



Turisme de Catalunya **memòria 2009**



Memòria 2009

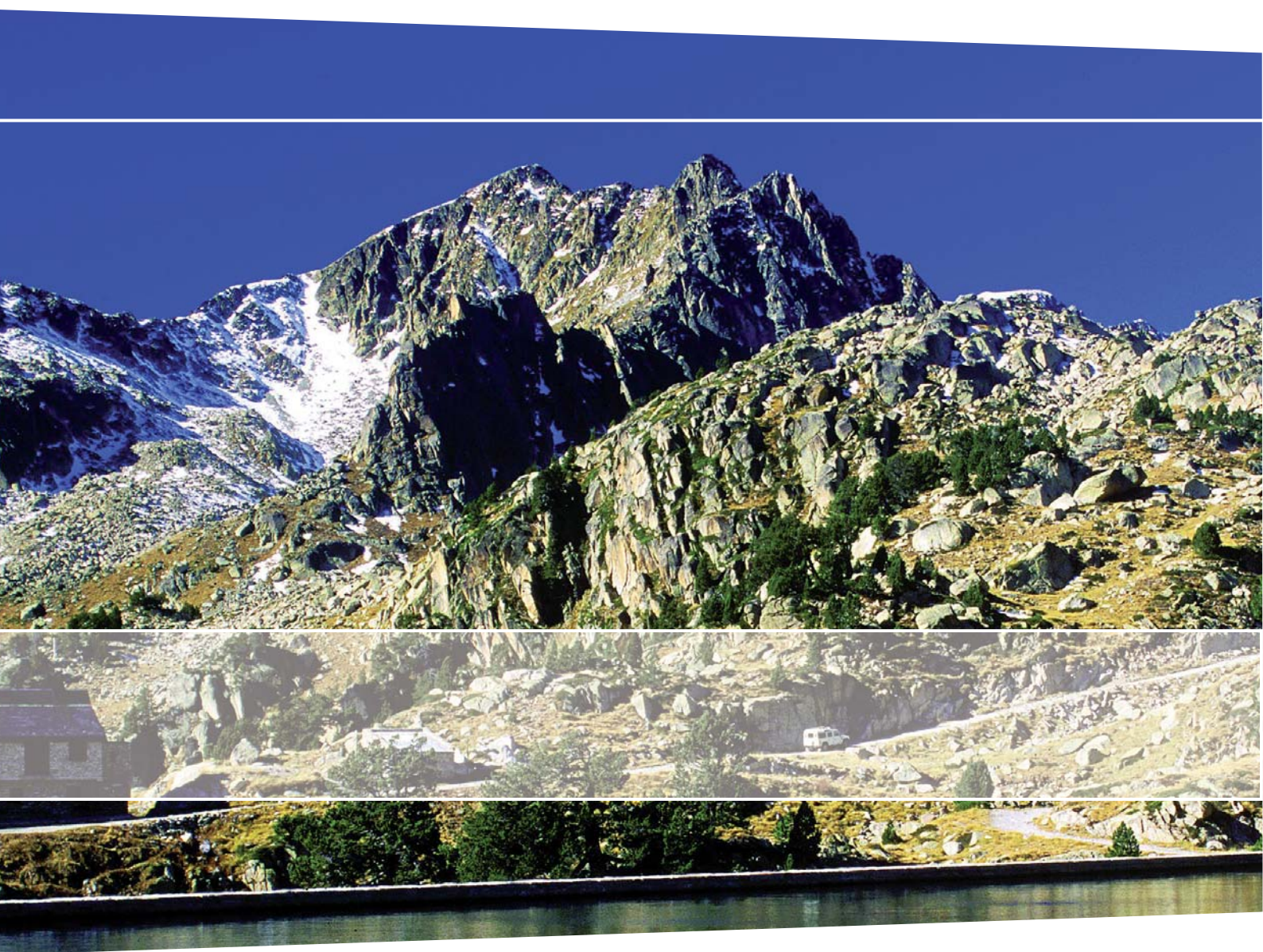
Turisme de **Catalunya**

Índex

Presentació	4
Òrgans de Govern	6
Consell General	6
Comitè Executiu.....	7
Accions de promoció	8
Fires.....	9
Jornades de comercialització	11
Presentacions	12
Catalunya al sud de França.....	13
Viatges de premsa i familiarització	14
Centenari de la Costa Brava	16
Centres de Promoció Turística	20
Jornades dels Mercats Emissors.....	25
Ubicació dels Centres de Promoció Turística	26
Beques Turisme de Catalunya	27
Accions de màrqueting i comunicació	28
Campanyes de publicitat	29
Innovació i serveis d'informació.....	31
Premsa i comunicació	32
Premis de Promoció Turística	34
Guardons de Turisme de Catalunya 2009.....	35

