

OLOTx2

Del 17 al 19 de febrer, nova edició de la campanya, amb moltes més activitats turístiques, espectacles i música, a més d'ofertes d'allotjament, àpats i compres pagant per un i gaudint el doble



OLOTX2 - DEL 17 AL 19 DE FEBRER



OLOT DUPLICA EL SEU ENCANT PAGANT PER UN I GAUDINT EL DOBLE

PROPOSTES D'ACTIVITATS, MÚSICA I ESPECTACLES SE SUMEN A LES OFERTES D'HOSTALERIA I COMERÇ

TEXTARA

Olot viurà, el cap de setmana del 17 al 19 de febrer, la cinquena edició de la campanya Olotx2, amb ofertes dels comerços i activitats lúdiques i culturals per promoure la Garrotxa com a destí turístic tot l'any. Durant tres dies s'ofereixen places hoteleres i menús de restaurant que podran gaudir dues persones al preu d'una. A més de variades actuacions musicals, hi haurà visites guiades als museus, passejades en burro i trenet, i rutes en bicicleta i segway, entre altres activitats. Destaquem algunes de les propostes de l'Olotx2.

ESPECTACLES x 2
Berto Romero. *Sigue con nosotros*. Un dels grans monologuistes del país en un espectacle molt divertit en què canta, balla i explica la seva vida. (17 de febrer, 20.30 h, Teatre Principal d'Olot. Entrades al 50%.)

Pot petit. La Melmelada Band! És el grup de música més deliciós que hi ha, capaç de fer ballar petits i grans. Sis músics dalt de l'escenari, amb titelles i recursos teatrals. (19 de febrer, 11.30 h, plaça Major. Gratuït. En cas de pluja, Sala El Torin.)

FIL MUSICAL
El dissabte 18, la música sonarà en sis escenaris de la ciutat.

Marta Rius. Cançó d'autor, coneguda per haver sortit a la ràdio i la TV. (Plaça Major, 17 h.)

Teck Rose. Folk-rock americà amb temes propis. (Plaça de l'Àngel, 17 h.)

Rusties Blues Band. Formació de blues amb temes prou coneguts.

Molta música

El Fil Musical disposarà de sis escenaris repartits per la ciutat amb actuacions en directe

(Escala de Sant Esteve, 17.30 h.)

True Jazz. Jazz amb tocs de folk, versions i temes propis. (Carrer de Sant Rafel, 17.30 h.)

Clave de Sur. Músiques del món, versions i temes propis. (Plaça del Conill, 17.30 h.)

Kingsale. Duet femení de folk americà, versions i temes propis. (Plaça Major, 18 h.)

Cor. Actuació de la Coral Gaia. (Plaça del Carme, 17 h.)

ACTIVITATS x 2

Passejades en poni. Especialment per als més petits, s'han programat rutes en poni amb descomptes del 50% o oferta 2x1. (18 i 19 de febrer, d'11 a 18 h, passeig d'en Blay, 3 euros.)

Passejades en burro. També per als nens hi haurà rutes en burro amb descomptes del 50% o ofertes 2x1. (18 de febrer, de 10 a 14 h, i de 16 a 18 h, i dia 19 de febrer, de 10 a 14 h, 4 euros.)

Lloguer de bicicletes. Es podran llogar dues bicicletes normals al preu de 20 euros (18 i 19 de febrer, de 10 h a 18 h) o dues bicicletes elèctriques a 30 euros (18 i 19 de febrer, de 10 h a 14 h. Centre Logístic de Bicicletes. Reserves al telèfon 972 692 023.)

Ruta en bicicleta. Una ruta interessant de 4.30 h sense dificultat tècnica. (18 de febrer, 10 h; preu per a dues persones, amb bicicleta: 57 euros; sense bicicleta: 20 euros. Reserves al 972 430 413.)

Visita guiada al Croscaat. Excursió de 3 hores a un dels volcans més coneguts. (19 de febrer, 10 h, sortida del pàrquing del volcà de Santa Margarida. Preu per a dues persones: 5 euros. Reserves al 649 090 331.)

