

# **LA VALL DE CAMPRODON:**

## **Descripció de l'àrea afectada:**

La Vall de Camprodon és un bell territori de muntanyes, prats, boscos, rius i rierols. El seu patrimoni natural, cultural i paisatgístic, fan d'aquest territori una destinació turística de proximitat, on grans i petits poden gaudir del seu entorn únic cada dia de l'any.

La Vall de Camprodon, formada per sis municipis, al nord-est de la comarca del Ripollès, a tocar de l'Alta Garrotxa, del Vallespir i del Conflent, s'estructura seguint el riu Ter a llevant i el riu Ritort a ponent.

### **Els municipis, la història i el paisatge**

Sant Pau de Segúries, a la riba esquerra del Ter, ens obra la porta a la Vall. La seva reposada imatge, quan encara no s'albiren les grans muntanyes frontereres amb França, entre pastures i prats de dall, ens amaga un tresor del temps: la via romana del Capsacosta. Un eix de comunicació que té, entre Sant Pau de Segúries i el Pas dels Traginers a la Vall de Bianya, el tram més ben conservat de tot el seu traçat on es poden apreciar les tècniques de construcció de les vies romanes, com són els murs de contenció i els pilons guardes-rodes, entre d'altres.

Seguint el traçat de la carretera, arribem a la vila de Camprodon, situada estratègicament on els rius Ter i Ritort conflueixen, al centre de la vall que porta el seu nom. Monuments romànics com el Pont Nou, l'església de Santa Maria o el monestir de Sant Pere de Camprodon constaten la importància d'aquesta vila.

El turisme hi és present des de principis del segle XIX amb l'arribada dels primers excursionistes i de la burgesia barcelonina que va edificar les magnífiques i senyorials torres d'estiueig: el Modernisme es fa protagonista al passeig de la Font Nova, al passeig Maristany o dins la mateixa vila.

A llevant, tot sortint de Camprodon i seguint l'alt curs del Ter, entre prats planers i solells de l'Alta Vall del Ter, trobem Llanars. Al bell mig de poble hi destaca l'església romànica de Sant Esteve, remarcable per la portalada de dos arcs, el campanar de torre quadrada i teulada piramidal i el forjat de la porta de fusta. A dins, en una capella lateral s'acull el valuós frontal d'altar de Sant Esteve, de la Zona meitat del segle XII, únic per l'ús de fons estucat i treball del color i el traç, que creen sensació de volum i moviment.

Continuem Ter amunt, i, com el seu nom indica, arribem a Vilallonga de Ter que s'estén de forma allargada al costat de la carretera i a l'entorn de l'església romànica de Sant Martí, envoltada per carrerons i places acollidores. Formen part del municipi diversos poblets: La Roca, indret idíl·lic bastit sobre la penya i entorn de les restes de l'antic castell; Abella, format per petits veïnats i cases escampades; i Tregurà que, aprofitant la seva situació a 1.425m d'alçada al vessant de la muntanya, ofereix una talaia immillorable per gaudir de panoràmiques sobre l'Alta Vall del Ter.

Seguint la carretera, ens trobem amb el municipi de Setcases. Una llegenda ens parla de les set cabanes edificades per un pastor i els seus fills en ser sorpresos per la neu donant origen al nom de Setcases. L'entorn típicament pirinenc, de paisatges d'alta muntanya espectaculars, emmarquen un poble que ha aconseguit preservar l'aire rural i tradicional de temps enrere, mantenint elements d'arquitectura ancestral com són els carrerons irregulars, estrets i

coasteruts, la sèquia descoberta i les cases antigues bastides amb fusta i pedra vista amb teulades de pissarra.

I, encara més amunt, als peus dels cims d'Ulldeter i a tocar de la capçalera del riu Ter, ens trobarem l'estació de muntanya Vallter 2000.

A ponent, tot sortint de Camprodon, ens podem endinsar a la part garrotxina d'aquest municipi, descobrint Rocabrúna amb el seu castell i església. I, si continuem carretera avall, arribarem al magnífic poble de Beget, amb l'església de Sant Cristòfol i la Majestat. Tornant a la carretera principal i seguint el curs del Ritort, arribem a Molló, a l'extrem més oriental de la Vall de Camprodon, al mig d'una petita vall vora de la capçalera del riu Ritort i del pas fronterer cap a França per Coll d'Ares. L'església romànica dedicada a Santa Cecília, del segle XII, dona la benvinguda al poble, que creix al voltant de la Plaça Major, seguint els desnivells del terreny. També formen part del municipi el poble d'Espinavell, el llogarret de Fabert, i els veïnats de Ginestosa, Els Graells, Can Solà, Moixons, El Riberal i Favars, on s'han preservat formes de vida i activitats tradicionals en un entorn d'espectaculars paisatges pirinencs.