Productes turístics, programes i projectes de desenvolupament	36
Turisme Accessible	37
Turisme de Sol i Platja	38
Turisme Cultural	40
Turisme Eno-gastronòmic.....	42
Turisme Esportiu	43
Turisme Actiu-Natura.....	44
Turisme de Golf	45
Turisme de Neu	46
Turisme LGBT	47
Turisme de Reunions.....	48
Turisme de Salut i Benestar-Wellness	49
Pirineus	50
Tercera Assemblea de Clubs de Producte	51
Publicacions específiques de productes turístics	52
Publicacions en col·laboració amb la Direcció General de Turisme	53
Col·laboració institucional.....	54
Convenis, acords de col·laboració i contractes de patrocini	55
Relacions institucionals i projectes estratègics	57
Publicació d'anuncis i convocatòries.....	58
Dades bàsiques de l'entitat i Pressupost 2009	60
Règim jurídic de l'entitat, activitat i fonts de finançament	60
Òrgans de govern	61
Règim comptable	61
Pressupost de l'entitat	61
Annex. Calendari d'accions promocionals 2009	64
Resumen memoria.....	73
Annual report summary.....	97

Presentació





any 2009 ha estat marcat per la crisi econòmica internacional. El sector turístic, com la resta d'activitats, ha patit les conseqüències de la desacceleració econòmica global, però Catalunya com a destinació i les empreses turístiques del país han resistit aquesta conjuntura complexa millor que altres destins i activitats.

Conscients de les dificultats, l'organisme Turisme de Catalunya (futura Agència Catalana de Turisme) ha enfocat la seva acció a donar suport directe al sector prioritzant les accions que atorguen més alta eficiència promocional i més rendibilitat comercial. També hem fet una aposta decidida per posar en el mercat nous productes turístics sense oblidar, però, aquells en els quals estem ben posicionats. És la nostra obligació obrir noves línies d'oferta i nous mercats que complementin els ja existents i consolidin la destinació. Aquesta via és del tot necessària en una destinació madura com la nostra.

La Memòria d'Activitats de Turisme de Catalunya recull en molt bona part aquestes línies de treball. És la materialització en accions concretes que vénen marcades pel Pla Estratègic del Turisme 2005-2010 així com per les necessitats conjunturals fruit de la situació de crisi. Han estat unes 300 accions, que van des de la participació en fires internacionals fins als viatges de familiarització, passant per les accions d'alt contingut comercial com són els *workshops*. Però sempre destacant l'originalitat i identitat en les nostres propostes, allò que ens fa diferents en matèria turística és el nostre avantatge competitiu principal.

Així mateix vull fer esment d'un aspecte sobre el qual hem fet focus el 2009 i que va lligat estretament a la política turística que impulsem: un model de turisme sostenible i responsable que respecta el territori on es desenvolupa l'activitat i permet un desenvolupament integral del país, i tot això, basat en la promoció dels valors propis i distintius de Catalunya.

Per últim, afegir que el futur de la promoció vindrà marcat a Catalunya per la posada en marxa el 2010 de l'Agència Catalana de Turisme. S'obrirà, doncs, un nou paradigma en la promoció del nostre país. Empreses i institucions formarem part d'un mateix organisme responsable de tirar endavant la promoció, entre tots marcarem prioritats, dissenyarem les accions i finançarem l'activitat promocional.



Josep Huguet i Biosca

President del Consell General de Turisme de Catalunya

Conseller d'Innovació, Universitats i Empresa

Òrgans de Govern de Turisme de Catalunya a 31.12.09

Consell General

President

Hble. Sr. Josep Huguet i Biosca

Conseller d'Innovació, Universitats i Empresa

Vicepresident

Sr. Enric Aloy i Bosch

Secretari general d'Innovació, Universitats i Empresa

Vocals

Representants de la Generalitat de Catalunya

Sr. Joan C. Vilalta i Serrano

Director general de Turisme
President del Comitè Executiu del Consorci Turisme de Catalunya

Sr. Ignasi de Delàs i de Ugarte

Director del Consorci Turisme de Catalunya

Sr. Joan Abad i Esteve

Subdirector general d'Ordenació Turística

Sr. Jaume Font i Garolera

Subdirector general de Programació Turística

Sra. Maria Boada i Fernández

Cap del Servei d'Informació, Difusió i Publicacions de la Direcció General de Turisme (DGT)