Visita guiada per paisatges de postal. Un recorregut de 3 hores per alguns dels paratges més bonics de la Garrotxa. (19 de febrer, 10 h. Sortida des del pàrquing d'Hostalets d'en Bas. Preu per a dues persones: 12 euros. Reserves al 972 27 00 86)

Visita a granges: Mas el Cros (Santa Pau). El productor us guiarà entre vaques, toros i vedells, que viuen a la granja amb certificació ecològica. (19 de febrer, 11 h. Preu per a dos adults o nens de més de dos anys: 5 euros. Durada: 1.30 h. Reserva prèvia: 972 273 276.)

Visita a granges: Planeses (Sant Ferriol). Per conèixer animals de pastura i una manera sostenible de gestionar una finca, gràcies als recursos de l'entorn. (19 de febrer, 11 h. Preu per a dos adults o nens de més de dos anys: 5 euros. Durada: 2 h. Reserva prèvia: 658 838 860.)

Visita a granges: Mas la Coromina (Joanetes). Una visita guiada per una granja de vaques de llet Ato, amb tastet. (18 i 19 de febrer, 10.30 h. Preu per a dos adults o nens de més de dos anys: 5 euros. Durada: 1.30 h. Reserva prèvia: 699 746 752.)

Portes obertes als museus

d'Olot. Durant tot el cap de setmana hi haurà entrada gratuïta al Museu dels Sants, el Museu dels Volcans i el Museu de la Garrotxa.

Visites guiades als Museus d'Olot. El Museu dels Sants ha programat una visita gratuïta amb places limitades. (18 de febrer, 18 h, places limitades. / 19 de febrer, 12 h, visita amb interpretació de llengua de signes de l'exposició sobre el Fluvià.) També es podrà visitar el **Museu del Tresor Parroquial de Sant Esteve** (18 de febrer, de les 11 h a les 13 h. 3,50 euros per a dues persones). **Museu de les Miniatures de Besalú.** El museu permet descobrir un conjunt d'obres d'art excepcionals que transporten a diferents mons en miniatura. (18 i 19 de febrer, de 10 a 19 h. 4,90 euros dos adults / 2,5 euros dos nens.)

MENJAR x 2

Una vintena de restaurants d'Olot i tretze de la comarca (les Preses, la Vall de Bianya, Santa Pau, la Vall de Bas, entre d'altres) ofereixen menús amb ofertes 2x1. Places limitades amb reserva



MARTÍ ALBESA

A la granja

A més de rutes ciclistes o en poni, s'ofereixen visites a masos i granges per conèixer 'in situ' la feina agrícola

Aparcaments

Alguns dels pàrquings de la ciutat se sumen a l'Olotx2 amb descomptes en les seves tarifes habituals

prèvia. Menús a www.olotx2.cat. Algunes cafeteries ofereixen esmorzars, berenars i tapes a 2x1.

DORMIR x 2

Nombrosos allotjaments ofereixen dues nits al preu d'una, nits al 50% o dues habitacions al preu d'una. Places limitades amb reserva prèvia. Hi participen quinze hotels i una vintena d'establiments turístics, cases rurals o càmpings.

COMPRAR x 2

Una seixantena de comerços se sumen a la campanya 2x1 amb importants descomptes i promocions. Diumenge al matí, els establiments comercials tindran obert. Algunes parades del Mercat d'Olot oferiran tastos i productes a 2x1.

IMATGE x 2

Tres perruqueries de la ciutat ofereixen descomptes en pentinats, tall de cabells i altres tractaments.

TOTA LA INFORMACIÓ A www.olotx2.cat



OLOTX2 - DEL 17 AL 19 DE FEBRER

EL TURISME A LA GARROTXA DUPLICA LA SEVA APORTACIÓ EN EL PIB

TEXT ARA

En 20 anys, el turisme ha passat de representar prop del 5% del PIB de la Garrotxa a ser gairebé el 9%. En molt bona part, aquest creixement és fruit de l'aposta que els sectors privat i públic van fer el 1996, quan van crear Turisme Garrotxa, l'associació privada sense afany de lucre que integra representants de tots dos sectors i que promou, representa i coordina un model de creixement basat en el turisme sostenible. La comarca va ser el primer territori de l'Estat que va subscriure els deu principis de la Carta Europea de Turisme Sostenible, en què ha basat el seu desenvolupament, i el desembre passat va renovar el compromís.

