



## 1. Yr Economi Wledig a Chymunedau Lleol

### Adroddiad Grŵp Ffocws

Mynychwyr	
Manylion Unigolyn	Yn Cynrychioli
Dafydd Jarrett (DJ)	NFU
Charles de Winton (CdE)	CLA
Emlyn Charles (EC)	Grŵp Datblygu Llanberis
Mair Huws (MH)	Awdurdod Parc Cenedlaethol Eryri
Rebecca Jones (RJ)	Awdurdod Parc Cenedlaethol Eryri
Rhys Owen (RO)	Awdurdod Parc Cenedlaethol Eryri
Wendy Jones (WJ)	Llywodraeth Cymru
Fiona Davies (FD)	Ffarmwr lleol
Iola Till (IT)	Busnes / Twristiaeth
Simon Rogers (SR)	Ymddiriedolaeth Genedlaethol / National Trust
Gwynedd Watkin (Hwylusydd) (GW)	FUW
Helen Pye (HP)	Awdurdod Parc Cenedlaethol Eryri
Carwyn ap Myrddin (CaM)	Awdurdod Parc Cenedlaethol Eryri
Bethan Wynne Jones (BWJ)	Awdurdod Parc Cenedlaethol Eryri
Ymddiheuriadau	

**GW** - Croesawyd pawb i'r Grŵp Ffocws a diolchwyd iddynt am fynychu.

**GW** – Esboniodd a phwysleisiodd mai pwrpas y sesiwn oedd edrych tuag at y dyfodol ac i helpu ffurfio cyfeiriad a strategaeth ar gyfer Cynllun Partneriaeth yr Wyddfa. Bydd y sesiwn yn cael eichgynnal trwy gyfrwng y Gymraeg a'r Saesneg ac mae croeso i bobl drafod ym mha bynnag iaith y maent yn ei ffafrio. Mae cyfieithydd yn bresennol ar gyfer y rhai sydd angen y gwasanaeth.

- **Cefndir y Bartneriaeth** - Mae Partneriaeth yr Wyddfa yn grŵp a sefydlwyd i greu ac yna gweithredu cynllun rheoli newydd ar gyfer yr Wyddfa. Mae'r grwpiau yn cynnwys swyddogion sy'n cynrychioli'r sefydliadau a'r tîrfeddianwyr sy'n gyfrifol am reolaeth 'ar-y-ddaear' o'r mynydd – sy'n amrywio o waith cadwraeth a rheoli llwybrau i dwristiaeth, ffermio ac achub mynydd.
- **Pwy sy'n Cymryd Rhan** – Awdurdod Parc Cenedlaethol Eryri (yn arwain); Undebau Ffermio: CLA, UAC, UCA; Eryri Bywiol; cynrychiolwyr cymdeithasau twristiaeth a busnesau lleol; Dafydd Jarrett; CBS Gwynedd; Cyngor Bwrdeistref Sirol Conwy; Cyfoeth Naturiol Cymru; Cymdeithas Eryri; Ymddiriedolaeth Genedlaethol; Timau achub; Mynydd Diogel; cynrychiolwyr y Fforwm Mynediad Lleol.

- **Beth rydym wedi'i wneud hyd yn hyn** – Cynhaliwyd ymgynghoriad cychwynol gyda sesiynau galw i mewn mewn cymunedau o amgylch Yr Wyddfa, ac yna seminar agored i gasglu materion a syniadau. Yn dilyn hyn, crëwyd cynllun gwaith i weithredu 'gwelliannau buan' y gallem ddelio gyda nhw yn syth. Mae cylchlythyr yn cael ei anfon allan pob mis i roi diweddariad i'r holl randdeiliaid. Cafwyd cam / gwedd o gasglu data a gwybodaeth helaeth i sicrhau bod gennym yr holl ffeithiau i seilio penderfyniadau arnynt.
- **Y weledigaeth** - I drawsnewid yr Wyddfa i mewn i enghraifft o'r safon orau a gydnabyddir yn rhyngwladol a chyflawni hynny drwy gydbwysu cadwraeth, mynediad a'r economi wledig tra'n darparu profiad o'r radd flaenaf i ymwelwyr.