Sr. Patrick Torrent i Queralt

Subdirector del Consorci Turisme de Catalunya

Sra. Maria Pons i Solà

Directora Unitat Màrqueting del Consorci Turisme de Catalunya

Representants de les entitats i associacions

Sr. Joan Aregio i Navarro

Diputació de Tarragona

Sra. Dolors Batallé i Tremoleda

Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Sr. Octavi Bono i Gispert

Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona

Sr. Josep M. Cama i Massana

Associació de Parcs Aquàtics de Catalunya

Sr. Josep Campeny i Boadas

Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Sr. Albert Canals i Suñé

Federació Empresarial Catalana d'Autotransport de Viatgers

Sr. Francesc Carnerero i Benítez

Associació Catalana d'Agències de Viatges

Sr. Josep Comaposada i Seuba

Associació Turística d'Apartaments Costa Brava – Pirineu de Girona

Sr. Josep Cosconera i Carabassa

Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida

Sr. Pere Duran i Vall-Ilossera

Turisme de Barcelona

Sr. Antoni Escudero i Martínez

Federació d'Hostaleria de les Comarques de Girona

Sr. Joan Gaspart i Solves

Turisme de Barcelona

Sr. Jaume Genover i Roig

Federació Catalana de Càmpings i Ciutats de Vacances

Sr. Josep Graset i Forasté

Associació d'Apartaments Turístics de la Costa Daurada

Sr. Francesc Xavier Mangrané i Roig

Associació Catalana de Ports Esportius i Turístics

Sr. Jordi Martí i Utset

Associació Catalana d'Agències de Viatges

Sr. Joan Molas i Marcelles

Confederació Empresarial d'Hostaleria i Restauració de Catalunya

Sra. Pilar Mundet i Torres

Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Sr. Víctor Muntané i Pavillard

AEDAVE Catalunya

Sr. Xavier Nolla i Varela

Associació Catalana d'Estacions d'Esquí i Activitats de Muntanya

Sr. Juan Antonio Serrano i Iglesias

Consell Generau d'Aran
Federació Provincial d'Hostaleria de Lleida

Sr. Jordi Ten i Figueras

Publintur

Sr. Àngel Vidal i Boldú

Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida

Sr. Francesc Vila i Albet

Diputació de Barcelona

Sr. Enric Vilert i Butchosa

Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Sr. Francesc Vives i Vives

Federació Empresarial d'Hostaleria i Turisme de la Província de Tarragona

Secretària

Sra. Marta Alañà i Negre

Directora Unitat Assessoria Jurídica i Contractació

Reunions del Consell General celebrades durant l'any 2009: 21 de gener i 20 de maig.

Comitè Executiu

Sr. Enric Aloy i Bosch

Secretari general d'Innovació, Universitats i Empresa
Vicepresident del Consell General

President

Sr. Joan C. Vilalta i Serrano

Director general de Turisme

Vocals

Representants de la Generalitat de Catalunya

Sr. Ignasi de Delàs i de Ugarte

Director del Consorci Turisme de Catalunya

Sr. Joan Abad i Esteve

Subdirector general d'Ordenació Turística

Sr. Jaume Font i Garolera

Subdirector general de Programació Turística

Sra. Maria Boada i Fernández

Cap del Servei d'Informació, Difusió i Publicacions
de la Direcció General de Turisme (DGT)

Sr. Patrick Torrent i Queralt

Subdirector del Consorci Turisme de Catalunya

Sra. Maria Pons i Solà

Directora Unitat Màrqueting de Turisme de Catalunya

Representants de les entitats i associacions

Sra. Dolors Batallé i Tremoleda

Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Sr. Octavi Bono i Gispert

Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona

Sr. Francesc Carnerero i Benítez

Associació Catalana d'Agències de Viatges

Sr. Pere Duran i Vall-llossera

Turisme de Barcelona

Sr. Joan Gaspart i Solves

Turisme de Barcelona

Sr. Jaume Genover i Roig

Federació Catalana de Càmpings i Ciutats de Vacances

Sr. Joan Molas i Marcelles

Confederació Empresarial d'Hostaleria i Restauració
de Catalunya

Sr. Àngel Vidal i Boldú

Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida

Sr. Francesc Vila i Albet

Diputació de Barcelona

Secretària

Sra. Marta Alañà i Negre

Directora Unitat Assessoria Jurídica i Contractació

Reunions del Comitè Executiu celebrades durant l'any 2009: 21 de gener, 17 de febrer, 17 de març, 22 d'abril, 20 de maig, 8 de juliol, 6 d'octubre, 3 de novembre i 14 de desembre.

1

Accions de promoció

Durant l'any 2009 Catalunya ha reforçat la seva presència com a marca turística amb una sèrie d'accions dirigides als diferents mercats emissors, tant a l'interior del territori, com a la resta de l'Estat i en un gran nombre de països estrangers.

Les fires, les jornades de comercialització, els viatges de premsa i de familiarització i les presentacions són les principals accions que s'han dut a terme, tot seguint un calendari ple d'actes que han aplegat nombrosos participants, i que s'adreçaven tant als professionals del sector com al gran públic.



Fires

La presència i participació activa a les fires és una de les eines de màrqueting turístic més utilitzada. Fa gairebé trenta anys que Catalunya està i segueix estant present en els salons i fires de turisme més importants d'Europa, on ofereix un ventall de productes diversos i alhora especialitzats, per poder captar tots els tipus de segments presents a la demanda turística europea.

En el territori català, Turisme de Catalunya ha participat en set fires al llarg de l'any 2009, una genèrica i les altres sis especialitzades en producte.