Actualment la Vall de Camprodon té dues marques de certificació de l'Agència Catalana de Turisme:

- 1- NATURA I MUNTANYA EN FAMÍLIA per la Vall de Camprodon.
- 2- POBLES AMB ENCANT per Beget.

Des de l'any 2015 part del territori de la Vall de Camprodon estar inclòs dins el PARC NATURAL DE LES CAPÇALERES DEL TER I DEL FRESER.

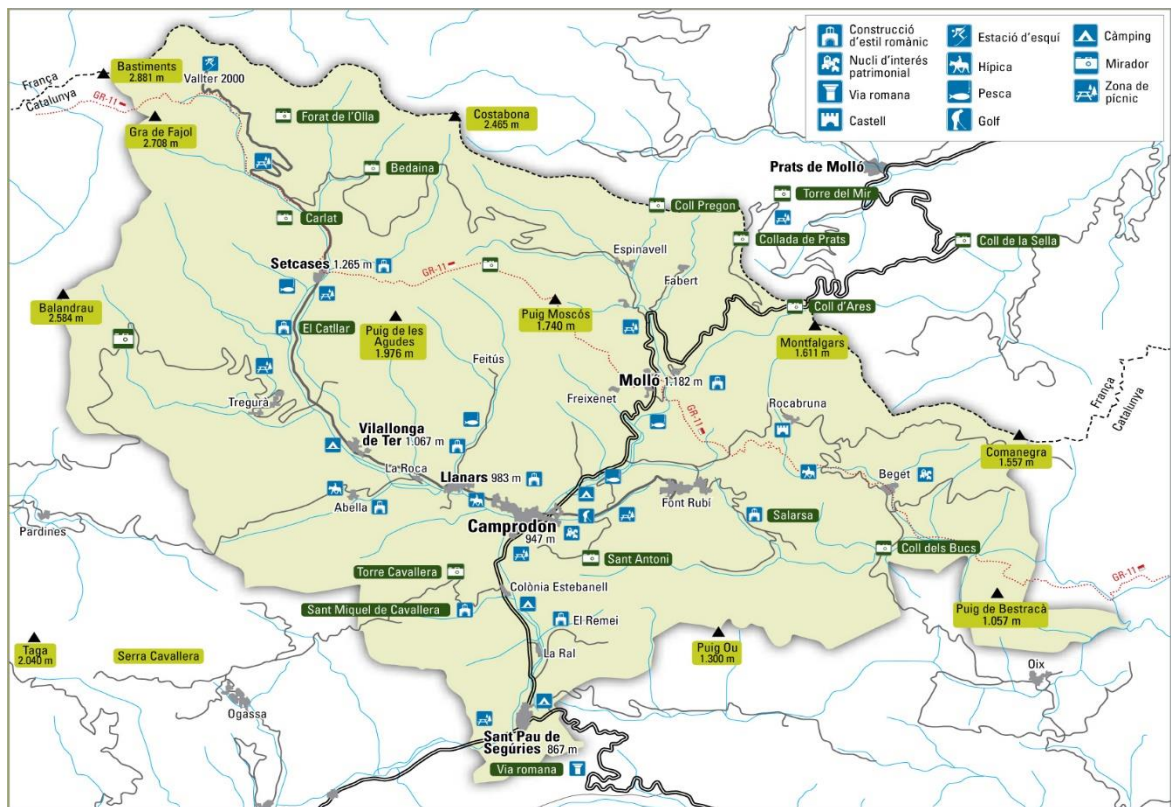
Destaca el projecte cultural i patrimonial transfronterer, anomenat PAÍS D'ART I D'HISTÒRIA TRANFRONTERER. LES VALLS CATALANES DEL TEC I DEL TER. Un clar exponent dels vincles amb la Catalunya Nord de la Vall de Camprodon.

Tota la resta d'informació de la Vall de Camprodon, es pot trobar a la GUIA TURÍSTICA I DE SERVEIS DE LA VALL DE CAMPRODON publicada al any 2019.