**GW - Yr hyn yr ydym eisiau ei gyflawni heddiw** - Defnyddio'r ymchwil wyddonol sydd ar gael, ynghyd a'r data a gasglwyd ac a gydlynwyd i mewn i'r dadansoddiad CAMPUS (cyrraeddadwy, amserol, penodol, uchelgeisiol, synhwyrol) i nodi a blaenoriaethu **syniadau a phrosiectau** ar gyfer yr ardal a'r **cyfeiriad gorau** i'w gymryd i'w cyflawni. Bydd y grŵp hwn yn canolbwyntio ar sut y gallwn helpu tirlfeddianwyr a'r gymuned leol i elwa ar dwristiaeth a rheoli ei effeithiau yn ardal Yr Wyddfa. I wneud hyn, bydd y mynychwyr yn cymryd rhan mewn dwy dasg;

- a) Tasg un - Gweithio drwy'r dadansoddiad CAMPUS a nodi a blaenoriaethu syniadau pellach.
- b) Tasg Dau - Dewis cwestiynau i'w trafod a nodi camau gweithredu manwl fel ymateb

Ond cyn hynny mae Carwyn am esbonio ychydig mwy am sut rydym yn ffurfio'r dadansoddiad CAMPUS.

**CaM-** Gyda'r materion, sylwadau a chanfyddiad pobl o'r Wyddfa a nodwyd o'r sesiynau galw heibio, roeddem wedyn angen y dystiolaeth i gefnogi / profi'r honiadau hynny - Felly casglwyd tystiolaeth dros y ddau fis diwethaf i gefnogi'r materion a godwyd yn ystod y cyfarfodydd ymgynghorol er mwyn cael darlun clir o 'Sut mae'r Wyddfa yn Edrych yn Awr'. Roedd y cam hwn hefyd yn fodd o Adnabod unrhyw fylchau gwybodaeth a thrwy hynny sicrhau y gallwn roi sylw iddynt lle bo angen yn y dyfodol. Lle y bo'n bosibl, gwybodaeth a oedd yn benodol i'r Wyddfa a ddefnyddiwyd (yn yr Arolwg Ymwelwyr er enghraifft), fel arall casglwyd data llai penodol ond roedd y data a gasglwyd yn dal yn berthnasol enghraifft gwybodaeth am Eryri, Gwynedd neu yn Chymru gyfan (mae data tuedd Cenedlaethol hefyd yn weddol berthnasol gan ei fod yn fynegiad o newidiadau ym mherfformiad y farchnad). Nid oeddem yn gallu trafod yr holl ffeithiau yn fanwl o fewn mewn gweithdy dwy awr, ond maent wedi cael eu hanfon allan a darparwyd tair enghraifft. Dywedwyd wrth y mynychwyr y byddant yn cael cyfle yn nes ymlaen i ychwanegu, gwaredu â neu wneud sylwadau am rhain.

- Dywedodd 91% o'r rhai a holwyd ar Yr Wyddfa nad oeddynt wedi gweld fawr ddim sbwriel – treuliodd y wardeiniaid gwirfoddol dros 1,300 o oriau yn casglu tua 350 o fagiâu o sbwriel yn ystod 2016. Mae ymdrech enfawr yn cael ei gwneud i leihau sbwriel ar y mynydd, ond mae yna rai mannau sy'n dal i achosi problemau fel y caffi ar y copa a'r caffi hanner ffordd, a lleoliadau cinio poblogaidd, megis ger y llynnoedd.
- Achoswyd 72% o ddigwyddiadau aflonyddu ar ddefaid am nad oedd y cwn ar dennyn.
- Cafodd 136 o ddatblygiadau ynni adnewyddadwy eu ganiatâd cynllunio rhwng 2014-15, ac o'r rhain, roedd 63 ohonynt yn ddatblygiadau ynni dŵr.

Mae'r wybodaeth a gasglwyd wedi ein galluogi ni i greu dadansoddiad CAMPUS clir a gweledol o'r materion sy'n ymwneud a'r Wyddfa. Rhoddwyd copi ar bob bwrdd a siarodd Helen ychydig mwy am hynny.