300.000 visitants l'any
"A mitjans dels 90 la Garrotxa no era un destí turístic, però vam apostar



01. El Parc Natural de la Zona Volcànica de la Garrotxa. TURISME GARROTXA / JULI PÉREZ - VOL DE COLOMS



02. Casa de pagès a la Vall de Bianya. TURISME GARROTXA / AJUNTAMENT DE LA VALL DE BIANYA

pels pilars social, ambiental i econòmic per ajudar a créixer el sector", explica Turina Serra, gerent de Turisme Garrotxa. "No hi ha gaires territoris amb el sector privat disposat a posar diners per ajudar en la promoció -destaca Serra-, i l'evidència és que el resultat és molt positiu". Segons les dades disponibles, 230.000 visi-

tants passen cada any pels centres d'informació, però n'hi ha molts més que no ho fan, per la qual cosa la xifra estimada és d'uns 300.000 l'any.

"Un 30% dels visitants són d'arreu del món. Sobretot de França, el Benelux, la Gran Bretanya i Israel, però últimament hi ha un augment d'australians i americans", afegeix

Serra. La resta, la majoria, són principalment catalans, molts de l'àrea de Barcelona. Per atendre la demanda, la comarca ha incrementat notablement l'oferta de guies de natura i ha treballat per estructurar una xarxa de camins de senderisme, d'acord amb les comarques veïnes de l'Alt Empordà i el Ripollès. "S'ha triplicat el

nombre d'operadors turístics que programen la Garrotxa i s'han creat noves agències receptives locals", diu Serra.

Promoció conjunta

Una altra de les claus de l'èxit és que la capital i la comarca es necessiten mútuament per configurar una bona oferta. "És un bon tàndem. Olot no

va per lliure. La capital ofereix els serveis, l'oferta cultural, molts dels restaurants i de les places d'allotjament, però el gran atractiu és l'entorn, i és molt a la vora", diu Serra. Dels 55.000 habitants de la comarca, 33.000 resideixen a Olot. Un dels trets característics dels establiments de restauració acreditats és que procuren tenir sempre productes del territori, cosa que a la Garrotxa és més assequible que en altres comarques.

Campanya d'èxit

Olotx2, que arriba a la cinquena edició, s'ha confirmat com una campanya d'èxit per a la comarca. "Els efectes són tangibles. És un aparador perquè la gent vegi que tenim, i que ho tenim tot l'any". Aquest any s'hi ha afegit un factor més perquè els establiments no ofereixin només el doble sinó també perquè posin més èmfasi en la qualitat. "Com a campanya promocional, sobretot va ser molt bona en els moments més durs de la crisi -opina Serra-. Ara apostem per remarcar la qualitat".

TURISME GARROTXA
la comarca dels volcans

Troba la teva experiència
ca.turismegarrotxa.com/experiencies
a la comarca dels volcans

#laGarrotxaTotlAny

OLOTX2 - DEL 17 AL 19 DE FEBRER

EL COMERÇ APOSTA PER LA INNOVACIÓ A TRAVÉS D'OLOT RETAIL

TEXT ARA

Sobreviure a la competència de les grans superfícies, fidelitzar clients i guanyar atractiu comercial, sobretot entre els joves, són alguns dels reptes que té el petit comerç. Per fer-hi front, una dotzena d'establiments de la ciutat d'Olot han apostat per la innovació a través del projecte pilot Olot Retail, impulsat amb la col·laboració de l'Ajuntament d'Olot i l'Associació de Comerciants i amb el suport econòmic de la Diputació de Girona.