Una d'elles, l'EIBTM, té una important significació pel seu caràcter professional en el producte de negocis. Enguany s'ha consolidat la seva sisena edició a la capital catalana. Des que l'any 2004 va passar a organitzar-se a Barcelona, la fira s'ha anat consolidant any rere any fins al punt que la Ciutat Comtal en serà la seu com a mínim fins a l'any 2013.

En l'edició d'enguany ha rebut més de 3.750 *hosted buyers* (compradors convidats) procedents de tot el món, entre els quals es troben destacats organitzadors de congressos i empreses turístiques dedicades al producte MICE.

En el mercat espanyol també s'aposta per les fires que ofereixen una diferenciació en productes. L'especialització dels certàmens permet la segmentació del públic, i això és bàsic quan es vol aconseguir una incidència més directa. De les vuit fires en què Turisme de Catalunya ha participat aquest any, només dues tenen un caràcter genèric.

Pel que fa a les fires internacionals s'ha mantingut la participació de Catalunya, en la mateixa línia que els anys anteriors. És important destacar la forta presència de la marca Catalunya en les fires turístiques més destacades. Catalunya convida a estar present sota el seu paraigua tant al sector públic com a empreses privades del sector turístic català.



Fira EIBTM, Barcelona.

Fires a Catalunya

Nom de l'acció	Lloc	Dates	
Fòrum Gastronòmic	Girona	21-02-09	25-02-09
Bcn Degusta	Barcelona	06-03-09	09-03-09
SITC	Barcelona	16-04-09	19-04-09
Bike Show Barcelona	Barcelona	13-06-09	14-06-09
Agrotur	Cornellà	06-11-09	08-11-09
Bcn Esquí Show	Barcelona	07-11-09	08-11-09
EIBTM	Barcelona	01-12-09	03-12-09

Fires a Espanya

Nom de l'acció	Lloc	Dates	
Fitur	Madrid	28-01-09	01-02-09
FIO	Monfragüe	27-02-09	01-03-09
Expovacaciones	Bilbao	07-05-09	10-05-09
Thermatalia	Orense	16-10-09	18-10-09
Ski Mountain	València	06-11-09	08-11-09
Esquí Montaña-Naturiva	Madrid	13-11-09	15-11-09
IGTM	Màlaga	16-11-09	19-11-09
Bebés & Mamás	Madrid	28-11-09	29-11-09

Fires a l'estranger

Nom de l'acció	Lloc	Mercat	Dates	
Reiseliv	Oslo	Països Nòrdics	08-01-09	11-01-09
Vakanz	Luxemburg	Benelux	09-01-09	11-01-09
Vakantie Beurs	Utrecht	Benelux	14-01-09	18-01-09
Ferien	Viena	Àustria	15-01-09	18-01-09
Josp Fest	Roma	Itàlia	15-01-09	18-01-09
Matka	Hèlsinki	Països Nòrdics	15-01-09	18-01-09
CMT	Stuttgart	Alemanya	17-01-09	25-01-09
BTL	Lisboa	Portugal	21-01-09	25-01-09
Ferie	Copenhaguen	Països Nòrdics	23-01-09	25-01-09
Holiday World	Dublín	Regne Unit i Irlanda	23-01-09	25-01-09
Fespo	Zuric	Suïssa	29-01-09	01-02-09
Reisen	Hamburg	Alemanya	04-02-09	08-02-09
Destinations	Londres	Regne Unit i Irlanda	05-02-09	08-02-09
Holiday World	Praga	Rússia i Països de l'Est	05-02-09	08-02-09
Salon des Vacances	Brussel·les	Benelux	05-02-09	09-02-09
Baltour	Riga	Rússia i Països de l'Est	06-02-09	08-02-09
Rhein Golf	Colònia	Alemanya	13-02-09	15-02-09
BIT	Milà	Itàlia	19-02-09	22-02-09
Reisecamping Essen	Essen	Alemanya	25-02-09	01-03-09
Utazas	Budapest	Rússia i Països de l'Est	26-02-09	01-03-09
Free	Munic	Alemanya	26-02-09	02-03-09
Mahana - Destinations Toulouse	Tolosa	França	27-02-09	01-03-09
Fiets en Wandelbeurs	Amsterdam	Benelux	28-02-09	01-03-09
Mahana Lyon	Lió	França	06-03-09	08-03-09
ITB	Berlín	Alemanya	11-03-09	15-03-09
MITT	Moscou	Rússia i Països de l'Est	18-03-09	21-03-09
TUR	Göteborg	Països Nòrdics	19-03-09	22-03-09
UITT	Kíev	Rússia i Països de l'Est	25-03-09	27-03-09
GITF	Guangzhou	Xina	26-03-09	29-03-09
Destinations Nature	París	França	27-03-09	29-03-09
The Outdoors Show	Birmingham	Regne Unit i Irlanda	27-03-09	29-03-09
BMT	Nàpols	Itàlia	03-04-09	05-04-09
KITF	Almati	Rússia i Països de l'Est	23-04-09	25-04-09
London Golf Show	Londres	Regne Unit i Irlanda	01-05-09	03-05-09
Arabian Travel Market	Dubai	Emirats Àrabs	05-05-09	08-05-09
Open Italia	Torí	Itàlia	07-05-09	10-05-09
MITF	Moscou	Rússia i Països de l'Est	11-05-09	14-05-09
Golf Expo	Moscou	Rússia i Països de l'Est	15-05-09	16-05-09
Irish Open	Limerick	Regne Unit i Irlanda	16-05-09	19-05-09
IMEX	Frankfurt	Alemanya	26-05-09	28-05-09
City Break	Göteborg	Països Nòrdics	15-06-09	16-06-09
ALTM	Xangai	Xina	15-06-09	18-06-09
Open BMW München	Eichenried	Alemanya	25-06-09	28-06-09
British Open	Escòcia	Regne Unit i Irlanda	16-07-09	19-07-09
British Birdwatching Fair	Rutland	Regne Unit i Irlanda	21-08-09	23-08-09
Das Vogelfestival Ruhr	Ruhr	Alemanya	04-09-09	06-09-09
Tour Natur	Düsseldorf	Alemanya	04-09-09	06-09-09
Jata	Tòquio	Japó	18-09-09	20-09-09
Top Resa	París	França	22-09-09	25-09-09
Leisure	Moscou	Rússia i Països de l'Est	23-09-09	26-09-09
Tour & Travel	Varsòvia	Rússia i Països de l'Est	24-09-09	26-09-09
Omega European Masters	Crans Montana	Suïssa	03-10-09	06-10-09
Ukraine	Kíev	Rússia i Països de l'Est	06-10-09	10-10-09
TTG Incontri	Rimini	Itàlia	16-10-09	18-10-09
Mice	Amsterdam	Benelux	27-10-09	27-10-09
Esquí Ertzog	Moscou	Rússia i Països de l'Est	30-10-09	01-11-09
World Travel Market	Londres	Regne Unit i Irlanda	09-11-09	12-11-09
Touristik & Caravanning	Leipzig	Alemanya	18-11-09	22-11-09
CITM	Kunming	Xina	19-11-09	22-11-09
ILTM	Cannes	França	07-12-09	10-12-09

