

Mensajes Clave

- ≡ Existe una **oportunidad para el nacimiento de una política europea de turismo** y el establecimiento de un **programa específico para el turismo**.
- ≡ Resulta esencial **desarrollar un turismo sostenible que preserve las señas de identidad de Europa y su patrimonio natural y cultural**.
- ≡ **Es el momento de lanzar una verdadera Política Integrada Europea de Turismo, que transforme a Europa en una referencia mundial** en términos de turismo responsable, sostenible e innovador en respuesta a los excesos del turismo de masas, la realidad de la transición ecológica y la aparición de nuevos modelos de negocio
- ≡ Europa debe transformar los **efectos del COVID19 en una oportunidad para el turismo**: de cambiar hacia un modelo más sostenible, de apoyar el **turismo de proximidad**, y dentro de él el **transfronterizo, como “generador de confianza” para relanzar en turismo en Europa**, para vender las fronteras europeas como destinos seguros.
- ≡ Los **Programas de Cooperación Transfronteriza**, los objetivos estratégicos, las prioridades de las tipologías de intervención de los proyectos a ser financiados deben reforzarse para **apoyar la recuperación del turismo en las zonas fronterizas**.
- ≡ Es esencial que los **estímulos al sector** sean **repartidos desde las regiones y ayuntamientos hacia sectores locales** para garantizar que llegue a toda la malla del sector del turismo
- ≡ A **escala local**, el turismo debe contribuir a:
 - ≡ Reactivar la economía local basada en recursos locales
 - ≡ Generar empleo y capital social
 - ≡ Ejercer un “efecto arrastre” en otros sectores
 - ≡ Contribuir al desarrollo territorial y, por tanto a la fijación de población (haciendo frente así al reto demográfico)
 - ≡ Más servicios individuales y orientados a pequeños grupos, familias, etc.

I. CONTEXTO Y SITUACIÓN

En la historia reciente del turismo, este sector nunca tuvo que enfrentarse a una crisis internacional de las dimensiones de la causada por la pandemia del Covid-19, que ha afectado, al mismo tiempo, a los principales destinos turísticos. Quizá el término “crisis” no sea el más adecuado, pero seguro que en este momento el sector del turismo está en grave riesgo. Tras casi dos meses de distanciamiento social y territorial, limitación de transporte transnacional y transfronterizo (cancelación de vuelos internacionales, limitación de vuelos domésticos, cierre de fronteras y aeropuertos), el cierre temporal de hoteles y otros alojamientos, restaurantes, cafeterías, bares, museos, cancelación de grandes eventos, limitación a la movilidad de los ciudadanos en sus propias ciudades.... Todo impuesto por muchos gobiernos en el mundo, la vuelta a la “normalidad” genera “gran expectación” en el sector del turismo en todo el mundo.

El turismo es uno de los sectores que ha asegurado el mayor crecimiento económico, a escala global, en los últimos 30 años. Ha sabido sortear con éxito momentos difíciles, tales como los vividos durante la crisis financiera reciente. La fuerza de este desarrollo descansa sobre el gran progreso en las conexiones aéreas, ferroviarias y viarias; en el crecimiento exponencial de la digitalización en las relaciones comerciales; en el crecimiento de la búsqueda de experiencias y emociones y en el cambio que en años recientes ha experimentado la gente en su modo de vivir, moverse y consumir. La facilidad con la que ahora es posible moverse, las ofertas económicas en muchos productos y las incontables oportunidades de disfrutar de agradables experiencias y compartirlas con nuestros allegados son los principales pilares sobre los que descansa este desarrollo, que afecta a todos los segmentos de población en los países desarrollados del mundo.

A principios de este año, la Organización Mundial del Turismo (OMT) estimó un incremento de entre el 3% y el 4% en los viajes globales en 2020. Actualmente, debido a la crisis del COVID19 la OMT estima que, en 2020, la entrada de turistas internacionales podría caer entre el 20% y el 30%.