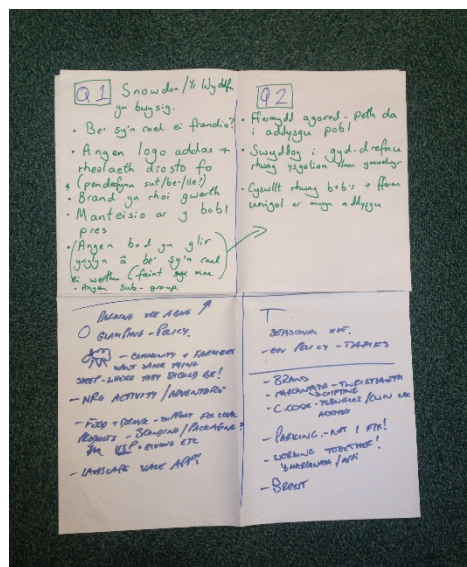
HP - Esboniodd beth yw dadansoddiad CAMPUS a pham ei fod yn dechneg ddefnyddiol a gweledol ar gyfer deall Cryfderau a Gwendidau, ac ar gyfer nodi Cyfleoedd a'r Bygythiadau.

- **Cryfderau** - yw'r elfennau sy'n cael eu gwneud yn dda, neu'n well na lleoedd eraill, pwyntiau gwerthu unigryw e.e. profiad ymwelwyr yn uchel o'r arolwg, Hafod Eryri yn adeilad eiconig
- **Gwendidau** - yw'r elfennau y gellid eu gwella, y pethau nad ydynt yn cael eu gwneud mor dda â'r pethau sydd o bosib yn ein dal yn ôl rhag darparu isadeiledd a gwasanaethau o'r radd flaenaf e.e. Cyfleusterau toiled, anallu i dalu gyda cherdyn mewn peiriannau parcio ceir
- **Cyfleoedd** - fel yr amrywiaeth eang o atyniadau yn yr ardal gyfagos a dylanwadu ar ymddygiad ymwelwyr drwy ddarparu gwybodaeth o safon a allai fod o fudd yn y dyfodol
- **Bygythiadau** - yw'r rhwystrau sy'n ein hwynebu, er enghraifft mwy o bwysau ar y cyfleusterau a'r seilwaith a marchnad ar gyfer llety â gwasanaeth.

HP - - Pwysleisiwyd yr angen i ganolbwyntio ar y dyfodol, parhau i fod yn realistig a chanolbwyntio ar yr elfennau yr ydym ni yn gallu ac a fyddwn yn gallu gwneud pethau yn eu cylch. Darparwyd copi o'r dadansoddiad CAMPUS i bob grŵp a gofynnwyd i'r mynychwyr wneud sylwadau ar, ychwanegu at neu ei ddiwygio yn ôl yr angen.



Gweithiodd y mynychwyr mewn grwpiau llai (uchod) i gyflawni'r tasgau a chafodd y sylwadau a'r syniadau eu cofnodi ar ddarnau mawr o bapur (isod)



## Tasg 1: Cyfle i ychwanegu at y taflenni dadansoddiad CAMPUS ar y waliau / bwrdd

Esboniodd **GW** - logisteg a phwrpas y dasg gyntaf;

- Gofynnwyd i fynychwyr a oeddynt yn cytuno gyda'r dadansoddiad CAMPUS ac a oedd yna unrhyw elfennau wedi cael eu colli yn eu barn hwy?
- Rhoddwyd 10 munud i bob grŵp ysgrifennu syniadau ar y taflenni
- Rhoddwyd 5 munud i'r grwpiau dynnu sylw at yr elfennau roeddynt yn cytuno fwyaf gyda nhw
- Gofynnwyd i un person o bob grŵp wedyn i rannu syniadau'r grwp â gweddill y rhai oedd yn bresennol. Mae'r syniadau hyn wedyn cael eu hychwanegu at y dadansoddiad CAMPUS gwreiddiol ac mae'r canlyniadau yn y tabl isod. Y rhai a amlygwyd mewn gwyrdd yw'r elfennau roedd grwpiau yn cytuno fwyaf â nhw.