Acompanyament

La iniciativa ha ajudat a buscar quins reptes tenien els comerços participants, als quals s'ha assessorat de manera individualitzada i col·lectiva. Liderat per

l'empresa Initland, amb àmplia experiència en dinamització i suport a col·lectius de comerciants, el projecte incloïa una visita a establiments de Barcelona que han trobat solucions que donaven resposta als reptes dels comerços que s'han acollit a la iniciativa Olot Retail. La idea era conèixer experiències d'èxit.

Els establiments participants han rebut assessorament en tot moment per millorar els aspectes que cada comerç havia marcat com a prioritaris per al seu establiment. Algunes de les accions que s'han dut a terme s'han fet de manera col·lectiva, i en altres ocasions s'ha treballat de manera individual, incidint més en les característiques de cadascun dels establiments.

Els comerços que han participat en aquesta primera edició d'Olot Retail són No-Res, Carnisseria Planagumà, Can Batet, Cal Marxant, Can Manxa, Calçats Rovira, Mobles Joan Prat, Ràdio Coderch, Arqués Còpies, Koa Esports, Comercial Morera i Boutique Flora.

Inquietud innovadora

Joel Ortuño, responsable de l'establiment Koa Esports, valora positivament la iniciativa. Explica que el seu negoci, que va començar com a botiga *online* fa cinc anys i al cap de poc va crear botiga física al centre d'Olot, "ja ha tingut sempre molt present la necessitat d'innovar i de posar-se al dia permanentment". La participació al projecte



Participants de l'Olot Retail en la visita a Barcelona per conèixer casos d'èxit. AJ. OLOT

Suport
Una dotzena d'establiments han rebut assessorament per innovar i millorar

Olot Retail li ha permès aprofundir en aquesta inquietud innovadora que ha sigut marca de la casa des que va néixer Koa Esports. Una de les activitats que més valora Ortuño és la visita a comerços de Barcelona per conèixer de primera mà casos d'èxit. "Em va transmetre molta il·lusió per tirar endavant l'explicació de comerciants que havien començat de zero i ara

tenen negocis molt consolidats", explica Ortuño.

Segons l'Ajuntament, s'està valorant juntament amb l'Associació de Comerciants d'Olot la possibilitat de fer una segona edició de l'Olot Retail durant el 2017, en la qual s'acompanyaria un nou grup de comerços amb voluntat d'innovar, a més de fer el seguiment dels que han participat en la primera edició.

OLOT
la BOTIGA
al CARRER

30 ANYS
de botiga al carrer

DISSABTE 25 de febrer de 2017

COMERÇ OLOT
Ajuntament d'Olot
100%ot
Generalitat de Catalunya

OLOTX2 - DEL 17 AL 19 DE FEBRER

NOVA WEB DE LA PLAÇA MERCAT, MERCATDOLOT.CAT: ELS PRODUCTES DE PROXIMITAT A UN CLIC

TEXT ARA

L'Associació de Placers de la Plaça Mercat ha posat en marxa una atractiva pàgina web per donar a conèixer els seus productes i fer comandes *online*. El nou espai web es va inaugurar coincidint amb la campanya de Nadal per celebrar el segon aniversari del nou Mercat d'Olot, i es va desenvolupar gràcies a l'equip que es va formar entre l'Associació de Placers i Volcànic Internet, arran de la seva participació al primer Fòrum d'Oportunitats Empresarials.

A Mercatdolot.cat s'hi pot trobar informació de les instal·lacions, amb un recorregut molt visual, i una descripció de l'oferta de productes i serveis. La pàgina web respon a un doble objectiu: fer conèixer als usuaris el producte fresc i de proximitat i oferir un nou canal de comu-

nicació, accessible, potent i fàcil d'utilitzar. Es pot navegar fàcilment per totes les parades i conèixer amb detall els productes que s'hi ofereixen.

També incorpora un xat integrat perquè els clients puguin fer arribar als placers la seva comanda, que després es pot recollir a la parada corresponent.

La web s'inscriu en les accions dels placers per oferir un millor servei i atraure nous clients. Ja amb l'estrena de les noves instal·lacions, de les més modernes de les comarques gironines, es va ampliar l'horari d'atenció al públic.