Jornades de comercialització

Durant el 2009 Turisme de Catalunya ha organitzat nombrosos *workshops*, amb l'objectiu de posar en contacte l'oferta turística catalana amb la demanda, tant estrangera com de la resta de l'Estat. Com en el cas de les fires, aquests *workshops* han tingut un fort component d'especialització. El turisme actiu ha estat un dels protagonistes d'aquestes accions de promoció, amb l'organització de diferents *workshops* directes a Madrid, València, Bilbao i Tolosa (França), que són mercats de proximitat i força atractius, i també a Amsterdam. També s'ha celebrat una jornada de comercialització a Venècia, coincidint amb la Biennale, que va servir per posar punt final a l'Any d'Itàlia iniciat el 2008.

L'any 2009 s'ha continuat apostant pels mercats llunyans que obren noves rutes directes cap a Barcelona. El Canadà i els Estats Units en són un exemple, i per aquest motiu s'han celebrat tres trobades professionals a ciutats de la costa Oest: Los Angeles, Seattle i Vancouver.

Pel que fa als *workshops* organitzats a Catalunya, en els quals els convidats poden gaudir dels diversos viatges de familiarització que se'ls ofereixen, destaquem especialment el que es va fer al mes de maig, una jornada professional multimercat en la qual es van mostrar dos productes, el cultural i el gastronòmic, als més de cinquanta prescriptors. Aquesta acció va generar un total de 850 entrevistes amb el sector català.

En el darrer trimestre, van tenir lloc dos clàssics de les trobades amb els professionals catalans. El *Workshop* Pirineus va aplegar a la Seu d'Urgell més de quaranta operadors turístics del mercat alemany, als quals se'ls va mostrar la diversitat de l'oferta d'aquest territori. L'altra trobada va ser la dels operadors turístics xinesos amb l'oferta catalana, en unes jornades de comercialització que enguany han arribat a la tercera edició.