[La Guia Turística i de Serveis de La Vall de Camprodon \(calameo.com\)](http://calameo.com)

I per últim, el territori té un espai digital de promoció i informació de totes les activitats, propostes i accions que ofereix la Vall, el telecartells de la Vall de Camprodon.

[telecartellsvalldecamprodon.com](http://telecartellsvalldecamprodon.com)



# **LA MARCA DE TERRITORI DE LA VALL DE CAMPRODON:**

## **Introducció:**

Des de l'Associació de Comerç i Turisme de la Vall de Camprodon (ACTVC) presentem aquest projecte després de més de 10 anys analitzant que necessita la Vall per tal de poder fer camí en els reptes presents i futurs i tenir un fons d'armari que ara no té i la fan molt vulnerable en situacions d'extrema gravetat o imprevistos com ha estat el covid19. El covid ha disparat de forma molt greu el que ja havíem detectat i també ha fet evident la necessitat urgent d'un projecte com aquest.

Un territori que porta molts anys depenen d'un sol sector, el fa vulnerable en una societat tant competitiva, exigent i global. Aquest turisme, de segur que en molts moments ha estat la salvació del territori però sinó no som capaços d'activar-lo d'una altra forma, acabarà sent aquella gallina que de tant exprimir-la, finalment es mort. El covid ha fet veure aquesta necessitat d'una forma més preocupant i necessària, la qual a vegades podria semblar llunyana.

Per altra banda, aquesta dependència del turisme, en tots aquests anys no ha tingut resposta comarcal prou efectiva i eficient, ans el contrari, l'acció comarcal encara ha afeblit més aquest turisme i per tant la dependència d'ell encara ha estat i és més perillosa i precària.

Arribats a aquest punt, és el propi territori que ha de fer un pas endavant i moure peça per no quedar depenent d'una economia poc diversificada i altament perillosa.

Com a territori de muntanya i del Pirineu, patim problemes i mancances evidents: pèrdua de població, envelliment de la població, dificultats per trobar feina, poca capacitat de retenir els nostres joves, comunicacions i infraestructures insuficients, desplegament de la fibra òptica lenta, energies cares, etc; i per altra banda les persones que d'una forma o una altra, tenen vincles amb la Vall, ens demanen cada vegada més resoldre aquests problemes.

I aquest vincle entre economia i persones, es el que ha de servir per projectar la Vall de Camprodon per tal de poder garantir el seu futur, la seva supervivència i sobretot poder oferir allò que necessiten les persones, des d'allò més essencial com és la pròpia vida i poder-se-la guanyar fins a gaudir d'experiències amb un alt contingut emocional, singular i sobretot vital.

Per donar resposta a tot aquest plantejament, presentem LA MARCA DE TERRITORI DE LA VALL DE CAMPRODON. Del tot necessària avui dia, ja que entenem que la identitat dels llocs es quelcom proper a la seva supervivència, no tant per una qüestió econòmica com per una irrenunciable necessitat de projecció identitària en temps de globalització com els actuals.

## **Plantejament:**

Un cop analitzat en la introducció que motiva el projecte, anem a explicar com es planteja.

Cal trobar un nexa potent que aglutini a totes les persones que tenen alguna relació amb la Vall, independentment de quin tipus de persones siguin i de quina relació els uneixi amb el territori. Per fer-ho, partirem de tres grans eixos, els quals serviran de punt d'unió i faran de fil conductor per ser capaços d'interpel·lar absolutament a tots els actors o persones de la Vall:

- 1- Un lloc per viure.**
- 2- Un lloc on treballar.**
- 3- Un lloc per conèixer o visitar.**

Aquests tres eixos, han de donar resposta a totes les necessitats que té la Vall i a la vegada aglutinar la diversitat de persones que poden estar vinculades amb aquest territori.

