



PLA DIRECTOR DE DINAMITZACIÓ ECONÒMICA

Parròquia d'Encamp

ENCAMP i EL PAS DE LA CASA

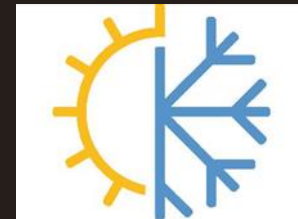




COMPARTIR LA VISIÓ ESTRATÈGICA

Donar resposta i consolidar un model de territori de QUALITAT, COMPETITIU,
SOSTENIBLE I INTEGRADOR:

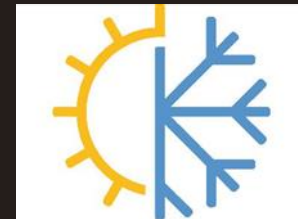
- Qualitat, com a aposta pel futur: respecte als serveis oferts, a l'entorn urbà i a l'oferta comercial i turística.
- Competitiu, com a palanca de creixement: perquè generi riquesa i ocupació, sigui atractiu per a projectes e inversions i aprofiti les oportunitats que brinda el territori.
- Sostenible, com a element de diferenciació: sostenibilitat en sentí ampli tan per la vessant econòmica (retorn de les inversions), com de valorització del patrimoni i recursos naturals.
- Integrador, com a entorn per a les oportunitats: de la historia, les tradicions, les cultures i procedències.



PRIORITZAR LES POLÍTIQUES D'ACTUACIÓ :

Partint dels objectius estratègics proposats pel document resultant de la diagnosi,
ES PRIORITZEN TOT UN SEGUIT DE LÍNIES D'ACTUACIÓ tenint en compte:

- La realitat de cadascun dels dos territoris (Encamp i el Pas de la Casa),
- L'impacte esperat de les actuacions, tot destacant les d'impacte mitjà a alt.
- La consolidació i potenciació dels valors de la parròquia i les especificitats dels dos territoris.
- La contribució a fixar les bases necessàries que condicionen el futur desenvolupament de la parròquia.



ÍNDEX – PRIORITZACIÓ POLÍTIQUES D'ACTUACIÓ:

E N C A M P	E L P A S D E L A C A S A
<p>ENCAMP DE CIUTAT DORMITORI A ENTORN RESIDENCIAL</p> <ul style="list-style-type: none">○ Pla d'habitatge★ Encamp com a centralitat residencial★ Pla integral d'embelliment <p>ENCAMP ELS VALORS DEL PAISATGE I EL PATRIMONI CULTURAL</p> <ul style="list-style-type: none">○ L'ordenació del paisatge○ La revalorització dels nuclis urbans <p>ENCAMP COM A CENTRE DE SERVEIS</p> <ul style="list-style-type: none">○ Centre de serveis a les persones – comerç de proximitat○ Centre de serveis al turisme – destinació de turisme familiar★ <i>Funicamp</i> – el punt de sortida a les experiències	<p>EL PAS DE LA CASA CAP A UN ENTORN ATRACTIU I D'ACOLLIDA</p> <ul style="list-style-type: none">★ Pla integral de rehabilitació○ L'eficiència logística <p>EL PAS DE LA CASA EL VALOR DELS ENTORNS D'ALÇADA</p> <ul style="list-style-type: none">○ L'ordenació del paisatge○ El Pas de la Casa “d'alçada” <p>EL PAS DE LA CASA DE COMERÇ FRONTERER A L'EXPERIÈNCIA DEL <i>SHOPPING</i></p> <ul style="list-style-type: none">○ L'experiència de l'espai urbà○ La millora de l'oferta comercial★ La diversificació de l'oferta comercial <p>EL PAS DE LA CASA UN PROJECTE DE PAÍS</p> <ul style="list-style-type: none">★ El Pas de la Casa un projecte de país○ L'estructura de gestió
<p>P A R R Ò Q U I A (E n c a m p i E l P a s d e l a C a s a)</p>	
<ul style="list-style-type: none">★ Projectió com a Destinació de Turisme esportiu○ Pla de comunicació del territori○ Pla comercial per als projectes○ La coordinació estable d'iniciatives i projectes	