Tal y como apuntó el Comisario europeo de Mercado Interior en su discurso de 21 de abril¹, en Europa, el sector del turismo es muy importante:

- ≡ Contribuye entre el 10 y el 11% del PIB de la Unión Europea;
- ≡ Representa el 12% del empleo en la Unión, es decir, 27 millones de empleos directos e indirectos;
- ≡ Está formado por casi 3 millones de empresas, el 90% de las cuales son pymes, a veces muy pequeñas

Y será uno de los más afectados, si no el más afectado, por las restricciones impuestas para el control de la pandemia y las consecuencias de la misma. En palabras del Comisario, la Comisión estima que las pérdidas de ingresos a nivel europeo sean del 50% para hoteles/restaurantes, 70% para "operadores turísticos" y agencias de viajes, y 90% para cruceros y aerolíneas. La

¹ https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2019-2024/breton/announcements/speech-commissioner-breton-marshall-plan-european-tourism_en

previsión de la pérdida de empleos en Europa este año, solo en el sector de los viajes y el turismo, es de 10,1 millones de empleos. Y no se puede olvidar que detrás de estas cifras, hay una realidad social y territorial.

El Covid-19 puso de manifiesto la vulnerabilidad del sector del turismo afectando fuertemente al emprendimiento y el empleo en el sector, al tiempo que, si no actuamos rápido, tendrá importantes consecuencias en los sectores allegados (transporte, construcción, agroalimentario, etc). Sin embargo, una estrategia de recuperación no es suficiente en esta ocasión, es preciso promover un **plan estratégico sostenible para la protección del sector del turismo** contra futuras crisis que puedan surgir, de manera que las personas puedan sentirse de nuevo seguras en sus puestos de trabajo y facilitar su movilidad.

Europa debe transformar los **efectos del COVID19 en una oportunidad para el turismo**: de cambiar hacia un modelo más sostenible, de apoyar el turismo de proximidad, y dentro de él el transfronterizo, como “generador de confianza” para relanzar en turismo en Europa, para vender las fronteras europeas como destinos seguros. Una oportunidad para mantener a Europa como el primer destino turístico del mundo en términos de valor, calidad e innovación. **Más que nunca, es el momento de lanzar una verdadera Política Integrada Europea de Turismo, que – haciéndonos eco de las palabras del Comisario - transforme a Europa en una referencia mundial** en términos de turismo responsable, sostenible e innovador en respuesta a los excesos del turismo de masas, la realidad de la transición ecológica y la aparición de nuevos modelos de negocio.

La epidemia del Covid-19 promovió, en un tiempo récord, el refuerzo y mejora de la cooperación internacional en materia de salud, especialmente a escala transfronteriza entre las regiones europeas y sus instituciones sanitarias, poniendo de relieve interesantes buenas prácticas. Lo mismo debe ocurrir con el sector del turismo. La gente e instituciones del sector deben cooperar a escala transfronteriza y transnacional para desarrollar iniciativas y acciones de apoyo para la recuperación del turismo, así como su protección en el futuro, mediante el desarrollo de mecanismos y herramientas sostenibles. Europa fue el epicentro de esta pandemia durante los dos meses pasados, por tanto la cooperación transfronteriza europea, así como la transnacional, son más necesarias que nunca.

II. CONSIDERACIONES INICIALES (a escala internacional)

El turismo es el sector con mayor efecto multiplicador en el empleo y la riqueza (esto es, tiene un efecto arrastre mayor que otros sectores). Pero es también un sector en el que no es posible el almacenamiento, las ventas que hoy no se hagan son costes fijos no cubiertos. Es, además, un sector en el que muchos negocios están basados en importantes inversiones inmobiliarias. Es por tanto, un sector que necesita un apoyo decidido. Pero, precisamente por su gran vínculo con el territorio y su desarrollo, debe ser un apoyo que llegue hasta la base del sector y no se quede en mano de los grandes operadores

A escala local, el turismo debe contribuir a:

- ≡ Reactivar la economía local basada en recursos locales
- ≡ Generar empleo y capital social
- ≡ Ejercer un “efecto arrastre” en otros sectores
- ≡ Contribuir al desarrollo territorial y, por tanto a la fijación de población (haciendo frente así al reto demográfico)
- ≡ Más servicios individuales y orientados a pequeños grupos, familias, etc.

Pese a la imprevisibilidad hay algunas tendencias que se están consolidando, especialmente en el corto plazo., la mayor parte relevantes para las regiones de frontera como destinos de interior, naturales y no masivos:

- ≡ El mercado interno y de proximidad serán de los primeros mercados emisores de turistas hacia nuestras regiones.
- ≡ Los turistas viajarán en coche
- ≡ Los turistas elegirán destinos seguros y ya conocidos
- ≡ Los turistas preferirán entornos naturales y en los que pueda permanecer con su familia y/o amigos cercanos. En este contexto, el Ecoturismo gana en relevancia debido a sus características.
- ≡ Los turistas utilizarán el turismo de salud para fortalecer su salud y el turismo activo y saludable como medio para estar preparado físicamente y mentalmente.
- ≡ Los turistas tendrán más habilidades y necesidades digitales.