Un atractiu més

L'horari de tarda ha fet que es guanyin clients joves, que cada cop aprecien més els productes que ofereix el mercat. També s'està incrementant la clientela de fora de la Garrotxa, que visita les



instal·lacions com un atractiu més del seu itinerari turístic i aprofita per comprar a la Plaça Mercat. Els clients mantenen una fidelització d'un 80% a les parades del Mercat d'Olot, que ja és un espai de referència pels productes de qualitat.

Dos anys d'èxits

El novembre de l'any passat, la Plaça Mercat d'Olot va celebrar el segon any de funcionament a les noves instal·lacions, que té tots els locals a ple rendiment i amb una alta valoració de la clientela. La Plaça Mercat consta de

3.900 m² distribuïts en tres plantes.

Modernitat i tradició

S'hi poden trobar productors directes de làctics, carns i embotits, verdures i hortalisses, peix fresc i salat, conserves, croquetes d'autor, fruites seques,

pastisseria, fleca artesanal, pasta fresca, confitats, llegums, productes d'herboristeria i dietètica, un restaurant, cafeteries i un quiosc. Els productes frescos, de qualitat i de proximitat són, però, el segell distintiu de la Plaça Mercat d'Olot.

Impuls a l'economia

El nou Mercat d'Olot va permetre crear una seixantena de llocs de treball, entre el supermercat Mercadona i el personal de reforç per a les parades dels placers, que han incrementat el volum de negoci. Un dels objectius del 2017 és intensificar les campanyes de promoció per captar i fidelitzar més clients i adaptar la sala polivalent del primer pis per fer-hi cursos de cuina de proximitat. També s'hi faran millores, com instal·lar cortines en alguns dels vidres d'accés.

mercabdolot.cat

Mercat d.Olot

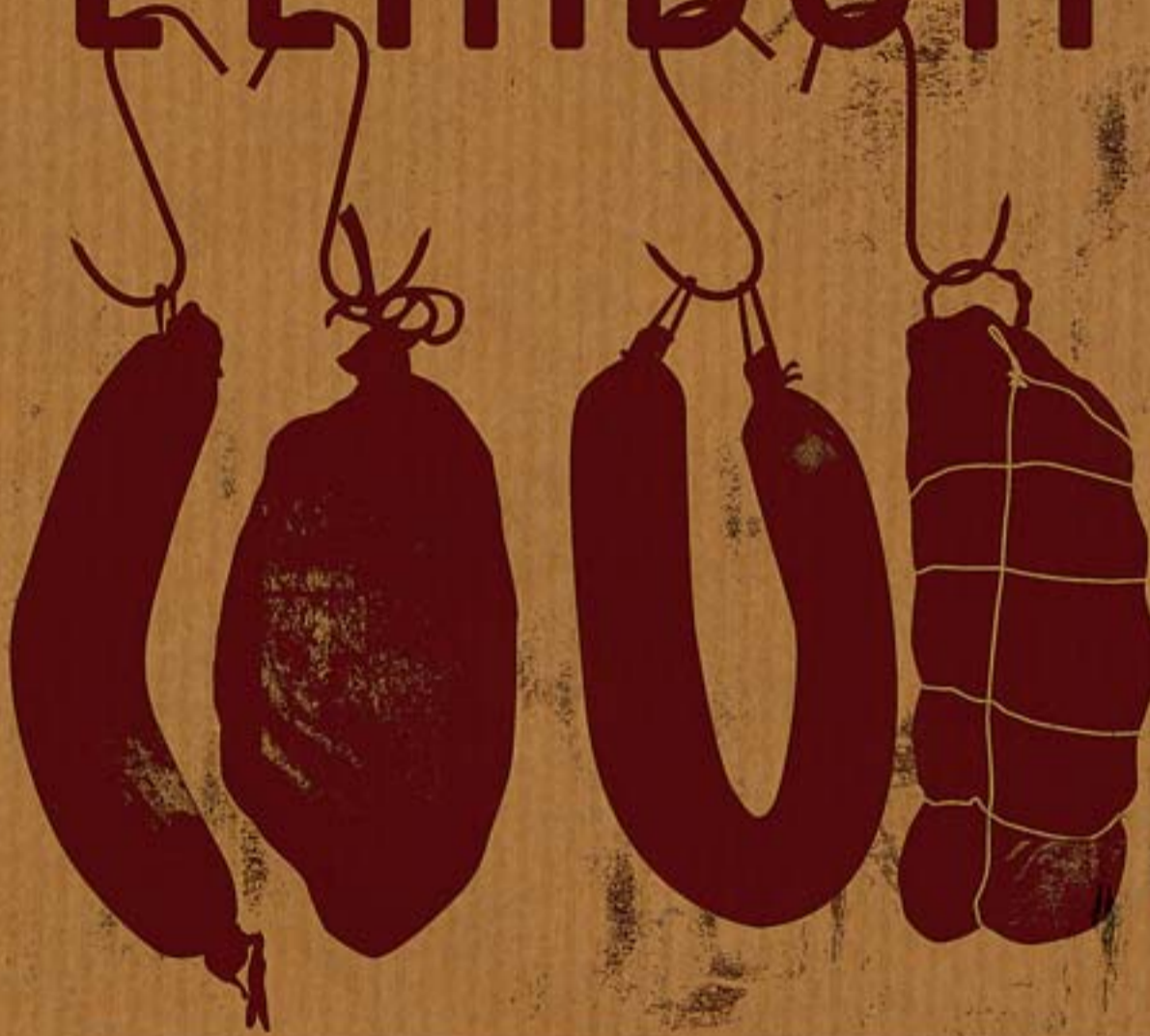
DE DILLUNS A DIVENDRES,
DE 8 H A 19 H
DISSABTE, DE 8 H A 15 H
Plaça Hospital, 3