- 1- Un lloc per viure:** si hi ha vida, el territori es mou. Entre d'altres atributs, ha de ser clau per afrontar la pèrdua d'habitants i l'envelliment de la població. Aquest eix serà capaç d'atraure a totes les persones que viuen a Vall avui dia o que en un futur hi viuran. És un clar referent al sentiment de identitat i de pertinença a la Vall, molt arrelat per la gent de la Vall.
- 2- Un lloc on treballar:** si hi ha feina, el territori creix. Per fer front a les poques opcions de treballar que ofereix actualment la Vall, fet que provoca una fuga de capital humà, sobretot joves cap a altres territoris. També volem arribar a persones que estant passant per la Vall per motius laborals o de feina i que un dia podem ser possibles visitants o inclús habitants. I el més important, buscar les oportunitats que ens ofereixen actualment les noves tecnologies, per generar més ocupació a la Vall gràcies al teletreball i complementat amb la qualitat de vida que pot oferir el territori. La Vall s'ha de postular com un lloc ideal per començar nous projectes de vida per a persones que han vist una nova forma de viure lluny de les grans aglomeracions urbanes, efecte provocat per la covid19.
- 3- Un lloc per conèixer o visitar:** si hi ha visitants o turistes, el territori es coneix. Anem a treballar el model de turisme que tenim, un model que cal revisar i actualitzar; és clau millorar aquest model atenent la dependència que té la Vall d'aquest sector. A través d'un turisme sostenible, de respecte al entorn natural i de qualitat ens ha de portar a desestacionalitzar, reduir la massificació, augmentar la despesa, diversificar i sobretot oferir un valor afegit a les persones a través d'una experiència de territori basada en la emotivitat sabent traslladar les característiques pròpies, diferencials i exclusives d'àmbit i de localització, és a dir, al seva ànima i essència. En aquest eix arribem a persones foranies ( passants, turistes, visitants, segona residència) però que poden acabar sent residents definitius o grans ambaixadors del territori.

El desenvolupament d'aquests tres eixos aconseguirà que qualsevol actor de la Vall, sigui persona, polític, empresa, privat, associació, entitat....; es senti partícip i protagonista del

projecte i en conseqüència esdevingui un actiu més per fer camí en el objectiu de potenciar, dinamitzar i promocionar la Vall de Camprodon.

Un exemple al respecte, i que podríem aplica a molts dels actors del territori.

La Coral Camprodon, entitat cultural molt arrelada al territori. És evident que queda inclosa en el primer eix per tot el que aporta als seus components i a les respectives famílies però també pot sentir-te interpel·lada pel tercer eix, atenent a les seves actuacions que fa a la Vall oferint cultura i per tant sent un reclam per algú que vingui a conèixer o a visitar a la Vall.

## **Desenvolupament:**

Aquest projecte camina en dues línies paral·leles, una més interna i de treball pedagògic i participatiu amb els diferents actors de la Vall, que ja fa temps que estem fent i una altra totalment externa i que realment és la que culmina tot la feina feta i el procés intern. Donar visibilitat a LA MARCA DE TERRITORI DE LA VALL DE CAMPRODON.

Així estem desenvolupant el projecte per tal que acabi sent una realitat.

En aquest punt, exposem com estem treballant per tal d'aconseguir aquesta visibilitat. Hem desenvolupat un exposició més tècnica però entenem, que necessària per explicar bé el projecte.

## **AGENTS DEL PROJECTE:**

### **Promotor**

#### **ASSOCIACIÓ DE COMERÇ I TURISME DE LA VALL DE CAMPRODON**

Antic Carrer Major, s/n Coworking La Cooperativa, local 4 17867 Camprodon(G-17329293)

### **Equip d'imatge i disseny web**

#### **DOSIS STUDIO**

Marc Calvet Pujolà

Placeta Sant Joan 23, entl. 1a 17220 Sant Feliu de Guíxols (40530549H).

Un estudi de comunicació visual amb una ampla experiència en el camp del disseny gràfic i en la producció integral de pàgines web. L'equip compta amb professionals de diferents especialitats: disseny, assessorament de continguts (redacció i traducció de textos i producció audiovisual de fotografia i vídeo) i el màrqueting digital.

Gestiona també un departament tècnic integrat per programadors i maquetadors que ofereix solucions basades en les últimes tendències a la xarxa. Una estructura lleugera, la professionalitat dels integrants de l'equip i la utilització de les eines Open Source garanteix una estabilitat i un manteniment constant de tots els components utilitzats, així com un producte de primer nivell amb valor afegit

# INTRODUCCIÓ:

## Objecte del projecte

L'objecte del projecte és l'estudi de les possibilitats i la proposta integral de la identitat visual corporativa de la Vall de Camprodon, el seu portal d'internet i l'estratègia comunicativa de futur.