<i>Ble'r ydym ni nawr</i>		
	<b>CADARNHAOL</b>	<b>NEGyddOL</b>
<b>MEWNOL</b>	<p><b>Cryfderau</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brand eiconig</li> <li>• Ymdrech aruthrol yn parhau i leihau sbwriel</li> <li>• Tîm wardeiniaid gwirfoddol – sbwriel ac addysgu</li> <li>• Mae cynlluniau hydro sydd wedi'u gweithredu'n dda yn dod â gwerth i'r ardal</li> <li>• Mae tîm wardeiniaid APCE yn cyfathrebu ac yn cefnogi tîrfeddianwyr a'r gymuned</li> <li>• Mae APCE yn darparu grantiau a chynghor technegol i dirfeddianwyr</li> <li>• Mae twristiaeth / sector gwasanaethu ac amaethyddiaeth / pysgota / coedwigaeth yn sectorau cyflogaeth pwysig</li> <li>• Mae twristiaeth yn dod â £470m i ardal y Parc bob blwyddyn</li> <li>• Y Tirlun (a'i bwysigrwydd o ran creu 'brand')</li> <li>• Cynllun 'Rhodd Eryri'</li> </ul>	<p><b>Gwendidau</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mae sbwriel yn dal i fod yn broblem mewn mannau poblogaidd e.e. ardal y copa</li> <li>• Mae llai o arian sector cyhoeddus yn arwain at lai o wasanaethau e.e. gwagio biniau / casglu sbwriel</li> <li>• Gallu i gyfleu negeseuon / addysg cod cefn gwlad yn lleol</li> <li>• Cynlluniau hydro wedi'u gweithredu'n wael</li> <li>• Mae poeni defaid yn broblem fwy nag mewn ardaloedd eraill</li> <li>• Cronni adnoddau i fynd i'r afael â materion</li> <li>• Marcio / arwyddion ar lwybrau troed</li> <li>• Defnyddio'r enwau Cymraeg ar leoedd / llwybrau i gadw treftadaeth ddiwylliannol gref</li> <li>• Gwasanaeth Parcio a Sherpa - lleoliad, amseru a chaniatâd</li> <li>• Effaith nifer fawr o ymwelwyr yn ei gael ar y dirwedd</li> <li>• Diffyg cydweithio</li> <li>• Yr angen am well rheolaeth o ddigwyddiadau a drefnwyd</li> <li>• Busnesau yn buddsoddi i ffwrdd o'r ardal</li> </ul>

	Cyfleoedd	Bygythiadau
ALLANOL	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manteision arallgyfeirio i ffermwyr llai / ucheldir</li> <li>Brandio lleol i ychwanegu gwerth at gynnyrch</li> <li>Gallai addysgu ymwelwyr am yr ardal fod yn gatalydd ar gyfer newid ehangach</li> <li>Deunydd pacio bioraddiadwy</li> <li>Gall cynlluniau hydro / cymunedol wedi'u gweithredu'n dda ddod â buddion aruthrol yn lleol a chyfrannu at leihau allyriadau carbon 'Glamping' / campio moethus</li> <li>Gallai datblygiadau sydd wedi eu hystyried yn ofalus arwain at fwy o bobl yn dod i'r ardal</li> <li>Defnyddio byrddau gwybodaeth mewn meysydd parcio i gyfleu gwybodaeth</li> <li>cymorth ar gyfer cynnyrch lleol - Brandio / pecynnu / USP / Cyngor</li> <li>apps ffôn symudol i gyfleu gwybodaeth</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diffyg addysg / ymwybyddiaeth / parch ar gyfer y cod cefn gwlad yn broblem genedlaethol</li> <li>Diffyg addysgu cenedlaethol par. taflu sbwriel</li> <li>Gall cynlluniau hydro wedi'u gweithredu'n wael gael effaith ar y dirwedd a'r amgylchedd</li> <li>Mae'r ardal yn eithriadol o hygyrch o'r prif ardaloedd dinesig</li> <li>Mae gan yr ardal % is o swyddi llawn amser na'r cyfartaledd cenedlaethol</li> <li>defnydd tymhorol</li> <li>polisi'r Llywodraeth</li> <li>Dim un ateb sydd yna i faterion parcio - cymhleth iawn</li> <li>Brexit</li> <li>Diffyg signal ffôn symudol</li> <li>Cau toiledau cyhoeddus</li> <li>Diffyg pobl sydd am weithio</li> <li>busnesau mawr elwa ar boblogrwydd yr ardal</li> <li>Diffyg cysondeb / gwybodaeth gywir ar draws yr holl gyfryngau</li> </ul>

