



Catalunya posa en marxa un model innovador de promoció turística i incrementa un 15% el pressupost promocional per al 2010

- L'Agència Catalana de Turisme (ACT) compta amb 24,6 milions d'euros d'aportació públic-privada per desenvolupar accions de promoció i comercialització amb l'objectiu ambiciós, segons el conseller Huguet, de doblar aquest pressupost al 2015.
- El Consell de Direcció constituït avui ha aprovat més de 200 accions de promoció pel 2010, apostant pels mercats de proximitat com és el Francès i actuacions com el Buy Catalunya -macrojornada comercial entre turoperadors internacionals i empreses turístiques catalanes-.
- Huguet, en qualitat de president de l'Agència, que "l'ACT suposa la modernització de la promoció, una experiència que a nivell de ciutats és relativament habitual, però menys freqüent en regions o estats federals".
- La presentació oficial de l'Agència ha tingut lloc aquest matí al Teatre Nacional de Catalunya davant la presència de 300 empresaris i representants del sector turístic.

Divendres, 29 de gener de 2010.- El Conseller d'Innovació, Universitats i Empresa, Josep Huguet, ha presidit avui la constitució del Consell de Direcció de l'Agència Catalana de Turisme (ACT). El nou organisme de promoció, que substitueix el consorci Turisme de Catalunya, està format per la Generalitat de Catalunya; el Consell General de Cambres de Comerç de Catalunya, en representació del sector privat; i per part dels ens locals i el territori, el consorci Turisme de Barcelona i els Patronats de Turisme de les 4 Diputacions: Barcelona, Girona, Tarragona i Lleida.

L'Agència s'ha constituït amb un pressupost de 24,6 milions d'euros i suposa ***"un abans i un després en la promoció turística del país"***, segons el conseller



■ Comunicat de premsa ■

Huguet. Els principis de la cogestió i el cofinançament per part dels agents públics i privats ***“és un model que a nivell de ciutats és relativament habitual, però és menys freqüent en regions o estats federals”***.

Els recursos econòmics de l'Agència per aquest 2010 es basen en les aportacions del Departament d'Innovació, Universitats i Empresa (19,7 milions d'euros), les entitats territorials i el Consell de Cambres (900 mil euros) i altres aportacions i ingressos propis (4 milions d'euros). Aquests 24,6 M€ representen un increment del 15% respecte el pressupost destinat a promoció en 2009. L'Agència s'ha marcat com a objectiu ambiciós doblar al 2015 el pressupost actual. El conseller s'ha mostrat confiat que ***“el sector privat anirà augmentant les seves aportacions a mesura que l'Agència vagi consolidant la seva activitat i, d'altra banda, l'ACT sigui autogeneradora de recursos”***

L'ACT està enfocada a ***“l'obtenció de resultats, a donar resposta a les necessitats del sector, un organisme professionalitzat i més eficient en la promoció que ens permeti continuar sent una destinació líder i a abordar amb tranquil·litat la sortida de la crisi”***. En aquest sentit, l'ACT donarà suport a la comercialització, a la venda del producte turístic i també a l'autogeneració de recursos que podran reinvertir-se per augmentar la promoció. Com a exemple, el conseller ha esmentat el marxandatge i la venda de productes de qualitat distintius de Catalunya a la xarxa de CAT's.

L'Agència Catalana de Turisme, impulsada pel Departament d'Innovació, Universitats i Empresa, neix com a instrument de promoció d'un sector que suposa el 12% del Producte Interior Brut (PIB) i el 12% de l'ocupació total a Catalunya (372 mil treballadors, segons dades del 3er trimestre de l'EPA), cosa que ens situa com a primera Comunitat Autònoma en nombre d'ocupats vinculats al sector turístic.

Pla d'Accions 2010: Any de França

El Consell de Direcció celebrat avui ha aprovat un primer Pla d'Accions per al 2010, que d'inici compta amb 215 accions promocionals ja definides i programades a les quals s'aniran incorporant d'altres durant l'any fins superar les 300.

Entre aquestes accions destaca la celebració, el 21 de maig, del Buy Catalunya, una jornada de comercialització en la qual participaran més de 200 empreses turístiques catalanes que podran vendre i promoure els seus productes i destinacions entre uns 150 turoperadors d'Europa i Estats Units.

El Pla d'Accions posa l'accent en els mercats de proximitat –França i Espanya-. Per al mercat francès, l'ACT treballarà un pla específic de promoció amb Midi-Pyrénées, Rhône-Alpes, Llenguadoc-Rosselló i actuacions a la zona de París. Pel



■ **Comunicat de premsa** ■

que fa a Espanya, han planificat accions a Madrid, Galícia, País Basc, Balears i Canàries.

El Consell de Direcció

Per formar part del Consell de Direcció, màxim òrgan de govern de l'ACT, és necessària una aportació econòmica atenent els criteris bàsics de responsabilitat dels seus membres en la codecisió i cofinançament.

Són membres:

- Josep Huguet, President
- Joan C. Vilalta, Vicepresident
- Ignasi de Delàs, Director

- Jaume Font, subdirector general de Programació Turística
- Patrick Torrent, subdirector de l'ACT
- Dolors Batallé, directora del Patronat de Turisme Costa Brava-Girona
- Octavi Bono, director del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona
- Angel Vidal, director del Patronat de Turisme Terres de Lleida
- Carles Ruiz, delegat de Turisme de la Diputació de Barcelona
- Joan Gaspart, president del Consorci Turisme de Barcelona

- Enric Dotras, vicepresident de la Cambra de Comerç de Girona
- Josep Martí Seró, vicepresident de la Cambra de Comerç de Tarragona
- Joan Molas, president de la Conf. Empr. Hostaleria i Restauració de Catalunya
- Francisco Carnerero, president d'ACAV
- Jaume Genover, president de la Federació de Càmpings de Catalunya