) sempre es visita Thermalia i el poble en algun moment, però aquests coneixements es perden. S'ha de portar aquesta informació als joves i crear jocs perquè puguin participar.

Núria Vila: es podria vincular el vídeo amb el joc de kahoot, és molt bona idea.

Josep López: amb la idea d'aprofitar l'esport de cap de setmana on venen famílies (futbol), es podrien utilitzar els equips per promocionar les visites. Convidar els equips sencers a fer la visita i promocionar-ho, avisant-ho amb antelació. Col·laborar amb les entitats esportives i muntar calendaris per coincidir amb els partits que tenen programats. Sobretot amb els equips de nens més petits per acabar d'omplir el dia. El preu de la visita no és el problema.

Arnau de Villasante: s'ha de normalitzar el fet de veure la gent del poble fent la visita guiada.

Marxen el Roger Reig i la Núria Vila

b. 1a fase Jornades tomàquet: 4000 planters i gestió pagesos

Raquel Costa: proposta d'organitzar jornades de tomàquets. Es va fer un estudi d'unes varietats antigues del Vallès i des d'en Jonathan Garcia es va fer la proposta de poder cultivar alguna varietat d'aquestes. Poder comprar uns planters, des de l'ajuntament, i incentivar que es plantin aquestes varietats, per tal de poder fer unes jornades de tomàquets després de les jornades que es fan a Santa Eulàlia. Durant aquesta fira, els restaurants podrien oferir plats elaborats amb algun d'aquests tomàquets. Que els pagesos cultivin aquests tomàquets l'any en curs i, de cara l'any vinent, que els restaurants puguin elaborar els plats.

Arnau de Villasante: a part dels restaurants, els comerços també hi podrien participar venent salsa de tomàquet o tomàquets en conserva.

Eva Termes: les botigues inclús podrien vendre el tomàquet fresc.

Raquel Costa: la proposta és fer una primera adquisició de 4.000 planters.

Marc Miras: estem parlant de pagesos professionals?

Vincenzo Caraballo: Seria interessant centrar-nos només en una o dues varietat concretes de tomàquet, fer-los identitaris del territori. Es proposen el tomàquet Ramallet i el Montserrat.

Raquel Costa: un cop surti el projecte, es plantejarà la idea als pagesos.

Marc Miras: igual els pagesos ja tenen la seva pròpia varietat de tomàquets. S'ha de mirar quin mitjà de comunicació tenen els pagesos perquè els restaurants puguin comprar a aquests productors, perquè el producte arribi a la gent del poble i no marxi fora.

Arnau de Villasante: la campanya hauria de ser llarga: fer-ho intensiu durant una setmana per als restaurants, però promocionar el projecte durant tot el període de producció del tomàquet (2 mesos) a finals de juliol.

c. 5a. Via del pintxo (plànols, publicitat i bossa quinto)

Raquel Costa: 22.000 pintxos l'última edició, cada vegada es va desbordant. Com és el 5è any es vol tornar a apostar per aquest producte, fent algun element commemoratiu.

Carme Germà: En comptes de fer un got, es proposa de fer una bossa per penjar la cervesa del coll mentre menges el pintxo.

Arnau de Villasante: Les ampolles s'han de retornar i la Damm obliga a pagar l'envàs si aquest no es retorna. Si es fa la bossa la gent s'emportarà l'envàs a casa i els restaurants perdran diners.

Marc Miras: jo serveixo tirador, a mi la butxaca no em serveix, a mi el got de plàstic em sembla molt interessant, en comptes de fer la bossa.

Arnau de Villasante: les bases de la via no obliguen a posar cervesa, només obliguen a donar la marca estrella si serveixes cervesa. Igual jo aquest any no serveixo quinto. La butxaca està bé perquè estarà customitzada, però a nosaltres ens suposa un problema logístic perquè igual nosaltres ens quedem sense els envasos que hem de retornar.

Fina: proposa utilitzar safata ecològica (compostable) amb l'espai per guardar el got i el plat i que no s'hagi de rentar.

Núria Carné: l'horari igual seria un altre tema a parlar. A la taula de comerç a vegades ha sortit el tema, s'ofereix per pensar com podrien ajudar els comerços per sumar esforços.

Erènia Díaz: en comptes de la bossa, faria un got de bambú. La bossa no es podrà utilitzar per a res més.

Carme Germà: hi ha molta gent que no beu en got de plàstic perquè és un esdeveniment gastronòmic.

Eva Termes: Parlar amb una empresa de gots/copes de vidre i les portes brutes i te les tornen netes.