## Tasg 2: Grŵp i ddewis / pleidleisio ar 4 o'r cwestiynau i'w trafod yn fanwl

**GW**– Gofynwyd i'r grŵp benderfynu ar y cyd ar 4 cwestiwn ac i nodi rhestr o gamau gweithredu ar gyfer pob cwestiwn. Roedd gofyn i bob grŵp adrodd yn ôl ar ddiwedd y dasg ar y cwestiynau a ddewiswyd. Mae'r rhestr o gamau gweithredu a awgrymir wedi eu rhestru isod.:

### Cwestiwn 1:

Ydych chi'n teimlo fod **datblygu brand yn bwysig**? Sut allwn ni ddatblygu'r brand?

- Ydy, mae datblygu brand yn bwysig - beth yn union sy'n cael ei frandio? Ucheldir? Yr Wyddfa? Cynhyrchion penodol?
- Angen logo addas a rheolaeth briodol o'r brand - lle y gellir ei ddefnyddio, sut y caiff ei ddefnyddio, pwy all ei ddefnyddio, mae angen eu diogelu ac ati.
- Is-grwpiau i arwain ar ddatblygiad hyn - ymgynghori ac ati

### Cwestiwn 2:

Sut allwn ni symud ymlaen o ran gwneud yn siŵr bod cynnyrch fforddiadwy o ffynonellau lleol ar gael? Beth yw barn pobl am 'Ffermydd Agored' i addysgu ymwelwyr?

- Angen brand cryf (cyswllt i'r cwestiwn cyntaf) - ymgynghori / gweithio mewn partneriaeth i fwrw ymlaen â hyn.
- Ffermydd agored yn arf da ar gyfer addysgu'r cyhoedd - angen trafod y logisteg a sut y gallwn gynnig y gefnogaeth orau yn ogystal â threfnu / hysbysebu diwrnodau addysgol.
- Posib bod cyfle i greu swydd bontio rhwng ffermydd ac ysgolion / ymwelwyr
- Gwell cyfathrebu rhwng busnesau (megis darparwyr llety) a ffermydd lleol er mwyn darparu'r wybodaeth i ymwelwyr.

### Cwestiwn 3:

A allwn ni wneud fwy o ddefnydd o wirfoddolwyr a / neu waith mewn Partneriaeth i fynd i'r afael â materion par. taflu sbwriel / poeni defaid ac ati?

- Mae wastad angen mwy o wirfoddolwyr, beth am wirfoddolwyr cymunedol i gadw pentrefi yn daclus / helpu ymwelwyr? Mae Cynllun Wardeniaid Gwirfoddol yn gweithio'n dda iawn, ffordd wych o gael gwybodaeth i ymwelwyr.
- Byddai'n bosibl ymgorffori gwirfoddoli yn yr ysgol i ddysgu plant lleol am y cod cefn gwlad - ond mae angen ystyried ei bod yn broblem genedlaethol.
- Angen cydlynnydd i arwain y sefydliad - cyfle i greu swydd?

### Cwestiwn 4:

A allwn ni helpu i gefnogi mwy o swyddi llawn amser yn yr ardal? Os felly, sut?

- Cynyddu 'tymor' ymwelwyr - ymgynghoriad i drafod hyn. Esiamplau yn cynnwys; hysbysebu 'cynigion arbennig', annog mwy o bobl leol i ddefnyddio'r mynyddoedd yn y gaeaf (angen ystyried diogelwch), hysbysebu gwyliau bwyd / ffeiriau lleol a digwyddiadau Nadolig tymhorol ac ati
- Cyswllt i gwestiwn 3 a 2 - swyddog / cydlynnydd i gryfhau cyfathrebu rhwng y gymuned ffermio, busnesau lleol, y cyhoedd, ymwelwyr ac ati
- Hysbysebu'r cymorth / grantiau sydd ar gael yn well - efallai hysbysebu'r cyfleoedd grant yn y cylch lythyr. Angen sicrhau ei fod yn cyrraedd cynulleidfa ehangach.
- Cefnogi seilwaith o Ansawdd yn yr ardal - siopau, llety, parcio, gwell derbyniad ffonau symudol ac ati

**GW** – Diolchodd i bawb am eu cyfraniad gwerthfawr. Dywedodd wrth y mynychwyr y bydd adroddiad cryno yn cael ei anfon allan yn fuan.