100%ot
Cestrament

Ajuntament d'Olot

B●, SA I A L'ABAST.

FIRA DE L'EMBOTITIT

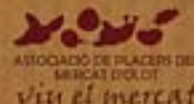
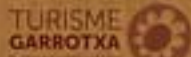
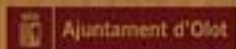


OLOT 18-19 DE MARÇ DE 2017

· EMBOTITS · FORMATGES · CERVESES ·
· ELABORACIÓ PRÒPIA ·

BRANCA

EL LLOB



DESCARREGA'T L'APP





[Google play](#)
[App Store](#)

OLOTX2 - DEL 17 AL 19 DE FEBRER

Cada vegada més, els territoris volen marcar perfil propi per diferenciar-se dels altres. Jordi de San Eugenio, llicenciat en geografia i periodisme, i doctor en comunicació social, s'ha especialitzat a crear *place branding*, o marques territorials. Coneix de prop la tasca d'Olot i la comarca de la Garrotxa per posicionar-se, i creu que és un model d'èxit per la convicció i implicació de totes les parts.

Quina és la clau per posicionar com a destinació turística un territori?

Amb el *branding* territorial hi ha pràctiques molt perverses, en el sentit que el regidor o el conseller de torn es pensen que amb un logotip i un eslògan, i sense fer cap mena d'intervenció en el territori, ja és diferent de com l'havíem vist fa deu anys. El *branding* ha de ser col·lateral, ha de ser el resultat d'ensenyar a la gent que alguna cosa ha canviat. I perquè alguna cosa canviï, has d'intervenir en el territori: en l'àmbit mediambiental, urbanístic, etc.

¿Per això cal que el sector públic hi cregui i el privat hi doni suport?

Exacte, perquè una de les coses més interessants de la creació de marques és que convida i obliga el sector públic i el privat a treballar plegats. Si no hi juguen tots, no funciona. És una excusa perfecta per generar aquestes complicitats en un dels problemes històrics que hem tingut, que és l'entesa entre el sector privat i el públic. També és un repte entendre les enormes possibilitats que té una marca territorial si sabem treure'n tot el suc que ens pot oferir.

¿Costa que ho entenguin les parts?