ENCAMP:



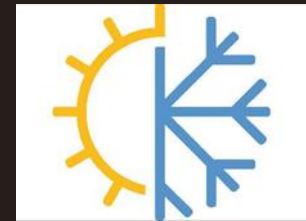
1. ENCAMP DE CIUTAT DORMITORI A ENTORN RESIDENCIAL:

- Pla d'habitatge (qualitat de vida) – mesura 1.A.1
- +
- Encamp com a centralitat residencial – mesura 2.A.1
- Pla integral d'embelliment d'Encamp – mesura 1.B.2

Justificació: OBJECTIU 1 - ESTRATÈGIA TERRITORIAL – Territori singular, diferent i amb potencialitats tant per la ciutadania com per a les empreses.

El resultat de la diagnosi ens posa de manifest Encamp, com un espai molt tranquil per viure i on encara es respira l'essència de poble, a banda de la seva ubicació propera al centre d'Andorra. Tot i això com a nucli urbà, no ha acabat de consolidar-se com un lloc atractiu i on es potencï els actius dels quals disposa.

L'objectiu de les mesures que es plantegen és generar tot un tipus d'iniciatives que facilitin la vida als residents i generin un entorn que fugi de la sensació d'una ciutat dormitori.



ENCAMP:



2. ENCAMP ALS VALORS DEL PAISATGE I EL PATRIMONI CULTURAL:

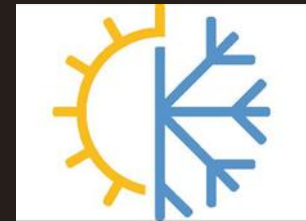
- L'ordenació del paisatge (la potenciació dels valors del territori i de la seva singularitat) – mesura 1.E.1-1
- La revalorització dels nuclis urbans (la potenciació dels valors del territori i de la seva singularitat) – mesura 1.E.1-2

Justificació: OBJECTIU 1 - ESTRATÈGIA TERRITORIAL – Territori singular , diferent i amb potencialitats tant per la ciutadania com per a les empreses.

En termes de política territorial és un objectiu clau, identificar en què és singular i diferent Encamp, i quins són per tant aquests trets que li donen una certa singularitat i que cal preservar i potenciar.

En el moment de garantir tant el benestar i la qualitat de vida a la població resident, com de donar oportunitats perquè les empreses puguin desenvolupar tot el seu potencial, és important focalitzar-nos a projectes diferenciadors, no replicar els models i productes d'altres parròquies, i sobretot ser creatius i innovadors.

El paisatge constitueix un element essencial per al benestar individual i social, un element important per la qualitat de vida de les poblacions, així com d'interès general en els àmbits cultural, ecològic, mediambiental i social i una font de recursos favorable a l'activitat econòmica.



ENCAMP:



3. ENCAMP COM A CENTRE DE SERVEIS:

- Centre de serveis a les persones - Comerç de proximitat (configuració d'Encamp com a centralitat de serveis) – mesura 2.A.3-1
- Centre de serveis al turisme - Destinació de turisme familiar (club de producte) – mesura 2.A.3-2
- *Funicamp* – el punt de sortida a les experiències – mesura 2.A.3-3

Justificació: OBJECTIU 2 - ESTRATÈGIA de DINAMITZACIÓ ECONÒMICA – La generació d'oportunitats per a les empreses i l'optimització dels recursos naturals i dels projectes ja creats.

L'emplaçament del nucli d'Encamp amb les potencialitats que presenta per al desenvolupament residencial i econòmic, obra oportunitats per a nous projectes.

L'enfortiment d'Encamp com a nucli de serveis passa per concentrar-hi activitat econòmica de valor afegit, atractiva per a les empreses que s'hi vulguin instal·lar i que reforcin un desenvolupament residencial de més qualitat. Si tot això funciona, a llarg termini pot tenir un impacte positiu amb el model del nucli urbà d'Encamp i en la seva oferta comercial, turística i de serveis.