Arnau de Villasante: a la via del pintxo, si fas un bon producte no surt a compte, són moltes hores i molt esforç darrere, és més que res un acte promocional per al restaurant.

Eva Termes: es podria invertir en taules altes per a tot el poble? En comptes de fer les bosses, llogar taules altes o barres perquè la gent pugui recolzar-se i aguantar el plat.

Arnau de Villasante: hi ha gent que no pot muntar fora. Tothom te les seves condicions. Per fer un regal es podria fer un obridor que es pugui penjar, o sigui imant, i així cadascú porta el seu propi obridor i després se'l pot endur a casa.

O, igual, un pot personalitzat de la via del pintxo i que tothom pugui obrir-se el seu quinto.

d. Escaldàrium:

L' Erènia Díaz ha presentat dues propostes.

- **Nova activitat relacionada amb l'aigua termal**

Erènia Díaz: Aigua termal, també serveix per fer moltes més coses, a part dels balnearis: cuina, ungüents, es proposa de fer tallers relacionats amb l'aigua termal, per aprendre a utilitzar l'aigua termal per a diferents usos domèstics. Per donar més importància a l'aigua del poble i no només per als balnearis.

- **Promoció utilització vestuari medieval**

Erènia Díaz: animar el poble perquè sigui més particip a la festa, animar la gent a disfressar-se amb vestimenta medieval i tenir descomptes per anar disfressat. Guarnir al poble de l'època, és molt més visual i festiu.

Anna Monleón: per què medieval?

Erènia Díaz: amb medieval ens referim a la roba que es portava durant l'època de la penja de bruixes, fa 300 anys. Ambient d'aquesta l'època.

Josep Busquets: (època 1500-1600-1700) era l'època de quan es penjaven les bruixes.

Erènia Díaz: aquest any com a Diables volem donar a conèixer la tradició i cultura del poble.

Anna Monleón: nosaltres fugim de les fires medievals perquè ja estan posicionades i no ens caracteritzen.

Josep Busquets: el que es vol plantejar és que durant la setmana de l'escaldàrium que a tot el poble es respiri ambient d'escaldàrium. Que durant tots els dies no parin de passar coses. Per exemple, crear dos espais diferenciats i que passin moltes coses a aquests dos punts. Crear l'ambient de poble. És necessari que les associacions de veïns i comerços s'impliquin amb la ambientació de la festa.

Anna Monleón: la decoració ha de ser més personalitzada de la festa d'escaldàrium. Potenciar l'imaginari de la festa, del vostres personatges.

Erènia Díaz: igual plantejar, en un futur, concursos de decoració de carrers (com a les festes de Barcelona). Ambient de bèsties fictícies, per exemple. Que els veïns s'impliquin.

Josep Busquets: els diables, l'associació del casc antic i el taller d'art quedaran per parlar i que s'involucrin.

- e. **Campanya promocional a les xarxes socials**
- f. **Campanya promocional a Catalunya ràdio**
- g. **Edició de plànols desplegable (vam fer cicloturisme i ara tocarien de senders)**

Fina: les traduccions dels plànols ja les tenim fetes. Només caldria fer la reedició i la impressió.

- h. **Llançament d'ampolles amb brou termal per promoure la cuina termal.**

- i. **Cuina termal als restaurants de Caldes i comerços que puguin vendre plats cuinats. La idea seria fer com una cuina volcànica, però amb l'aigua termal.**

Arnau i Vincenzo ja ho fan

Carme Germà: la idea seria incorporar aquest plat per aprofitar la promoció que es fa des de turisme del municipi.

- j. **Xapes amb el lema “pedala amb bicicleta” lligat a la marca de cicloturisme que estem treballant amb els establiments del municipi.**

Fina: la xapa serviria per descarregar-se els QR dels mapes. Perquè hi hagi els QR els mapes han d'anar vinculats a una web. Tot està a Wikilog.

A la propera edició dels mapes seria interessant posar el QR.

- k. **Domassos, vinculat amb l'Escaldàrium. Pressupost per elaborar més domassos i es regalaria als veïns del casc antic.**

3. Votacions:

Es procedeix a fer les votacions i es fa el recompte.

El resultat final ha estat:

	Puntuació	Pressupost
Via pintxo	79	5000
Jornades tomàquet	75	2000
Càpsules vídeo	74	5000
Domassos	58	2000
campanya xarxes	55	2000
Plànols senders	54	3500
Activ. Escaldarium	47	
Catalunya ràdio	46	
cuina termal	38	
xapes pedalada	37	
Vestuari Escaldarium	34	
brou termal	25	
		19500

4. Torn obert de paraules

Finalitza la reunió a les 11:00h