## Camau nesaf

Bydd y Partneriaeth yn awr yn nodi sefydliadau arweiniol i gyflawni ar y prosiectau a'r camau gweithredu. Bydd hyn i gyd yn cael ei ymgorffori yn y Cynllun Partneriaeth (drafft) ac fe ymgynghori'r arno ar ddechrau'r flwyddyn newydd. Bydd yna hefyd seminar i drafod y drafft Cynllun Partneriaeth tua mis Ionawr 2017



## 1. The Rural Economy and Local Communities

### Focus Group Report

Attendees	
Organisation/Individual Details	Representing
Dafydd Jarrett (DJ)	NFU
Charles de Winton (CdE)	CLA
Emlyn Charles (EC)	Llanberis development group
Mair Huws (MH)	Snowdonia National Park Authority
Rebecca Jones (RJ)	Snowdonia National Park Authority
Rhys Owen (RO)	Snowdonia National Park Authority
Wendy Jones (WJ)	Welsh Government
Fiona Davies (FD)	Local farming representative
Iola Till (IT)	Business/Tourism rep – from Tourism Association
Simon Rogers (SR)	National Trust
Gwynedd Watkin ( <b>Facilitator</b> ) (GW)	FUW
Helen Pye (HP)	Snowdonia National Park Authority
Carwyn ap Myrddin (CaM)	Snowdonia National Park Authority
Bethan Wynne Jones (BWJ)	Snowdonia National Park Authority
Apologies	

**GW** - Welcomed everyone to the Focus Group and thanked them for attending.

**GW** – Explained and emphasised that the purpose of the session was to look towards the future and help form direction and strategy for the Snowdon Partnership Plan. The session will be carried out in English and Welsh and people were to discuss in whatever language they preferred. A translator was present for those who required it.

- **Background of the partnership** - The **Snowdon Partnership** is a group set up to create and then implement a new management plan for Snowdon. The groups comprise officers who represent the organisations and landowners that are responsible for on-the-ground management of the mountain - ranging from conservation work and path management to tourism, farming and mountain rescue.
- **Who's involved** – Snowdonia national Park (leading); Farming Unions: CLA, FUW, NFU; Snowdonia Active; local tourism association and business representatives; Dafydd Jarrett; Gwynedd CBC; Conwy CBC; Natural Resources Wales; Snowdonia Society; National Trust; Rescue Teams; Mountain Safe; Local Access Forum representatives.
- **What we've done so far** – Large initial consultation with drop in sessions in communities surrounding Snowdon, followed by open seminar to gather issues and ideas. Work plan



created to implement 'quick wins' i.e. issues/ideas raised that we could address straight away. Regular monthly updates on progress via newsletter to all stakeholders. Extensive data and information gathering stage to ensure we have all the facts on which to base decisions.

- **The vision** - To transform Snowdon into an internationally recognised exemplar of best practice in balancing conservation, access and the rural economy whilst providing a first class visitor experience

**GW - What we want to achieve today** – To use the available data gathered and compiled in to the SWOT analysis to identify and prioritise **ideas and projects** for the area and the **best direction** to take in order to reach them. . This groups will focus how we can help landowners and the local community to benefit from tourism and manage its impacts in the Snowdon area.To do this, attendees are to participate in two tasks;

- a) **Task one** – will involve working through the SWOT analysis and identifying and prioritising further ideas.
- b) **Task Two** - will involve choosing questions for discussion and identifying detailed actions in response

But before then Carwyn will explain a little bit more about how we formed the SWOT analysis.