EL PAS DE LA CASA:



1. EL PAS DE LA CASA CAP A UN ENTORN ATRACTIU I D'ACOLLIDA:

- Pla integral de rehabilitació del Pas de la Casa (la millora de l'espai urbà) – mesura 1.B.1.

Justificació: OBJECTIU 1 - ESTRATÈGIA TERRITORIAL – Territori singular, diferent i amb potencialitats tant per la ciutadania com per a les empreses.

Després de les diferents propostes i actuacions previstes al Pas de la Casa, cal orientar-se a l'acció; coordinant l'ordre de prioritats i d'execució de les accions de millora del Pas de la Casa (previsió d'inversions i voluntats de col·laboració).

- L'eficiència logística (la sostenibilitat com a valor) – mesura 1.D.2.

Justificació: Incorporar la sostenibilitat com un valor en un entorn de muntanya i en especial davant entorns fràgils (la natura) i vulnerables (l'impacte de determinades activitats econòmiques sobre el territori).

La convivència d'usos de l'espai urbà, és una circumstància que convé gestionar per tal de garantir la qualitat de vida, l'atractivitat i seguretat de l'entorn, i la pacificació dels espais per a vianants.

Una distribució comercial molt intensiva obliga a valorar i decidir quin és el millor model per l'ordenació d'aquesta logística de consum.



EL PAS DE LA CASA:



2. EL PAS DE LA CASA EL VALOR DELS "ENTORNS D'ALÇADA":

- L'ordenació del paisatge (la potenciació dels valors del territori i de la seva singularitat) – mesura 1.E.1

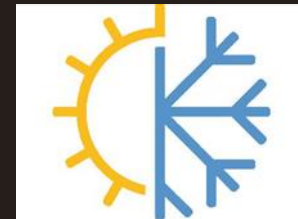
Justificació: OBJECTIU 1 - ESTRATÈGIA TERRITORIAL – Territori singular, diferent i amb potencialitats tant per la ciutadania com per a les empreses.

El paisatge constitueix un element essencial per al benestar individual i social, un element important per la qualitat de vida de les poblacions, així com d'interès general en els àmbits cultural, ecològic, mediambiental i social i una font de recursos favorable a l'activitat econòmica.

- El Pas de la Casa d'alçada (la potenciació i millora del Pas de la Casa com a centralitat comercial i turística) – mesura 2.B.1

Justificació: OBJECTIU 2 - ESTRATÈGIA de DINAMITZACIÓ ECONÒMICA – La generació d'oportunitats per a les empreses i l'optimització dels recursos naturals i dels projectes ja creats.

Dels aspectes més rellevants identificats en la diagnosi, convé assenyalar l'emplaçament del Pas de la Casa i les oportunitats com a entorn per a la pràctica d'esports i activitats en alçada. Això juntament amb els equipaments i infraestructures que li donen suport, s'hauria d'acompanyar de mesures que reforcessin la seva projecció com un entorn singular, diferenciat i de nivell.



EL PAS DE LA CASA:



3. EL PAS DE LA CASA DE COMERÇ FRONTERER A L'EXPERIÈNCIA DEL SHOPPING:

- L'experiència de l'espai urbà – mesura 2.B.2-1
- La millora de l'oferta comercial – mesura 2.B.2-2
- La diversificació de l'oferta comercial – mesura 2.B.2-4

Justificació: OBJECTIU 2 - ESTRATÈGIA de DINAMITZACIÓ ECONÒMICA – La generació d'oportunitats per a les empreses i l'optimització dels recursos naturals i dels projectes ja creats.

Dels aspectes més rellevants identificats en la diagnosi, convé assenyalar l'emplaçament del Pas de la Casa i les oportunitats com a entorn per a la pràctica d'esports i activitats en alçada.

No obstant l'existència d'una estació d'esquí de primer nivell, l'entorn urbà i la seva oferta comercial presenten els signes de debilitat i d'esgotament d'un model que cal ressituar.

El conjunt d'aspectes que cal afrontar exigeixen la necessitat de visualitzar un projecte clar, amb lideratge i organització per gestionar-ho.