Los destinos y proveedores deben proporcionar confianza en su higiene y procedimientos sanitarios a la hora de ofrecer productos diferentes y únicos.

Por otro lado, la comunicación y la comunicación digital son factores clave de posicionamiento y notoriedad de los destinos y marcas, así como herramientas para superar el daño que la pandemia ha generado en algunas regiones europeas en las que el turismo ejerce una importante contribución a su PIB (Italia y España como ejemplos principales).

Y, ¿qué pasa con el turismo transfronterizo? ¿Esta crisis cambiará las preferencias de la gente respecto a sus destinos turísticos y les orientará hacia destinos menos masivos? ¿Acercará esta crisis a la gente hacia destinos transfronterizos? ¿cómo podemos convertir esto en una oportunidad para el turismo transfronterizo, que primero se activará con la movilidad de sus propios habitantes? ¿Están las regiones transfronterizas preparadas para recibir a los “nuevos turistas”? ¿Tienen las infraestructuras y servicios necesarios para garantizar un turismo seguro?

III. PROPUESTAS

En línea con lo expuesto en los apartados anteriores, consideramos que más que nunca, la Unión Europea necesita una Política Integrada de Turismo, tal y como se señaló en el foro interparlamentario celebrado en Bruselas el pasado 5 de noviembre.

Tal y como apuntó el Comisario Thierry Bretón, **el turismo debe volverse estratégico**: debido a su peso económico y social, y porque se basa en una rica historia europea y una diversidad cultural europea que no tiene precio. Debe protegerse, en particular, de las estrategias de inversión agresivas de terceros países que podrían ver la crisis como una oportunidad especulativa.

Es esencial, por tanto, **desarrollar un turismo sostenible que preserve las señas de identidad de Europa y su patrimonio natural y cultural**, su diversidad y autenticidad, **salvaguardando** los **valores locales** e implicando a los niveles locales, más próximos al territorio.

En este marco, consideramos oportuno abordar las siguientes propuestas:

- ≡ **Poner en valor los recursos comunes del territorio y abordar su promoción y reorganización de manera integrada**, potenciando la sostenibilidad como argumento central de comunicación del territorio.
- ≡ **Promover el turismo de proximidad y de frontera**, que debe ser visto como un producto que no solo puede “venderse” en el corto plazo, sino como un producto que representa los valores y puede asegurar las experiencias que el turista post-COVID buscará.

Se trata de un turismo accesible que, además, suele basarse en elementos asociados al patrimonio cultural y/o natural del territorio y que cuenta con un fuerte compromiso a escala local. En este sentido, deberíamos aportar por el **Endoturismo** (turismo basado en experiencias y promoción de productos endógenos), que tiene en nuestras regiones un terreno importante para desarrollarse y poner en valor el turismo de proximidad y las especificidades de nuestros territorios.

En este contexto, consideramos de gran importancia diseñar e implantar una **campaña pan-europea de promoción del turismo transfronterizo** como una elección segura, rica y ambientalmente respetuosa, que pudiera ser especializada a escala regional.

Resulta esencial, en este ámbito, tener en cuenta las pautas marcadas por el Pacto Verde y promover el turismo sostenible frente al turismo de masas, buscando el equilibrio entre la preservación de los ecosistemas turísticos y las realidades económicas.

También es necesario integrar los sistemas de información y gestión de los destinos transfronterizos y áreas vecinas, con el ánimo de facilitar la planificación de viajes y reservar las visitas de manera remota, al tiempo que se reducen así las concentraciones

de gente. En este contexto, la colaboración entre las diferentes administraciones públicas es importante para asegurar la correcta, transparente e imparcial gestión de los datos por parte de las empresas para organizar mejor sus ofertas, y por parte de las propias autoridades públicas para organizar servicios y gestionar infraestructuras públicas.

- ≡ **Primar la calidad sobre la cantidad.** La búsqueda de la cantidad por encima de la calidad, en muchas ocasiones no es más que un mecanismo para paliar la falta de estrategias turísticas y la falta de un modelo claro de los poderes públicos. Por otro lado, la calidad de la oferta turística está inevitablemente unida a la profesionalidad. Es necesario devolver la gestión del sector a profesionales, centrarse en la cualificación de los operadores locales e intervenir el abuso.

El caso más paradigmático que hemos visto estos días es Venecia, donde se han empezado a ver en sus canales fauna y flora, lo que le da una imagen nueva y un nuevo atractivo.