**CaM-** With the issues, comments and people's perception of Snowdon identified from the drop in sessions, we then needed the evidence to back these claims up – So for the last two months' evidence has been gathered to back up the issues raised during the consultation meetings and gain a clear picture of 'What Snowdon Looks Like Now'. This phase was also a means of Identifying any knowledge gaps and thus to ensure that we can address them where necessary in future. Where possible, information which was specific to Snowdon was used (Visitor Survey for example), otherwise less specific but still relevant data was gathered for example information on Snowdonia, Gwynedd or Wales as a whole (National trend data is also broadly relevant as it gives an indication to changes in market performance). We weren't able to discuss all facts in detail within the two-hour workshop but they have been sent out and three examples were given. Attendees were told that they would have an opportunity later on to add, remove or comment of these

- 91% of those surveyed on Snowdon said that they saw little to no **litter** – volunteer wardens spent over 1,300 hours collecting around 350 bags of litter during 2016, Huge amount of effort goes in to reducing the amount of litter, but there are still some hotspots such as the summit and half way café, and also popular lunch spots such as near the lakes.
- 72% of **sheep worrying** incidents were caused due to the dog not being on a lead.
- 136 **renewable energy** developments were granted planning permission between 2014-15, of which, 63 were hydro power developments.

The information gathered allowed us to create a clear and visual SWOT analysis of the issues on or relating to Snowdon which I've placed on your table so feel free to have a look through these. Helen will talk a bit more about that.

**HP** - Explained what a SWOT analysis is and why it's a useful and visual technique for understanding Strengths and Weaknesses, and for identifying Opportunities and the Threats.

- **Strengths** – are the elements that are being done well, or better than other places, unique selling points e.g. visitor experience ratings are high, Hafod Eryri being an iconic building

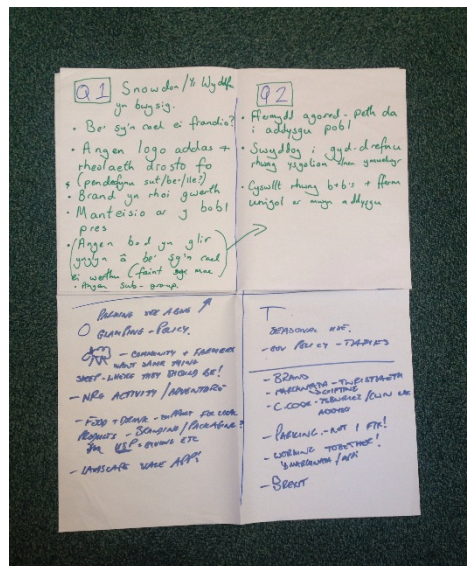


- **Weaknesses** – are the elements that could be improved, the things that aren't being done so well and the things that are potentially holding us back from providing world class infrastructure and services e.g. the capacity at Pen Y Pass, Toilet facilities, inability to pay with card at car parking machines
- **Opportunities** – such as a wide range of attractions in the nearby area and influencing behaviour through information provision which could be beneficial in the future
- **Threats** – are the obstacles that we face, for example increased pressure on facilities and infrastructure and a shrinking market for serviced accommodation.

**HP** – Emphasised the need to concentrate on the future, remain realistic and focus on the elements that we are and will be able to do something about. A copy of the SWOT analysis was provided to each group and attendees were asked to make comments on, add to and amend them as necessary.



Attendees worked in smaller groups to carry out the tasks and the comments and ideas were recorded on large sheets of paper on each table (below)



**Task 1: Opportunity to add to the SWOT analysis sheets on the walls/table**

**GW** – Briefly explained the logistics and purpose of the first task;

- Attendees were asked whether they agree with the SWOT analysis and whether there any other major elements that they think have been missed?
- Each group was given 10 minutes to write ideas on the sheets provided that they think had been missed out
- Groups were then given 5 minutes to highlight the elements that they most agree with
- One person from each group then shared their groups ideas with the rest of those present. These ideas were then added to the original SWOT analysis and the results are in the table below. Those highlighted in green are the elements that both groups felt that they most agreed with.