EL PAS DE LA CASA:



4. EL PAS DE LA CASA UN PROJECTE DE PAÍS:

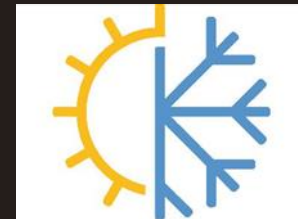
- El Pas de la Casa un projecte de país (estratègia compartida en el desenvolupament econòmic del territori) – mesura 2.C.1-1
- L'estructura de gestió (creació d'un consell econòmic i social) – mesura 2.C.1-2

Justificació: OBJECTIU 2 - ESTRATÈGIA de DINAMITZACIÓ ECONÒMICA – La generació d'oportunitats per a les empreses i l'optimització dels recursos naturals i dels projectes ja creats.

El desenvolupament i millora de l'entorn del domini de SAETDE, passa per donar una solució endreçada als diferents projectes que es troben en aquest entorn.

Les oportunitats que el territori pot oferir amb un projecte encara més singular i diferenciador, si cal, i la possibilitat que noves inversions puguin tenir un impacte positiu en la diversificació econòmica i la desestacionalització turística, obliga a compartir l'estratègia de futur que es vol per aquest àmbit.

L'emplaçament del Pas de la Casa per altra banda, com entorn fronterer, també el fa més fràgil a tot l'àmbit de les infraestructures viàries (condicionats a les decisions dels país veí); així com l'entorn d'alçada i muntanya respecte als aspectes de protecció de la natura.



PARRÒQUIA D'ENCAMP

Encamp i El Pas de la Casa

1. CONSOLIDACIÓ DE LA PARRÒQUIA D'ENCAMP COM A DESTINACIÓ DE TURISME ESPORTIU.

➤ Projectió com a Destinació de turisme esportiu – mesura 2.D.1

Justificació: OBJECTIU 2 - ESTRATÈGIA de DINAMITZACIÓ ECONÒMICA – La generació d'oportunitats per a les empreses i l'optimització dels recursos naturals i dels projectes ja creats.

El resultat dels treballs dels darrers anys tant des de l'àmbit públic com privat amb la creació d'infraestructures i equipaments esportius i la posada en valor de recursos naturals per a convertir-los en producte turístic, situen a aquest territori en unes bones condicions per a la seva projectió i consolidació.

L'objectiu és capitalitzar tots aquests esforços per buscar una diferenciació i aconseguir un millor reconeixement.



PARRÒQUIA D'ENCAMP Encamp i El Pas de la Casa

2. ADAPTACIÓ DE LA MARCA I ACCIONS PROMOCIONALS A LES SINGULARITATS DEL TERRITORI.

- El pla de comunicació del territori – mesura 3.A.1. (comunicació, interna, externa i institucional diferenciació).
- El pla comercial per als projectes – mesura 3.A.2

Justificació: OBJECTIU 3 - ESTRATÈGIA de PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ – La promoció i difusió de l'oferta i valors exclusius i diferenciats del territori.

El desenvolupament de bona part de les propostes presentades orientades a millorar el posicionament de la parròquia des del punt de vista comercial i turístic requereixen com a etapa final, incorporar aquest aspecte.

Un cop identificades quines són les prioritats estratègiques i els projectes que es volen liderar i gestionar, caldrà acompanyar-ho amb missatges positius i accions promocionals que reforcin les fortaleeses identificades en la diagnosi.



PARRÒQUIA D'ENCAMP

Encamp i El Pas de la Casa

3. POTENCIAR I CREAR SINERGIES AMB PROJECTES COMPARTITS (recursos públics i privats).

- La coordinació estable d'iniciatives i projectes – mesura 4.A.1.

Justificació: OBJECTIU 4 - ESTRATÈGIA de GESTIÓ – Cap a una governança orientada per objectius d'interès general i de potenciació e la parròquia d'Encamp.

El desenvolupament i materialització de bona part de les mesures proposades, requeriran entorns col·laboradors més innovadors, d'intercanvi d'experiències i de compartir els objectius estratègics marcats.

L'objectiu és una gestió eficient i capaç de donar resposta tant a les necessitats del territori, de les empreses, com del propi gestor públic.