- ≡ **Reforzar los estímulos complementarios.** El turismo no es solo visita. Es conocer la cultura, tradiciones, disfrutar de otra realidad. El turismo necesita acciones complementarias de valor añadido: programación cultural, espacios naturales, tradiciones, gastronomía, ... diversidad. En este sentido, es necesario apostar de manera innovadora por las artes y oficios tradicionales, la gastronomía, los vinos y la enología, la naturaleza, la historia y los productos regionales como argumentos de experiencias personales y familiares:

- Las ciudades deben promover sus espacios culturales y sus servicios situados en espacios culturales y naturales para atraer a un número importante de visitantes. Tienen que apostar por buenos **museos ligados al territorio** que movilicen el turismo. Las grandes ciudades tienen referentes claro como el Louvre o el Prado, pero promover pequeños museos regionales o locales y **sus lugares patrimonio** será importante para preservar la identidad del territorio y reforzar su atractivo turístico.

- Es importante **complementar la oferta de las ciudades con la de sus entornos naturales e históricos**. Poner en valor y hacer accesibles lugares que pueden suponer atractivos complementarios para visitar las ciudades, creando así en la región paquetes de corta estancia que puedan dinamizar el turismo interno. En este contexto, sería importante poner atención a la creación de paquetes turísticos integrados e intersectoriales, generar itinerarios y rutas temáticas (por ejemplo: vínculos entre lugares patrimonio UNESCO), rutas al aire libre y en la naturaleza, rutas guiadas, interregionales, en contacto con la población de las áreas a visitar, diversificando la oferta también desde el punto de vista del precio.

Esto puede suponer una oportunidad para:

- Recuperar el **Turismo en el Espacio Rural de la Región**.
 - Apostar por el **Turismo de Naturaleza y el Turismo Activo como factor diferenciador**.
 - Repensar el **Turismo Urbano y City Break** en las principales ciudades, potenciando redes que estructuren una nueva forma de disfrute con vínculos a los territorios próximos.
- **Es necesario generar nuevas industrias que se beneficien del turismo y beneficien al turismo.**

Es fundamental **impulsar la gastronomía tradicional o innovadora a partir de la tradicional**, pues se trata de un elemento que acompaña a la transmisión cultural y que además refuerza la satisfacción de la visita. La idea de gastronomía vinculada a las tradiciones y la cultura de un país. Y esto, además, debe de hacerse en dos áreas: gastronomía de consumo directo y gastronomía de adquisición, como una manera de alargar el viaje y compartir la experiencia. Un ejemplo de esto último es lo sucedido con Extremadura, en España, que ha sabido desarrollar una fuerte imagen de marca y un elemento “llamada” hacia el territorio a partir de sus productos gastronómicos.

En este sentido, es de la mayor importancia, como ya venimos reclamando, eliminar las trabas en los aeropuertos a los productos locales que no se adquieran en el propio aeropuerto, especialmente líquidos, mermeladas, etc. mediante la negociación de una **política europea de estrategia aeroportuaria común** a nivel de protocolos de seguridad de personas, bienes y de transporte de productos regionales/locales.

El **impulso a la artesanía local y la puesta en valor de las tradiciones** es otro elemento clave para la sostenibilidad de un nuevo modelo de turismo, basado en la realidad de los territorios y que ponga en valor la riqueza cultural existente en Europa como factor diferenciador.

Es esencial proponer a nuestros gobiernos que proporcionen financiación especial/adicional para la gente y empresas que invierten en turismo en áreas transfronterizas, entendiendo por tales no solo la frontera en términos estrictos sino toda su área de influencia en términos NUT 3.

Para asegurar la sostenibilidad de las medidas adoptadas, será deseable también educar y formar al sector hacia servicios de calidad, uso de productos locales promoción de los atractivos territoriales transfronterizos, inglés y/o idiomas transfronterizos, salubridad, incluyendo información sobre la acciones y medidas que deban adoptar los negocios a raíz de directrices sanitarias nacionales y/o europeas.