<i>Where we are now</i>		
	<b>POSITIVE</b>	<b>NEGATIVE</b>
<b>INTERNAL</b>	<p><b>Strengths</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iconic brand</li> <li>• Huge ongoing effort to reduce litter</li> <li>• Volunteer warden team – litter and educating</li> <li>• Well implemented hydro schemes bring value to the area</li> <li>• Communications and support for landowners and community by SNPA warden team</li> <li>• Grants and technical advice provided by SNPA for landowners</li> <li>• Tourism/service sector and agri./fishing/forestry are major employment sectors</li> <li>• Tourism brings £470m to Park area annually</li> <li>• The Landscape (and its importance in creating a ‘brand’)</li> <li>• Visitor Giving Pilot Scheme</li> </ul>	<p><b>Weaknesses</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Litter still a problem at hot-spots e.g. summit area</li> <li>• Reduced public sector funding resulting in reduced service e.g. emptying of bins/litter collection</li> <li>• Ability to deploy countryside code messages/education locally</li> <li>• Badly implemented hydros</li> <li>• Sheep worrying an even bigger problem than in other areas</li> <li>• Pooling resources to tackle issues</li> <li>• Way marking on footpaths</li> <li>• Using the Welsh names of places / paths to keep strong cultural heritage</li> <li>• Parking and Sherpa service – location, timing and consent</li> <li>• Impact that huge numbers of visitors have on the landscape</li> <li>• Lack of working together</li> <li>• Need for improved management of organised events – important that the community benefit</li> <li>• Businesses investing away from the area</li> </ul>

	Opportunities	Threats
<b>EXTERNAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Benefits of diversification for smaller/upland farmers</li> <li>• Local branding to add value to products</li> <li>• Educating visitors to the area could be the catalyst for wider change</li> <li>• Biodegradable packaging</li> <li>• Well implemented hydros/community hydro schemes can bring huge benefits locally and contribute to reducing carbon emissions</li> <li>• ‘Glamping’</li> <li>• Carefully considered developments could result in more people coming to the area</li> <li>• Use of information boards in car parks to relay information</li> <li>• Support for local products – Branding / packaging /USP / Advice</li> <li>• Mobile phone apps to relay information</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lack of education/awareness/respect for countryside code a National issue</li> <li>• Lack of national educating re littering</li> <li>• Badly implemented hydros can have an impact on landscape and environment</li> <li>• Area very accessible form major urban areas</li> <li>• Area has lower % of full time jobs than national average</li> <li>• Seasonal use</li> <li>• Government policy</li> <li>• Not ‘one fix’ to parking issues – very complex</li> <li>• Brexit</li> <li>• Lack of mobile signal</li> <li>• Closing of public toilets</li> <li>• Lack of people who want to work</li> <li>• Large businesses benefitting from the popularity of the area</li> <li>• Lack of consistency / correct information across all media</li> </ul>

### Task 2: Group to choose/vote on 4 of the questions to discuss in detail

**GW**– Asked the group to collectively decide on 4 questions and to come up with a list of actions for each question. Each group reported back at the end of the task and the questions chosen and the list of actions suggested are listed below:

#### Question 1:

Do you think that **developing a brand is important**? How can we develop the brand?

- Yes, developing a brand is important - what exactly is being branded? Uplands,
- Need a suitable logo and appropriate management of the brand – where can it be used, how is it used, who can use it, needs to be protected etc.
- Sub groups to lead on its development – consultation etc.

#### Question 2:

How can we move forward with making sure there’s **affordable, locally sourced produce available**?  
What are people’s thoughts on ‘Open Farms’ to educate visitors?

- Needs a strong brand (link to the first question)
- Open farms are a good tool for educating public
- Potential job opportunity / officer role to bridge between farms and schools / visitors

- Better communication between businesses (such as accommodation providers) and local farms to get the information to visitors

**Question 3:**

Can we make more use of volunteers and/or Partnership working to address issues re littering/sheep worrying etc.?

- Always need more volunteers, how about community volunteers to keep villages tidy / help out visitors?
- Could incorporate volunteering in school to teach them about the countryside code
- Need a co-ordinator to lead the organisation

**Question 4:**

Can we help support more full time jobs in the area? If so how?

- Increase the visitor 'season'
- Advertise the support / grants available better
- Quality infrastructure – shops, accommodation, parking etc.

**GW** – Thanked everyone for their valuable input. Attendees were informed that a summary report will be sent out shortly.

## Next Steps

The Partnership will now identify lead organisations to deliver on the projects and actions. This will all be incorporated into the draft Partnership Plan which will be consulted on early next year. There will also be a seminar to discuss the draft Partnership Plan approximately January 2017.