ANNEX

Objectius i Prioritats estratègiques

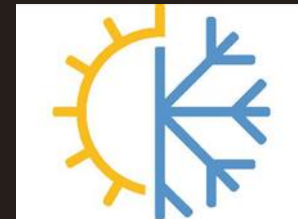


OBJECTIUS I PRIORITATS ESTRATÈGIQUES

El pla s'estructura sobre 4 **OBJECTIUS ESTRATÈGICS** que s'han definit per a la parròquia d'Encamp, contemplant les realitats territorials diferenciades dels dos nuclis (Encamp i Pas de la Casa).

Els objectius es desglossen a partir de **diferents polítiques i eixos d'actuació** que agrupen les propostes i eixos d'actuació en un mateix camp. Cada política es compon de les seves mesures (unitat d'actuació pròpia per a un objectiu determinat) i que contempla el conjunt d'actuacions concretes que caldrà dur a terme per posar-les a la pràctica.





OBJECTIUS ESTRATÈGICS

OBJECTIU 1

ESTRATÈGIA TERRITORIAL – Territori singular , diferent i amb potencialitats tant per la ciutadania com per a les empreses:

MESURES:

- A. EL FOMENT DE LA QUALITAT DE VIDA.
- B. LA MILLORA DE L'ESPAI URBÀ.
- C. LES POLÍTIQUES DE COHESIÓ SOCIAL.
- D. LA SOSTENIBILITAT COM A VALOR.
- E. LA POTENCIACIÓ DELS VALORS DEL TERRITORI I DE LA SEVA SINGULARITAT.



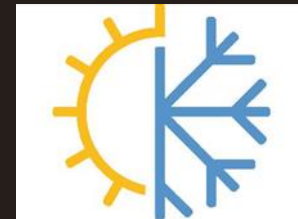
OBJECTIUS ESTRATÈGICS

OBJECTIU 2

ESTRATÈGIA de DINAMITZACIÓ ECONÒMICA – La generació d'oportunitats per a les empreses i l'optimització dels recursos naturals i dels projectes ja creats.

MESURES:

- A. LA CONFIGURACIÓ D'ENCAMP COM A CENTRALITAT DE SERVEIS.
- B. LA POTENCIACIÓ I MILLORA DEL PAS DE LA CASA COM A CENTRALITAT COMERCIAL I TURÍSTICA.
- C. L'ESTRATÈGIA COMPARTIDA (PÚBLIC-PRIVADA) EN EL DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC DEL TERRITORI DE GRANDVALIRA (SAETDE).
- D. LA CONSOLIDACIÓ DE LA PARRÒQUIA D'ENCAMP COM A DESTINACIÓ DE TURISME ESPORTIU I DE TERRITORI IMPLICAT AMB L'ESPORT.
- E. L'IMPULS A LA FORMACIÓ, PROFESSIONALITZACIÓ I TALENT DEL CAPITAL HUMÀ.



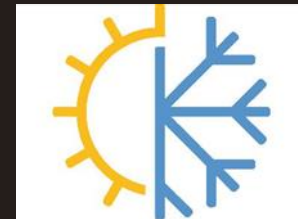
OBJECTIUS ESTRATÈGICS

OBJECTIU 3

ESTRATÈGIA de PROMOCIÓ I COMERCIALIZACIÓ – La promoció i difusió de l'oferta i valors exclusius i diferenciats del territori.

MESURES:

- A. ADAPTACIÓ DE LA MARCA I ACCIONS PROMOCIONALS A LES SINGULARITATS I POTENCIALITATS DEL TERRITORI.
- B. LES ACCIONS DE MÀRQUETING ORIENTADES A CLIENT EXTERN.



OBJECTIUS ESTRATÈGICS

OBJECTIU 4

ESTRATÈGIA de GESTIÓ – Cap a una nova governança orientada per objectius d'interès general i de potenciació de la parròquia d'Encamp.

MESURES:

- A. POTENCIAR I CERCAR SINERGIES AMB PROJECTES COMPARTITS (recursos públics i privats),
- B. AFAVORIR ELS ENTORNS PARTICIPATIUS.
- C. LA COORDINACIÓ I SEGUIMENT DE LES ACCIONS.