Workshops

Nom de l'acció	Lloc	Data
Meet the press - Vakantie	Utrecht	13-01-09
Fitur Congressos	Madrid	26-01-09
Mice Antor	Moscú	29-01-09
Suïssa	Ginebra - Lausana - Basilea - Zuric	16-02-09
Jornades Comercialització Argentina-Xile	Buenos Aires - Santiago	15-03-09
TTG Golf	Varese i Pàdua	18-03-09
Jornades comercialització Japó i Taiwan	Tòquio i Taipei	29-03-09
TTG Nord Itàlia	Bolonya - Pàdua - Brescia - Torí	20-04-09
Rússia - TBCn	Moscú - St. Petersburg	20-04-09
TC Golf	PortAventura	28-04-09
TC Midi Pyrénées Turisme Actiu	Tolosa	28-04-09
TC Cultura i Gastronomia	Catalunya	07-05-09
Jornades comercialització Xina	Xangai - Canton - Beijing	18-05-09
TC Venècia - Any d'Itàlia	Venècia	28-05-09
TC Costa Oest	Vancouver - Seattle - Los Angeles	31-05-09
Presentació Barcelona	Göteborg i Estocolm	14-06-09
TC Turisme Actiu - Natura	Madrid - Bilbao - València	16-06-09
Alemanya - Suïssa - TBCn	Frankfurt - Munic - Zuric	23-06-09
Kaliningrad	Kaliningrad	11-09-09
Turisme Cultural Màlaga	Màlaga	17-09-09
TC senderisme i cicloturisme	Wijk aan Zee	22-09-09
TC Golf	Londres - Dublín	28-09-09
Jornades Mercats Emissors	Catalunya	13-10-09
Spa	Moscú	20-10-09
TC Pirineus	Pirineus	30-10-09
Red Table Meeting	Frankfurt - Colònia - Munic	17-11-09
Àustria	Klagenfurt - Graz - Viena - Linz	23-11-09
TTG Gay & Lesbian	Milà - Florència - Roma	23-11-09
TTG Crals	Torí - Milà - Verona	24-11-09
PortAventura	París	26-11-09
TC TT00 xinesos	Girona	10-12-09
Neu Pirineus	Pirineus	11-12-09

Sessió d'un dels *workshops* organitzats per Turisme de Catalunya.



Presentacions

El 2009 es van fer més de 60 presentacions, algunes de les quals han tingut lloc en poblacions com ara Vilafranca del Penedès, Sitges i Ripoll, entre d'altres. A la resta de l'Estat espanyol també s'han fet actes de presentació, principalment a Madrid, així com a Sant Sebastià, Màlaga, Bilbao o València.

Pel que fa a l'estranger, els llocs on Catalunya ha tingut més presència durant el

2009 han estat tan diversos com Nantes, Sardenya, Frankfurt i Munic, i tan llunyans com Kíev, Moscou, Hèlsinki, Abu Dhabi - Dubai i Los Angeles.

Els mercats als quals han anat dirigides les diferents presentacions són també molt diversos.

El mercat català i de la resta de l'Estat és un dels principals, però també cal fer esment dels actes adreçats al mercat xinès, l'africà i el dels països de l'Est, els Emirats Àrabs o els Estats Units, entre d'altres.

Cicle de presentacions al Centre Cultural Blanquerna de Madrid

L'any 2009 ha estat el segon en què s'ha organitzat un cicle de presentacions de nous productes turístics, vinculats bàsicament al turisme cultural i actiu-natura, al Centre Cultural Blanquerna de Madrid.

Els actes s'adrecen tant als operadors turístics, com a la premsa i les agències de viatges.

Presentacions

Nom de l'acció	Mercat	Data
1a Copa Món Discapacitats	Catalunya	17-01-09
Irish Traveltrade News Gala Dinner	Regne Unit i Irlanda	22-01-09
Circuit de Catalunya, a Blanquerna	Espanya	05-02-09
Turisme cultural	Rússia i Països Est	07-02-09
FC Barcelona	França	24-02-09
Debat del Vi	Catalunya	25-02-09
Pirineus	Catalunya	04-03-09
Catalunya a Sardenya	Itàlia	05-03-09
Pirineus	Catalunya	06-03-09
Grup d'incentius Michelin	Xina	09-03-09
Festival Cinema Espanyol a Nantes	França	11-03-09
Petits Grans Hotels, a Blanquerna	Espanya	12-03-09
Vols directes amb Catalunya	Països Nòrdics	27-03-09
Sant Jordi al Value Retail	Espanya	18-04-09
Turisme de Golf	Països Nòrdics	18-04-09
AAVV de VKO	Rússia i Països Est	22-04-09
Spagna Roma	Itàlia	22-04-09
Diada Sant Jordi Trens Elipsos	França - Itàlia	23-04-09
Sant Jordi, a Pl. Capítol, Midi Pyrénées	França	23-04-09
Sant Jordi, a Blanquerna	Espanya	23-04-09
Diputació Tarragona, Midi Pyrénées	França	30-04-09
FC Barcelona	Regne Unit i Irlanda	05-05-09
Diputació Barcelona, Midi Pyrénées	França	08-05-09
Destinacions de Turisme Familiar	Espanya	10-05-09
Els 3 Monts, a Blanquerna	Espanya	14-05-09
Diputació Girona, Midi Pyrénées	França	14-05-09
Dia de la Família	Catalunya	17-05-09
Spagna Milano	Itàlia	18-05-09
Diputació Lleida, Midi Pyrénées	França	21-05-09
Diputació Barcelona, Midi Pyrénées	França	21-05-09
Venècia - Any d'Itàlia	Itàlia	28-05-09
Turisme Familiar, Midi Pyrénées	França	31-05-09

