

Cataluña pone en marcha un innovador modelo de promoción turística e incrementa un 15% el presupuesto promocional para el 2010

- **La Agència Catalana de Turisme (ACT) cuenta con 24,6 millones de euros de aportación público-privada para desarrollar acciones de promoción y comercialización con el ambicioso objetivo, según el conseller Huguet, de doblar este presupuesto en el 2015.**
- **El Consejo de Dirección de la ACT ha aprobado más de 200 acciones promocionales para el 2010, apostando por mercados de proximidad como el francés y actuaciones como el Buy Catalunya -macrojornada comercial entre turoperadores internacionales y empresas turísticas catalanas.**
- **Huguet, en calidad de presidente de la Agència, ha afirmado que “la ACT supone la modernización de la promoción, una experiencia que a nivel de ciudades es relativamente habitual, pero menos frecuente en regiones o estados federales.**
- **La presentación oficial de la Agència tuvo lugar el viernes pasado en el Teatro Nacional de Cataluña, donde asistieron 300 empresarios y representantes del sector turístico.**

Lunes, 1 de febrero de 2010.- El conseller de Innovación, Universidades y Empresa de la Generalitat de Catalunya, Josep Huguet, presidió el pasado viernes, 29 de Enero, la constitución del Consejo de Dirección de la Agència Catalana de Turisme (ACT). El nuevo organismo de promoción, que sustituye al consorcio Turisme de Catalunya, está formado por la Generalitat de Catalunya, el Consell de Cambres de Comerç de Catalunya, en representación del sector privado, y por parte de los entes locales y el territorio, el consorcio Turisme de Barcelona y los Patronatos de Turismo de las 4 Diputaciones catalanas: Barcelona, Girona, Tarragona y Lleida.



■ Comunicado de prensa ■

La Agència se ha constituido con un presupuesto de 24,6 millones de euros y supone **“un antes y un después en la promoción turística del país”**, según el conseller Josep Huguet. Los principios de la cogestión y el cofinanciamiento por parte de los agentes públicos y privados **“es un modelo que a nivel de ciudades es relativamente habitual, pero es menos frecuente en regiones o estados federales”**.

Los recursos económicos de la Agència para este 2010 se basan en las aportaciones del Departamento de Innovación, Universidades y Empresa del gobierno catalán (19,7 millones de euros), las entidades territoriales y el Consell de Cambres (900 mil euros), y otras aportaciones e ingresos propios (4 millones de euros). Estos 24,6 M€ representan un incremento del 15% respecto al presupuesto destinado a la promoción en el 2009. La Agència se ha marcado como objetivo ambicioso doblar en el año 2015 el presupuesto actual. El conseller expresó su confianza en que **“el sector privado irá incrementando sus aportaciones a medida que la Agència vaya consolidando su actividad y, además, sea autogeneradora de recursos”**.

La ACT está enfocada a **“obtener resultados, dar respuesta a las necesidades del sector, y configurarse como un organismo profesionalizado y más eficiente en la promoción, que nos permita continuar siendo un destino líder y abordar con tranquilidad la salida de la crisis”**. En este sentido, la ACT dará su apoyo a la comercialización, a la venta de producto turístico y también a la autogeneración de recursos que podrán reinvertirse para incrementar la promoción. Como ejemplo, Huguet ha citado el *merchandising* y la venta de productos de calidad distintivos de Cataluña que actualmente se pueden encontrar en la red catalana de Centros de Acogida Turística.

La Agència Catalana de Turisme, impulsada por el Departamento de Innovación, Universidades y Empresa de la Generalitat, nace como instrumento de promoción de un sector, el turístico, que supone el 12% del Producto Interior Bruto (PIB) y el 12% de la ocupación total en Cataluña (372 mil trabajadores, según datos del 3º trimestre de la EPA). Estas cifras sitúan a Cataluña como la primera Comunidad Autónoma en número de ocupados vinculados al sector turístico.

Plan de Acciones 2010: Año de Francia

En su primera reunión, celebrada el pasado viernes, el Consejo de Dirección aprobó un primer Plan de Acciones para el 2010, que en un principio incluye 215 acciones promocionales ya definidas y programadas, a las cuales se irán incorporando otras durante el año 2010 hasta superar las 300.



■ Comunicado de prensa ■

Entre las acciones programadas, destaca la celebración, el 21 de mayo, del Buy Catalunya, una jornada de comercialización en la cual participarán más de 200 empresas turísticas catalanas que podrán vender y promover sus productos y destinos entre unos 150 turoperadores de Europa y Estados Unidos.

Este Plan de Acciones pone el acento en los mercados de proximidad –Francia y España-. Para el mercado francés, la ACT realizará un plan específico de promoción con actividades en las regiones de Midi-Pyrénées, Rhône-Alpes, Languedoc-Rosselló y actuaciones en la zona de París. En cuanto a España, se han planificado acciones en Madrid, Galicia, País Vasco, Baleares y Canarias.

El Consejo de Dirección

Para formar parte del Consejo de Dirección, máximo órgano de gobierno de la ACT, se precisa una aportación económica, ateniendo a los criterios básicos de responsabilidad de sus miembros en la codecisión y cofinanciamiento.

Son miembros:

- Josep Huguet, Presidente
- Joan C. Vilalta, Vicepresidente
- Ignasi de Delàs, Director

- Jaume Font, subdirector general de Programación Turística
- Patrick Torrent, subdirector de la ACT
- Dolors Batallé, directora del Patronato de Turismo Costa Brava-Girona
- Octavi Bono, director del Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona
- Angel Vidal, director del Patronato de Turismo Terres de Lleida
- Carles Ruiz, delegado de Turismo de la Diputación de Barcelona
- Joan Gaspart, presidente del consorcio Turisme de Barcelona
- Enric Dotras, vicepresidente de la Cámara de Comercio de Girona
- Josep Martí Seró, vicepresidente de la Cámara de Comercio de Tarragona
- Joan Molas, presidente de la Conf. Empresarial de Hostelería y Restauración de Cataluña
- Francisco Carnerero, presidente de Asociación Catalana de Agencias de Viaje (ACAV)
- Jaume Genover, presidente de la Federación de Cámpings de Cataluña