



El conseller Huguet avança a Prada el projecte *Icones Turístiques de Catalunya*, i alerta que en turisme **“la marca blanca no té futur, la identitat, sí”**

- En el marc de la jornada *“Identitat i Turisme”* que ha presidit avui a Prada dins la Universitat Catalana d'Estiu (UCE), el conseller Huguet ha reiterat l'aposta del Departament per estructurar l'oferta turística a través de la posada en valor de la identitat i ha avançat els continguts del projecte *Icones Turístiques de Catalunya*, que es presentarà amb un Catàleg el proper mes de setembre.
- El projecte *Icones Turístiques de Catalunya* recull i identifica més d'un centenar dels signes i manifestacions més significatius de la identitat visual de Catalunya, des del punt de vista turístic. Per a la seva elaboració s'ha comptat amb la col·laboració d'una Comissió d'Institucions i Experts integrada per l'Institut d'Estudis Catalans, el Museu Nacional d'Art de Catalunya i el Foment de les Arts i del Disseny (FAD).

Dimecres, 18 d'agost de 2010.— En el marc de la jornada *“Identitat i Turisme”* que ha presidit avui a Prada dins la Universitat Catalana d'Estiu (UCE), el conseller d'innovació, Universitats i Empresa, Josep Huguet, ha reiterat l'aposta del Departament per estructurar l'oferta turística a través de la posada en valor de la identitat i ha avançat els continguts del projecte *Icones Turístiques de Catalunya*, que es presentarà amb un Catàleg el proper mes de setembre. Segons el conseller Huguet, en l'àmbit del turisme, **“la marca no té futur, en canvi, la identitat, sí. Sense identitat no es pot vendre res”**.

El projecte *Icones Turístiques de Catalunya* recull i identifica els signes o manifestacions més significatius de la identitat visual de Catalunya des del punt de vista turístic. Per a la seva elaboració s'ha comptat amb la col·laboració d'una Comissió d'Institucions i Experts integrada per l'Institut d'Estudis Catalans, el Museu Nacional d'Art de Catalunya i el Foment de les Arts i del Disseny (FAD) a més de la Direcció General de Turisme, l'Agència Catalana de Turisme i Artesania Catalunya.

Aquest projecte s'emmarca en el Pla Estratègic de Turisme 2005-2010, que preveu —en el programa 3— la identificació i potenciació dels trets diferencials de l'oferta turística, i l'elaboració d'un Catàleg d'Icones, que identifiqui Catalunya des de la perspectiva turística. Aquesta previsió s'ha materialitzat en aquest projecte, que es



■ Comunicat de premsa ■

plasmarà en un Catàleg d'Icones Turístiques, que es presentarà el proper mes de setembre.

En aquest sentit, el conseller ha destacat la feina de país de representa aquesta iniciativa. **“Amb aquesta feina al voltant de les icones, deixem una feina de país, planificada, de 10 o 15 anys vista”**, ha assenyalat. Així mateix, el conseller Huguet ha apuntat que **“en els dos anys que hem estat elaborant aquest projecte, hem detectat que hi ha aspectes de Catalunya poc explotats turísticament, com el romànic”**.

L'estudi d'Icones de Catalunya defineix les referències i elements del patrimoni tangible i intangible de Catalunya, que es consideren icones representatives, segons la seva capacitat d'expressió simbòlica, sempre des de la perspectiva turística.

Les icones turístiques es classifiquen segons la seva naturalesa i segons l'àmbit temàtic de referència. Pel que fa a la classificació segons la seva naturalesa, hi ha icones tangibles (naturals o humanitzades), intangibles (vinculades a la tradició o contemporànies) i personatges (referents a personatges històrics, contemporanis o de ficció). Segons l'àmbit temàtic, el projecte classifica les icones en àmbits relacionats amb la cultura, arts i ciència; natura i territori; esports i esdeveniments.

Durant la presentació, el conseller Huguet ha avançat exemples del centenar d'icones que integren aquest projecte: des de la nova cançó, fins al correfoc, passant pel patrimoni romànic com el Pantocràtor de Taüll, la típica figura del Caganer, la Sagrada Família, el Canigó o el conegut quadre del pintor Casas i Pere Romeu en un tàndem.

El projecte assenyala que les icones s'associen a una sèrie de valors que cal transmetre als públics objectiu dels mercats emissors com són: la identitat/origen, autenticitat/singularitat, cultura/patrimoni, tradició, Mediterraneïtat/cruïlla de cultures, qualitat, modernitat/innovació, contemporaneïtat, universalitat, i genialitat, entre d'altres. Van adreçades a turistes i visitants, tant autòctons com forans; a la ciutadania, en general, i a les institucions i empreses destinatàries de regals institucionals.

Aquestes icones es materialitzaran en diverses expressions tangibles, com línies de marxandatge de suport a la promoció turística, *souvenirs*, regals institucionals, artesanian (com les *Empremtes de Catalunya*), material per a publicacions, guies, webs i fulleteria, i qualsevol article o producte que pugui ser d'interès per al consumidor.

Altres iniciatives: el Pla i Catàleg de Recursos Intangibles

Així mateix, el conseller Huguet ha recordat que el Departament treballa en altres accions que giren al voltant del turisme de la identitat. Segons el conseller, **“el patrimoni intangible d'un país constitueix el pòsit que s'ha anat configurant en forma de cosmovisions històriques i culturals, i en les formes de vida de les**



■ Comunicat de premsa ■

comunitats que traspuen els seus paisatges, arquitectura, urbanisme, gastronomia o l'art i ha afegit que ***“aquests elements són cabdals per al turisme, ja que els nous models turístics es basen en la vivència del visitant i en l'experimentació d'emocions i sensacions”***.

El conseller ha assenyalat que ***“en els darrers 3 anys hem impulsat diferents accions per concretar la directriu, que preveu el Pla Estratègic de Turisme de Catalunya”*** de prioritzar la identificació i potenciació dels trets diferencials de l'oferta turística. Una d'aquestes accions és el **Pla i el Catàleg de Recursos Turístics Intangibles de Catalunya**, presentat a finals de juny. Aquest Pla presenta per primera vegada una llista ordenada i categoritzada dels recursos turístics intangibles de Catalunya (des del món dels dinosaures fins el llegat romà, passant per la bruixeria i el bandolerisme, fins als intangibles del present...) i desplega un pla d'actuacions prioritàries de cada àmbit temàtic.

El pla —que representa la posada en valor dels recursos turístics intangibles de Catalunya, basat en els episodis, indrets, personatges, mites, llegendes i tradicions, vinculats a la història de Catalunya— defineix i prioritza un total de 191 actuacions arreu de Catalunya, i identifica 1.763 recursos turístics intangibles.

Des de la presentació del pla s'han signat arreu del territori, un total de 18 convenis de col·laboració amb municipis d'arreu de la geografia catalana per a la posada en valor dels seus recursos turístics intangibles. S'han subscrit convenis a diversos municipis de les comarques gironines, de Tarragona, i de l'Alt Pirineu i Aran, i en els propers dies, es previst signar altres convenis per a la posada en valor dels recursos intangibles amb Empúries, La Garrotxa i Roses.