## Estat actual

Actualment la Vall de Camprodon compta principalment amb dos llocs web. Per una banda, el portal [www.lavalldecamprodon.com](http://www.lavalldecamprodon.com), impulsat per l'Associació de Comerç i Turisme de la Vall de Camprodon. Aquest web facilita un directori d'establiments i empreses que formen part de l'associació, avantatges dels associats, captació de nous socis, campanyes i accions que es porten a terme, etc., però tot el què fa referència al territori i a l'experiència turística queda derivada mitjançant enllaços als webs dels municipis que conformen la Vall de Camprodon. L'estètica, la gràfica i l'estructura general utilitzada és molt rígida i es basa em mòduls i baners que la fan poc atractiva i mancada de personalitat.

Per un altre costat, trobem el portal [www.valdecamprodon.org](http://www.valdecamprodon.org), creat per la Mancomunitat Intermunicipal de la Vall de Camprodon, un òrgan de l'administració pública formada per sis municipis: Sant Pau de Segúries, al sud; Camprodon, que actua de centre de la Vall, Llanars, Vilallonga de Ter i Setcases, a l'alta vall del riu Ter; i Molló, a la conca del riu Ritort i en contacte amb el Vallespir. En aquest cas, el portal aglutina tots els departaments, serveis i atractius de la zona, però el disseny té un caire molt institucional, i alhora, com en el cas anterior, té poc dinamisme i identitat pròpia.

## Objectius

Crear la marca de territori de la Vall de Camprodon.

Fer una planificació i estratègia futur.

Reestructurar i dissenyar un nou lloc web.

Planificar les diferents fases del màrqueting digital.

# PROPOSTA DE PROJECTE:

## Marca territorial

Una bona imatge corporativa i el rigor a l'hora d'utilitzar-la són imprescindibles per a transmetre l'essència i el caràcter, en aquest cas, de la Vall de Camprodon.

Però en aquest cas no es tracta de fer només un logotip, sinó de crear una marca de territori amb un missatge identitari original i propi, que vagi més enllà de l'estratègia de turisme. Ha de ser el punt de partida d'una campanya de comunicació informativa, promocional i emocional, que desenvolupi els processos comunicatius en una doble via: una de cara als habitants del territori, per tal d'enfortir els elements identitaris, patrimoni- als, socials i econòmics, i una altra de cara a l'exterior, per tal de crear un atractiu o imaginari al visitant i/o al turista.

Per tant, la marca territorial ha de posar en valor tres grans eixos:

1. Un lloc on viure.
2. Un lloc on treballar.
3. Un lloc per conèixer o visitar.

Abans de dissenyar la marca, caldrà comptar amb documentació rigorosa vinculada al territori, com per exemple l'inventari turístic amb llocs des- tacats, així com esdeveniments, festes i tradicions de la regió. Elements d'inspiració i identitaris.

## Estratègia

Aquest pla ha de definir els objectius generals, l'estratègia de comunicació, les accions concretes, el mesurament i seguiment, etc. És important, però, definir quines seran les fases d'execució d'acord amb les capacitats d'implementació i els recursos econòmics dels quals disposi l'Associació de Comerç i Turisme de la Vall de Camprodon.

Caldrà preveure i tenir en compte la implicació de la població local, així com dels diferents operadors turístics, empreses i entitats, a més d'un estudi dels casos d'èxit, tant de la regió com d'altres processos que es puguin assimilar a la Vall de Camprodon.



## Estructura web

L'estructura del disseny d'una pàgina web té una sèrie de regles que es troben estandarditzades gràcies a l'ús continu. Els usuaris coneixen aquestes regles i esperen trobar cada cosa al seu lloc.

És per això que proposem una estructura basada en els tres grans eixos plantejats inicialment:

1. Un lloc on viure.
2. Un lloc on treballar.
3. Un lloc per conèixer o visitar.

Sense perdre l'objectiu d'organitzar la informació segons els tres destinataris anteriors, cal tenir en compte:

- A) Serveis.
- B) Activitats.
- C) Patrimoni.
- D) Territori.
- E) Municipis.
- F) Experiències.
- G) Informació pràctica.
- H) Accés a altres webs oficials.

Caldrà vetllar per la interacció constant d'apartats i la millor navegació possible, mitjançant eines i/o canals que facilitin la consulta d'informació per part de l'usuari, així com possibles mòduls i complements que aportin un valor afegit, com el xat, central de reserves, formularis, etc.

En aquesta fase es realitzaran propostes esquemàtiques que exemplifiquin el funcionament del lloc web (Wireframe), i després de definir-les i acotar les necessitats reals, es marcaran les fases d'execució i es passarà a les següents fases de treball.