La nostra experiència, com a grup d'investigació a la Universitat de Vic, ens diu que en molts casos les marques s'han entès únicament com a logos i eslògans. Nosaltres treballàvem per a una marca d'un municipi i ens adonàvem que cada quatre anys canviava el logo i l'eslògan. Ja sabem què passa cada quatre anys: nova legislatura, a vegades canvis d'equips de govern i, per tant, el següent alcalde o alcaldessa presentava un

Jordi de San Eugenio

GEÒGRAF I COMUNICÒLEG

"CREAR UNA MARCA NO ÉS NOMÉS FER UN LOGO I UN ESLÒGAN"

TEXT JORDI CARRERAS ■ FOTO DAVID BORRAT



nou logo i un nou eslògan, sorgit d'un encàrrec a un dissenyador gràfic i d'una presentació a la premsa. I pretenien que la ciutadania es cregués allò. En casos així, moltes vegades la reacció de la gent és d'incomprensió. S'entenen problemes molt més quotidians, com si tenen una vorera en mal estat, però no aquests canvis.

¿Ara, majoritàriament, ja ho entén tothom?

Sí, sortosament. Ens arri-

Col·laboració

Cal que el sector públic i el privat entenguin que, si van de bracet, tindran més possibilitats de sortir-se'n

ben molts *inputs* del món anglosaxó, pràctiques en positiu de marques que han superat això que dèiem al principi, els tradicionals entrebancs entre interessos públics i privats. Quan entenen que si tots van al'una aquell territori serà millor i tindrà més possibilitats, ja no de captar turisme, sinó també talent, inversió i infraestructures. En el fons, parlem de generar capacitat econòmica, ocupació, en un territori i, per tant,

de millorar la qualitat de vida de la gent. Si entenem que això és la suma de moltes renúncies de molta gent, avui una marca és una eina molt potent, no només de promoció sinó de gestió integral d'un territori.

¿I Olot i la Garrotxa ho han entès?

Sí, s'està treballant de manera intel·ligent, en clau comarcal, no municipal. En tot moment es parla d'Olot i la Garrotxa,

això és molt intel·ligent. Crec que és un gest amable d'Olot cap a la resta de la comarca. Per descomptat que Olot sense la resta no seria el que és, però també és cert que la punta de llança és Olot. És una relació d'això que està tan de moda ara, un *win-win*. Un fa de locomotora però tenint en compte que els vagons són molt importants. El Parc Natural, el paisatge, disfrutar del medi ambient... és un encaix perfecte que s'ha sabut llegir molt bé. Perquè un altre problema de les administracions locals és que el que els preocupa és que surti l'escut del seu municipi i la resta ja s'espavilaran.

La Garrotxa gairebé ha doblat el seu PIB provinent del turisme.

És una feina de formiguetes. Qui digui que d'un dia per l'altre està fet, enganya. Olot va ser un dels primers ajuntaments gironins que va apostar per crear una estructura potent de promoció econòmica. Històricament, les àrees més potents dels ajuntaments són urbanisme i economia. A Olot han cregut en la promoció turística i els polítics que han anat passant també, perquè no oblidem que en última instància és una voluntat política. Tot això ha ajudat Olot i la Garrotxa a ser on són avui, amb aquesta creixuda del PIB i una comarca que és vista, des de Catalunya però també des de fora, com un lloc amb un cert benestar, una qualitat de vida i un saber fer. A més, proposa esdeveniments com l'Olotx2 perquè puguin interactuar els forans i els locals. Que consumeixin territori *in situ* no deixa de ser un efecte crida, "vine a veure què tenim". Ofereixes un tastet a un preu molt competitiu, tens la gent allà, ho viuen, probablement es quedaran amb ganes de més, i molts tornaran. Està molt ben pensat, és una operació estratègica molt interessant.

¿Hi veu un futur turístic potent?

Sí. Tenen un model consolidat de turisme de natura que es complementa amb l'oferta cultural. Tenen la seu tècnica de l'Observatori del Paisatge de Catalunya, organitzen exposicions, mostres d'art, tenen molta inquietud cultural. Ara que tots consumim els territoris abans d'anar-hi mirant una web, la Garrotxa guanya molt quan la trepitges.