

## CONCLUSIONES DEL FORO DE VIAS VERDES – VITORIA, 4 Y 5 DE ABRIL DE 2019

6ª Conferencia de Vías Verdes

2 días

6 sesiones

2 mesas redondas

Cerca de 30 ponentes y 200 asistentes.....

Podemos decir que éstas son algunas de las cifras o números de este Foro de Vías Verdes 2019. Precisamente de números y medición hablamos el primer día y quiero destacar la frase de Daniel Mourek: “monitorizar es más que medir, contabilizar o gestionar”; porque hay diferentes técnicas y modelos de medición, como han mencionado varios ponentes.

Pero también hay diferentes perfiles dentro de los usuarios de vías verdes, como hemos visto gracias a Gordon en el caso de Belfast y gracias a Craig y Experience Community y Ángel con el ejemplo de Girona. Desde la Universidad de Deusto compartimos con éste último la definición de Turismo Inclusivo frente a la de Turismo Accesible y la ampliamos para pensar en todo tipo de discapacidades.

El producto Vías Verdes no es nuevo. Se lleva trabajando desde hace años a nivel internacional, como hemos comprobado estos días. Se han presentado proyectos diversos, algunos más desarrollados y otros aún incipientes. Pero todos ellos con retos que afrontar como la mejora de infraestructuras (recordemos las imágenes de Gipuzkoa o de Irlanda), la señalización que mencionaban Amaia y Ane en el caso de Álava, la seguridad de ciclistas y peatones que comentaba Henrik en el caso de Dinamarca o el uso de medios de transporte públicos con bicicleta.

Sin embargo, hay tres temas o grandes retos a los que este producto y los agentes relacionados con él deben enfrentarse, y que han centrado gran parte de las ponencias.

- 1- **PROMOCION:** la promoción está siendo potente. Hemos visto muchos ejemplos, algunos cercanos y otros más lejanos. Pero todos ellos destacan la importancia de tener web, estar presente en medios sociales, contar con elementos visuales (vídeos, TV...) y nuevas maneras de informar y promocionar como las apps. También se han presentado los convenios y el marketing conjunto como maneras de fomentar la promoción.
- 2- **FINANCIACION:** toda esta promoción, junto con las necesarias inversiones en infraestructuras y mejoras de los caminos y vías, no es gratuita. Por eso una de las preocupaciones que ha quedado patente es la necesidad de nuevos modelos de financiación. Las cuotas suponen una pequeña parte del presupuesto y casi todo el peso recae en proyectos que, como comentaban en el caso de Dinamarca, tiene su riesgo.
- 3- **COLABORACION:** también en este tema hemos visto diferentes realidades y proyectos entre regiones, que son una realidad. Pero destaco la idea de mejorar la colaboración y

coordinación público-privada, intersectorial e interinstitucional, además de con las poblaciones locales. Como rezaba el vídeo de Álava, “con la gente y para la gente”.

Finalizo estas conclusiones con una frase:

“El tren muere y nacen las vías verdes. Un producto turístico sostenible que elimina fronteras, fomenta la movilidad pero sobretodo beneficia al destino, al turismo y a las comunidades locales”.