## **Continguts web**

Es planteja el portal a 4 idiomes, i un/a periodista, juntament amb un re-presentant de l'Associació de Comerç i Turisme de la Vall de Camprodon, s'encarregarà de realitzar els continguts de la nova web. En aquest punt es buscarà un estil per tal d'establir un discurs propi d'acord amb els objectius i l'estratègia de màrqueting digital.

Els vídeos i les fotografies donen un atractiu extra a la web. La imatge es mes important del què ens pensem i la fotografia i el vídeo ofereixen la possibilitat de vincular les persones amb el territori i transmetre sensacions i experiències.

## **Disseny i grafisme digital**

En tot projecte web cal fer un estudi previ per definir les línies de treball i ajustar-les a les necessitats del client. Treballarem per conèixer i estudiar les característiques de la Vall de Camprodon, així com els consells i l'enfocament per definir la idea amb la qual s'iniciarà el procés creatiu i comunicatiu.

Tot aquest procés ens permetrà organitzar i comunicar gràficament tots els apartats de la web: escollir la millor tipografia, combinar els diferents colors, ubicar el text i les fotografies... I evidentment, posarem especial atenció en aspectes tècnics com la usabilitat i navegació a l'hora de distribuir tots els elements.

## **Maquetació i programació web**

### **GESTOR DE CONTINGUTS WORDPRESS MULTI IDIOMA**

Es proposa la instal·lació de Wordpress per a la gestió dels continguts de la web. La seva flexibilitat, facilitat d'ús i la continua actualització en base a les millores proposades per la comunitat de programadors, la posicionen, almenys des de la nostra experiència, com al millor CMS per a webs corporatives i d'empresa.

### **PROGRAMACIÓ**

Es programarà en base a la instal·lació bàsica de Wordpress per tal d'adaptar el CMS a les necessitats de l'Associació de Comerç i Turisme de la Vall de Camprodon. A l'àrea d'administració hi apareixeran les opcions per gestionar continguts concrets i personalitzats.

### **INSTAL·LACIÓ DE WIDGETS**

S'instal·laran els Widgets necessaris per tal de mostrar la informació requerida, com per exemple: Widget Facebook, Widget Twitter i Widget RSS. Cal tenir en compte que hi ha widgets que compten amb renovacions anuals i que pot ser que l'any vinent s'hagin de tornar a renovar. S'analitzaran juntament amb l'Associació de Comerç i Turisme de la Vall de Camprodon i s'instal·laran els necessaris.

## **INSTAL·LACIÓ DE PLUGINS**

En el mateix sentit, s'instal·laran els Plugins necessaris per tal de que la web respongui a aquestes característiques i funcionalitats: multi idioma, SEO friendly i creació de formularis de contacte, aquest són els mínims indispensables.

## **ÀREA PRIVADA**

L'àrea privada consistirà en una pàgina protegida per un password amb els usuaris que siguin necessaris.

## **OPTIMITZACIÓ DE NAVEGADORS**

El projecte web estarà optimitzat per a una correcta visualització en els diferents navegadors: Internet Explorer, Mozilla, Google Chrome, Safari i Opera.

## **OPTIMITZACIÓ DE MOTORS DE CERCA**

En el desenvolupament del projecte es tenen en compte els requeriments bàsics que els cercadors necessiten per tal d'indexar la web de manera correcta. Aquests requeriments son: definició de Keywords, creació de l'arxiu sitemap.xml, creació de l'arxiu robots.txt, redirecció de URL's de la web actual, instal·lació de Plugins SEO a Wordpress, optimització de Titles, descriptions i Keywords, optimització de les URL, alta a Google We- bMasters, alta a Google Places i inserció de codi Google Analytics, per la monitorització del tràfic de dades.

## **RESPONSIVE WEB DESIGN**

El Responsive Web Design, o disseny web responsiva, es basa en el concepte d'adaptabilitat automàtica a qualsevol dispositiu amb el que s'accedeixi al portal, independentment de quina sigui la mida de la pantalla. Això inclou bàsicament smartphones, tablets, i evidentment pantalles d'escriptori.

## **CENTRAL DE RESERVES VIRTUAL**

S'oferirà un ventall d'activitats i experiències perquè l'usuari, després de registrar-se, es pugui fer el seu paquet a mida. Aquesta informació la tindria cada persona en el seu compte, per consultar-la, modificar-la o afegir-ne de nova, però per a nosaltres totes aquestes dades serien molt importants per projectar i millorar l'oferta. S'han de saber el gustos de la gent.

