



---

# Turisme de Catalunya organitza una macro-jornada de comercialització amb una cinquantena de turoperadors per vendre els Pirineus

**Aquesta trobada a la Val d'Aran compta amb la participació d'una setantena d'empresaris catalans que tindran l'oportunitat d'establir contactes amb operadors turístics de Bèlgica, França i Espanya en un sol dia.**

Divendres, 6 d'octubre de 2006— El parador de Vielha acull avui el Workshop Pirineus, una de les accions més importants que aquest any contempla el Pla de Promoció dels Pirineus, acordat per la Generalitat de Catalunya, el Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida, el Patronat de Turisme Costa Brava Girona i el Conselh Generau d'Aran.

Prop de 70 empresaris catalans del sector turístic dels Pirineus s'entrevisten al llarg del dia amb una cinquantena de turoperadors procedents dels mercats belga, francès i espanyol. L'objectiu principal d'aquesta trobada professional és motivar la programació de la zona pirinenca als catàlegs d'operadors i agents de viatges i que aquells que ja la programen amplii'n l'oferta.

Prèvia a la jornada de treball, Turisme de Catalunya va organitzar ahir una sessió de formació dirigida als empresaris catalans sobre com fer rendible la seva presència en una jornada de comercialització.

Pel que fa als operadors, també ahir, van participar en uns viatges de familiarització per tal que coneguessin de primera mà part de l'oferta diversa del territori. En aquesta ocasió, els productes que van centrar els viatges de prospecció van ser la cultura, el wellness, el turisme actiu i l'esportiu.

## **Pla Pirineus**

La marca Pirineus, creada el 2003, està formada per les següents comarques: l'Alt Empordà, l'Alta Ribagorça, l'Alt Urgell, el Berguedà, la Cerdanya, la Garrotxa, el Pallars Jussà, el Pallars Sobirà, el Ripollès, el Solsonès i la Val d'Aran.

El conveni Pirineus pretén consolidar aquesta marca i el model turístic que representa, posant en valor els recursos turístics de les comarques que en formen part i destacant la diversitat de l'oferta i la seva capacitat per desestacionalitzar la demanda. Els principals reptes de la marca són aconseguir que s'identifiqui amb un producte de qualitat i amb un desenvolupament turístic sostenible, i reforçar els



■ **Comunicat** de premsa ■

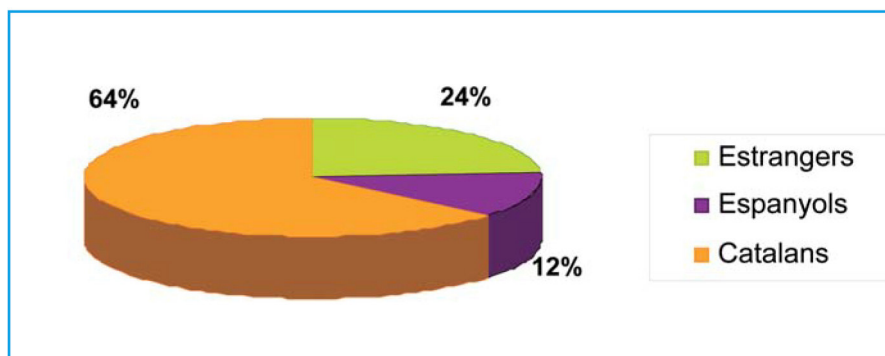
Pirineus davant d'altres destins competidors, oferint una imatge de marca amb personalitat, d'un territori ric i de paisatge únic, i d'una oferta variada.

A més de workshops i viatges de familiarització com aquests que s'han dut a terme a la Val d'Aran, dintre del conveni també es desenvolupen d'altres accions promocionals de la marca Pirineus com ara presentacions, participació a fires, campanyes de publicitat en premsa especialitzada i divulgació de la web Pirineus.

### **El turisme dels Pirineus en xifres**

Segons dades de la Direcció General de Turisme i l'Institut d'Estadística de Catalunya, durant l'any 2005, més d'1,7 milions de turistes van visitar els Pirineus. Els catalans conformen el 64% del total, amb poc més d'un milió de turistes. Pel que fa al mercat estranger, els Pirineus van rebre 413.000 turistes, xifra que suposa el 24% del total. En tercer lloc se situa el mercat emissor de la resta de l'Estat espanyol, que, amb poc més de 200.000 turistes suposa una quota del 12% del turisme total que reben els Pirineus catalans.

**Origen dels turistes rebuts pels Pirineus en el 2005**



Font: Direcció general de Turisme i Institut d'Estadística de Catalunya, a partir de les dades de Frontur de l'IET 2005