
Turisme de Catalunya organitza una macro-jornada de comercialització per promoure la marca Pirineus entre professionals del mercat espanyol

Una vuitantena d'empresaris catalans que ofereixen turisme de neu, allotjament i activitats d'aventura vendran aquest dimecres a la Cerdanya els seus productes a turoperadors i organitzadors d'esdeveniments esportius.

Dilluns, 19 de setembre de 2005— Del 20 al 22 de setembre, Turisme de Catalunya organitza a la localitat de Fontanals de Cerdanya (la Cerdanya), una macro-jornada professional amb l'objectiu de promoure la marca Pirineus entre turoperadors i organitzadors d'esdeveniments esportius procedents del mercat 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. La primera jornada de treball consistirà en la celebració d'un workshop on 30 turoperadors i organitzadors d'esdeveniments s'entrevistaran amb una vuitantena d'empresaris turístics catalans que ofereixen activitats d'aventura, allotjament, paquets i productes relacionats amb el turisme de neu.

A més del workshop, Turisme de Catalunya organitza una exposició amb l'oferta de les comarques que formen part de la marca Pirineus i un viatge de familiarització per tal que els operadors coneguin de primera mà una part de l'oferta diversa del territori.

Aquesta acció forma part del pla de promoció inclòs en el conveni Pirineus, signat el passat mes de maig pels departaments de Comerç, Turisme i Consum i el de Política Territorial i Obres Públiques de la Generalitat catalana, els patronats de Turisme de les diputacions de Lleida i Girona, i el Conselh Generau d'Aran.

Pla Pirineus

La marca Pirineus, creada el 2003, integra el territori que va des del Cap de Creus fins a la Val d'Aran, i està format 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 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 es duran a terme a partir de demà a la Cerdanya, dintre del conveni també es desenvolupen d'altres accions promocionals de la marca Pirineus com ara presentacions, campanyes de publicitat en premsa especialitzada i divulgació de la web Pirineus.

Jornades Inverses Pirineos

D'altra banda, dins del pla conjunt de diferents comunitats autònomes per a la promoció turística dels Pirineos per aquest 2005, van tenir lloc del 15 al 18 de setembre a Catalunya unes Jornades Inverses de Comercialització de turisme actiu, rural i de natura dirigides al mercat italià. Al workshop van participar cinc turoperadors procedents de Roma, Venècia i Milà que van mantenir entrevistes amb empresaris de les tres comunitats autònomes que formen part del programa Pirineos: Catalunya, Navarra i Aragó. La presència catalana es va concretar en la participació de 14 empresaris catalans.

A més del workshop, els professionals italians van recórrer el Solsonès, l'Alt Urgell, el Pallars Sobirà, el Pallars Jussà i l'Alta Ribagorça. Ràfting, visites culturals i una ruta en 4x4 pel Parc Nacional d'Aigüestortes van ser algunes de les activitats del fam trip pel Pirineu català.