- ≡ La **Marca**, a escala europea, necesita recuperar la confianza y mejorar la percepción. Hoy en día viajar supone, para muchas personas, numerosas incomodidades a la hora de tomar un avión o inseguridades respecto a sus derechos en caso de cancelaciones y/o retrasos. Las grandes compañías siguen teniendo la última palabra. La **movilidad** y la **logística** son, una vez más, cruciales, así como lo son contar con estándares y regulaciones específicas para asegurar unas condiciones adecuadas para viajar por Europa de manera segura y recuperar así la confianza de los viajeros. En este sentido, resulta muy importante **abordar los problemas/incomodidades asociados a los viajes**, por ejemplo:
- Avanzar hacia una estrategia europea de regulación común en las áreas de las Low-Cost y de la higiene y seguridad aeroportuaria y en los vuelos.
 - Niveles de seguridad en los aeropuertos. Actualmente los protocolos del control de seguridad no son los mismos, ni siquiera en el mismo país, dependiendo del criterio de cada empresa de seguridad adjudicataria en cada aeropuerto. Esto genera incertidumbre e inseguridad en el viajero. Una Europa única necesita unos protocolos del control de seguridad comunes en todos sus aeropuertos, eliminando la incertidumbre y mejorando la percepción de los viajeros. Igualmente, es de la mayor urgencia, la instalación de nuevos escáner, como los existentes en el aeropuerto de Oporto – Sá Carneiro, donde el pasajero ya no tiene que sacar de su equipaje ordenadores ni aparatos electrónicos, lo que debería aplicarse también a los líquidos, como referido anteriormente, tanto de higiene como de consumo gastronómico, y elementos personales fácilmente detectables sin necesidad de quitárselos, como zapatos o cinturones. Esto eliminaría las molestias, los altercados con los servicios de seguridad privada y mejora la percepción de los viajeros.
 - Regular el sector para evitar las falsas low-cost que, bien operan con precios de una compañía estándar o, incluso, sumando todos los conceptos que cobran (asiento, emisión de tarjeta de embarque, equipaje, etc) operan a precios superiores.
 - Cuestiones de seguridad e higiene en los transportes, tales como, por ejemplo el espacio entre asientos, también deberían ser abordados en el nuevo contexto.
 - Velar por los derechos del consumidor, especialmente en el caso de retrasos y cancelaciones. Actualmente la política de cancelaciones es totalmente asimétrica y las compañías disponen del dinero que el consumidor abona antes del viaje, pero el reintegro en el caso de cancelaciones, retrasos y overbookings en la mayor parte de ocasiones se recupera tras largos y costosos procesos judiciales o de reclamación. Una idea podría ser establecer un mecanismo

intermedio de garantía que solo abone el precio del billete a la compañía una vez el vuelo ha sido operado. De este modo se evitarían demandas por cancelaciones o devoluciones en bonos de vuelo en lugar de en dinero, tras retrasos o cancelaciones.

Las normas transnacionales (al menos a escala europea) deben ser claras. La Recomendación de la Comisión², publicada el 13 de mayo, relativa a los bonos ofrecidos a los pasajeros como alternativa al reembolso, es un buen documento de trabajo.

Una política de equipajes clara y uniforme también sería un valor añadido de comodidad, certidumbre y satisfacción de los viajeros.

Con todas las economías europeas (y mundiales) en recesión, solo una respuesta conjunta y un mayor nivel de gobernanza puede hacer frente a los problemas que el sector del turismo deberá afrontar en los próximos meses, así como al impacto que el estancamiento del turismo tendrá sobre otros sectores económicos, haciendo del momento actual una **oportunidad para el nacimiento de una política europea de turismo** y el establecimiento de **un programa específico para el turismo**.

El desarrollo del turismo europeo debe basarse en un marco financiero plurianual. La política de turismo post-COVID “debe estar vinculada a un programa específico dentro de los fondos estructurales (FEDER) dirigido a asegurar los recursos financieros necesarios para la implementación de la política a escala regional sin comprometer a la cooperación territorial”

Es fundamental, en este ámbito, que los **estímulos al sector** sean **repartidos desde las regiones y ayuntamientos hacia sectores locales** para garantizar que llegue a toda la malla del sector del turismo y evitar una concentración de fondos en los grandes operadores que no generan tanta actividad a escala local. Debemos evitar promocionar la concentración de recursos y la adopción de modelos intensivos de turismo en los que el sector local no es más que un mero sujeto pasivo sin beneficio alguno de la llegada de turistas.

Una nueva política europea de turismo y el marco financiero plurianual que lo soporte debe ser una **“hoja de ruta europea para reactivar el sector del turismo”**³ con líneas

² C (2020) 3125 final. Recomendación de la Comisión relativa a los bonos ofrecidos a los pasajeros y a los viajeros como alternativa al reembolso de viajes combinados y servicios de transporte cancelado en el contexto de la pandemia del COVID-19.