Una vegada consolidada aquesta central de reserves virtual i ja en una segona fase, tenim previst treballar en una central de reserves real, on l'usuari pugui comprar i pagar paquets d'allotjament, estades, activitats, etc; des del propi portal. Però ara per ara, és clau que els futurs actors que vulguin oferir els seus serveis o productes a comercialitzar coneguin el nou portal vinculat a la marca de territori de la Vall de Camprodon. Un cop aconseguit aquest primer

pas, serà molt més fàcil passar a comercialitzar d'una forma real i utilitzant un multi canal i un multi tpv que permetrà distribuir els pagaments fets per cada usuari per tal que arribin al actor oferent en base al paquet seleccionat per cada usuari.

## **Màrqueting digital**

Les actuacions de l'estudi previ són imprescindibles per a qualsevol projecte. No es poden córrer riscos, hem de minimitzar-los, i per tant, s'ha d'analitzar el mercat per tal d'extreure conclusions que ens ajudin a marcar els objectius i desenvolupar adequadament el projecte de SEO.

En aquest punt, i en referència a la gestió del portal i les Xarxes Socials (XXSS), es tindrà en consideració l'equip de l'Associació de Comerç i Turisme de la Vall de Camprodon i s'establirà una estratègia conjunta, però creiem necessari establir un equip de gestió i manteniment digital, ja sigui per publicar i actualitzar informació al web o per fer accions concretes i continguts a les XXSS.

En un món tant canviant com el digital, fan falta coneixements específics i una gran professionalitat.

És per això que proposem que durant els primers 12 mesos, el nostre equip s'encarregui d'aquesta tasca.

## FASES I TIMING:

<b>Marca territorial</b>	60 dies
<b>Estratègia</b>	60 dies
<b>Estructura web</b>	15 dies
<b>Continguts web*</b>	45 dies
<b>Disseny i grafisme digital</b>	30 dies
<b>Maquetació i programació web</b>	45 dies
Alta de continguts (1 idioma)	15 dies
Alta de continguts restants	20 dies
<b>Màrqueting digital</b>	365 dies

## **Indicadors:**

Els indicadors vindran donats per l'equip de màrqueting digital, proposant un treball de seguiment de servei, ja que a part de les publicacions i accions, aquest equip hauria de tenir una sèrie de mecanismes per fer el seguiment i controlar el retorn de tot plegat. Mitjançant informes i estadístiques regulars i l'activació de Google Analytics i altres eines de control, aquests podrien ser alguns indicadors:

- Número de seguidors i evolució de les XXSS, així com la interacció amb els usuaris.
- Visites a la web (promig de sessions, percentatges de rebot, durada de les sessions, les pàgines i paraules més buscades, etc.).
- Notificacions push a la web.
- Newsletters i campanyes de mailing (número d'obertures, clics, etc.).
- Promocions i concursos (acceptació, participació, difusió, etc.).
- Campanyes i accions específiques de fidelització (núm. de registre d'usuaris, núm. de paquets i experiències personalitzades, etc.).

## **Conclusions:**

Aquest, es doncs, el projecte que presentem, una necessitat evident que té el territori de crear aquesta MARCA DE TERRITORI DE LA VALL DE CAMPRODON.

Un projecte enfocat a diferents objectius però amb un denominador comú molt clar, augmentar la demanda quantitativa però també qualitativa de fluxos de persones a la Vall, tant per venir a viure, com per treballar-hi, com per visitar-la; les tres demandes son necessàries i bàsiques per poder tenir un futur pròsper al territori. Les tres demandes es relacionen entre elles i si només en treballem una, podem caure amb l'error dels últims 30 o 40 anys que ens ha portat a la situació de precarietat que tenim avui dia. I tot plegat posant al centre de tot a les persones, la principal vàlua de la nostra societat, molt tocada per la crisi del covid19. Poder trobar l'equilibri entre les persones que estimen la Vall, es senten identificats per ella i les persones que poden ser nouvingudes d'una forma o una altra (turisme, visitant, nova vida, nou treball, nova família ,etc) és un repte que ens fa sentir vius i malgrat les dificultats, mirar el futur amb moltes ganes de treballar amb optimisme i il·lusió.