Nom de l'acció	Mercat	Data
Jornades comercials P. Est	Rússia i Països Est	03-06-09
Taste of Spain	Regne Unit i Irlanda	03-06-09
Turisme Accessible, a Blanquerna	Espanya	04-06-09
Destinacions de Turisme Familiar	Espanya	06-06-09
Sector professional alemany	Alemanya	09-06-09
Presentació Barcelona	Països Nòrdics	14-06-09
Turisme Actiu-Natura	Espanya	16-06-09
Terres de l'Ebre, a Blanquerna	Espanya	17-06-09
25 anys del vol Bcn-Colònia	Alemanya	18-06-09
Catalunya, al centre comercial Auchan	França	19-06-09
Col·lectiu de cuines, a Blanquerna	Espanya	09-07-09
Turisme Nàutic	Rússia i Països Est	10-07-09
Festival Jazz Donosti	Espanya	22-07-09
Aplec Adifolk, a Luxemburg	Benelux	01-08-09
Festival Teatre Infantil Rhône-Alpes	França	08-08-09
Bcn, als Magatzems Stockmann	Països Nòrdics	02-09-09
Bcn, als Magatzems Stockmann	Rússia i Països Est	09-09-09
Triangle Dalinià, a Blanquerna	Espanya	17-09-09
Jornades Països àrabs	Emirats Àrabs	29-09-09
Jornades portes obertes Circuit Cat.	Catalunya	03-10-09
ABTA	Regne Unit i Irlanda	06-10-09
Parc Astronòmic Montsec	França	14-10-09
Festa dels Súpers	Catalunya	17-10-09
Catalunya, a Líbia i Algèria	Àfrica	24-10-09
World Health Congress	Estats Units	26-10-09
Pirin. C. + Abad Oliva, a Blanquerna	Espanya	12-11-09
TUI Grup - Sopar de gala	Regne Unit i Irlanda	02-12-09
Observatori Astronòmic, a Blanquerna	Espanya	03-12-09
Guardons de Turisme	Catalunya	03-12-09
FC Barcelona	Rússia i Països Est	09-12-09
Mundialet FC Barcelona	Emirats Àrabs	09-12-09

Catalunya al sud de França

Entre les diferents accions de promoció que Turisme de Catalunya ha dut a terme durant l'any 2009 destaca la campanya al sud de França. L'entitat va comptar amb el recolzament del sector turístic català, i es van realitzar un seguit d'accions al llarg de sis setmanes a la regió Migdia - Pirineus.

De la mateixa manera que 2007 va ser l'Any d'Alemanya i el 2008 el país triat va ser Itàlia, i pels bons resultats obtinguts amb aquestes accions, el 2009 Turisme de Catalunya ha repetit l'experiència durant sis setmanes a França.

Les accions de promoció s'han concretat a la regió Migdia - Pirineus i s'han inscrit dins el marc de l'Euroregió i de l'enfortiment de les relacions entre ambdues regions via un projecte de partenariat europeu per al període 2009-2012.

Així, gràcies a la proximitat geogràfica entre aquesta regió francesa i el Principat, i també per la tipologia del mercat, Catalunya va apostar per accentuar l'execució d'accions dirigides, principalment, al públic final. No obstant això, també es van fer diferents accions de comunicació, de promoció i de comercialització adreçades als mitjans de comunicació regionals i als intermediaris turístics de Migdia - Pirineus.

Durant les sis setmanes de promoció es van organitzar 53 accions.

- Pel que fa al **gran públic**, es van dur a terme **41 accions**. Entre aquestes, destaca la Diada de Sant Jordi, Dia Mundial del Llibre, durant la qual Catalunya va instal·lar un centre d'informació turística a la Place du Capitole de Tolosa, centre neuràlgic de la ciutat francesa, des d'on es van distribuir tres mil roses. Hi va haver també la presència de Catalunya en miniatura, una degustació gastronòmica d'arròs DOP del Delta de l'Ebre, l'actuació dels castellers de la Colla Vella dels Xiquets de Valls, i una pantalla gegant que projectava imatges de les diferents demarcacions catalanes, entre altres accions.

- De les **15 accions** adreçades als **mitjans de comunicació** locals i regionals destaca el viatge de premsa multiproducte amb mitjans televisius, radiofònics i de premsa escrita.
- Pel que fa als **operadors i intermediaris turístics** francesos es van fer **8 accions**. El *workshop* de turisme actiu organitzat el 28 d'abril de 2009, l'objectiu principal del qual era incentivar la comercialització a França de les activitats i de l'oferta de turisme actiu de Catalunya, va ser una de les actuacions més destacades.
- També es van dur a terme **4 accions de caire institucional**, com l'acte de promoció emmarcat en el Dia d'Europa, el

9 de maig, durant el qual Turisme de Catalunya va promoure un llançament de globus sobre el cel de Tolosa.

En les sis setmanes de promoció, es van fer més de 50 accions, la majoria de les quals destinades al gran públic.