³ Siguiendo el mismo espíritu y con objetivos similares que la “Hoja de ruta europea para levantar las medidas de contención del coronavirus”: una estrategia colaborativa, coherente y cohesiva para hacer frente a la recuperación económica. (https://ec.europa.eu/info/files/communication-european-roadmap-lifting-coronavirus-containment-measures_en)

directrices que apoyen a los Estados miembros y a las regiones europeas a la hora de reactivar la actividad turística en sus territorios.

Siguiendo esta "hoja de ruta", en los **Programas de Cooperación Transfronteriza**, los objetivos estratégicos, las prioridades de las tipologías de intervención de los proyectos a ser financiados deben reforzarse para **apoyar la recuperación del turismo en las zonas fronterizas**. Impulsar nuevos modelos de turismo (a implantarse desde cero) centrados en los territorios y la sostenibilidad;

- **Las ciudades deben ser impulsadas a repensar sus modelos urbanos** de manera que puedan compatibilizar las necesidades del turismo y los residentes. Las ciudades deben ser buenas para vivir, trabajar, estudiar y visitar;
- **Las fronteras y sus recursos deben promoverse como destinos/territorios seguros**, con particular referencia a su patrimonio natural y cultural;
- Del mismo modo, productos como el **turismo de naturaleza, turismo rural** (incluyendo en esta definición al turismo enológico y gastronómico), el **turismo de salud**, o el **slow tourism**, deben ser priorizados;
- Trabajar por la descentralización de los flujos turísticos a través de la computerización y la gestión y distribución de procesos.
- **Apoyar la creación de inteligencia turística y bases de datos**, herramientas y modelos (apoyar la toma de decisión informada y la adopción de soluciones cooperativas);
- **Apoyar la adopción de soluciones innovadoras** para impulsar e incrementar la demanda turística en las regiones fronterizas.

ANEXO I – Perspectivas específicas de cómo estos campos de intervención impacta en la política europea de turismo⁴

<p>Desarrollo de productos turísticos transfronterizos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Consumidores de turismo más sensibles en términos de seguridad, sanidad, exclusividad de la experiencia...la UE puede actuar y los territorios transfronterizos están en condiciones de satisfacer esta demanda. • El mercado interno y de proximidad son los únicos que el turista potencial tendrá en mente, a realizar en coche. Una gran oportunidad para los destinos de frontera (“dos países, un destino”). • No hay necesidad de masificación por lo que puede que haya llegado una oportunidad para el desarrollo de los territorios con población dispersa (o con problemas de despoblación) y una oportunidad para el desarrollo económico de las regiones de frontera. • El turismo natural, el eco-turismo tendrán especial relevancia. También surge un gran potencial para “regiones más silvestres”. • Oportunidad para el <i>slow tourism</i>, aquel que puede desarrollarse en destinos no superpoblados; la realidad de la mayoría de las regiones transfronterizas. • Oportunidad para el turismo activo, saludable y de salud
---	---

⁴ Idem

IV. RED EPICAH

La Red EPICAH es fruto de tres años de desarrollo del proyecto europeo EPICAH⁵, financiado por Interreg Europe y del que forman parte 9 socios de 7 regiones fronterizas de la UE.

Este proyecto ha permitido a sus socios intercambiar conocimientos y experiencias y trabajar conjuntamente en la puesta en valor del patrimonio natural y cultural como

recurso valioso para el desarrollo sostenible de los territorios. Así, en el marco del proyecto, además de informes sobre el punto de situación de cada frontera, se han desarrollado dos informes conjuntos, ambos descargables de la web del proyecto:

- “El efecto frontera en la protección y desarrollo del patrimonio natural y cultural en Europa”
- Recomendaciones dirigidas a “Una nueva política integrada de turismo para la UE”
- Catálogo de buenas prácticas

Asimismo, en el marco de este proyecto se organizó el Primer Congreso de Turismo de Frontera en Europa, en el que participaron cerca de 200 *stakeholders* de toda Europa y se celebró el 9 de mayo de 2019 en la ciudad portuguesa de Braga.

Socios de la Red EPICAH

- | | |
|-------------------------|----------------------------|
| ≡ EIXO –España/Portugal | ≡ RWM – Grecia. |
| ≡ AIMRD – España | ≡ Peipsi – Estonia |
| ≡ TOKAJ – Hungría | ≡ Pilsen – República Checa |
| ≡ ASEV – Italia | ≡ Satu Mare – Rumania |



⁵ <https://www.interregeurope.eu/epicah/>