- El cicle de conferències *Via Nostra*, la mostra fotogràfica *La Catalogne, paradis naturel*, mostres gastronòmiques, diverses presentacions i les campanyes de publicitat als diferents mitjans locals són altres actuacions dutes a terme durant les setmanes de celebració de l'Any de Catalunya al sud de França.

Actuació castellera a la place du Capitole de Tolosa de Llenguadoc.



Viatges de premsa i familiarització

Per a Turisme de Catalunya, donar a conèixer la seva oferta als mitjans de comunicació i als diferents prescriptors continua sent prioritari en les accions de promoció que es duen a terme, per la qual cosa se segueix apostant pel descobriment del

territori a través de les marques turístiques, a més de la possibilitat de gaudir de les diverses activitats. D'aquesta manera, mitjançant les emocions, s'aprecia millor tot el que ofereix Catalunya.

S'han organitzat 44 viatges de familiarització, entre els quals cal destacar els de caire més cultural, fruit de la seva prioritització, que es van veure reforçats pel

workshop multiproducte. S'han donat a conèixer la història dels orígens de la Catalunya medieval, els genis més famosos, les rutes literàries més conegudes i, a més, s'ha volgut reviuir la guerra del Francès per tal de commemorar-ne el bicentenari.

Els viatges de premsa han estat més de 80, molts d'ells rellevants. Els més estratègics, d'acord amb els objectius del 2009, han estat els següents:

- *El presstrip amb motiu de la Copa del Món femenina d'esquí per a discapacitats*, on s'ha pogut fer palès l'esforç que el sector turístic català ha fet per aconseguir l'accessibilitat dels seus serveis.
- *Centenari de la Costa Brava*. S'ha difós de manera transversal, a través de tots els viatges, l'efemèride de quan l'escriptor i periodista Ferran Agulló va batrejar el litoral gironí amb el nom de Costa Brava.

Per a l'organisme, és prioritari donar a conèixer l'oferta als mitjans de comunicació i als diferents prescriptors per mitjà de les accions de promoció que es duen a terme. El 2009 es van organitzar 44 viatges de familiarització i 84 viatges de premsa.

- El viatge de premsa multimercat que s'ha fet coincidir amb el *Fòrum Gastronòmic de Girona*, en el qual s'han donat a conèixer, d'una banda, la riquesa de producte gastronòmic de les nostres comarques i, de l'altra, la gran quantitat de Col·lectius de Cuina, molts dels quals amb estrelles Michelin, que estan adquirint renom internacional.
- El viatge organitzat per als *bloggers*, l'opinió dels quals els converteix en prescriptors per a milers d'internautes.

Viatges de familiarització

Nom de l'acció	Mercat	Dates	
Donatello	França	23-01-09	25-01-09
Pre-Fitur Congressos	Diversos	23-01-09	25-01-09
Catalunya Blanca	Rússia i Països de l'Est	14-02-09	19-02-09
Rutes Literàries-Cinematografia	Benelux	06-03-09	09-03-09
TTOO xinesos OET	Xina	14-03-09	17-03-09
VCB Finlàndia	Països Nòrdics	16-04-09	19-04-09
Terra Reisen	Àustria	22-04-09	26-04-09
Golf Open Espanya	Països Nòrdics	28-04-09	03-05-09
Cult. + Gastro. - Terres de l'Ebre	Diversos	04-05-09	08-05-09
Cult. + Gastro. City Break	Diversos	05-05-09	06-05-09
Cultura + Gastronomia	Diversos	05-05-09	06-05-09
Cultura + Gastronomia Romànic	Diversos	05-05-09	06-05-09
Cult. + Gastro. Triangle Dalí	Diversos	05-05-09	06-05-09
Mice	França	14-05-09	17-05-09
Travel Republic	Regne Unit i Irlanda	14-05-09	17-05-09
Sorteig Canadà	Canadà	16-05-09	20-05-09
VCB Àustria	Àustria	17-05-09	17-05-09
MP Senderisme i Gastronomia	França	17-05-09	20-05-09
General Wholesalers	Estats Units	24-05-09	31-05-09
VCB Regne Unit	Regne Unit i Irlanda	28-05-09	31-05-09
Univers de Voyages	França	29-05-09	29-05-09
Sorteig Get together Any d'Itàlia	Itàlia	30-05-09	02-06-09
Eno-gastronomia	Estats Units	15-06-09	21-06-09
Actiu Rússia	Rússia i Països de l'Est	20-06-09	26-06-09
Sorteig AITO	Regne Unit i Irlanda	10-07-09	12-07-09
Sorteig Vicky Cristina Barcelona	Països Nòrdics	04-09-09	06-09-09
Thomas Cook	Països Nòrdics	24-09-09	25-09-09
Integral de Viajes	Espanya	26-09-09	27-09-09
Espiritual	Benelux	26-09-09	29-09-09
Guerra del Francès	França	28-09-09	30-09-09
Jornades Països àrabs	Emirats Àrabs	01-10-09	04-10-09
Wellness Costa Daurada	França	07-10-09	10-10-09
Sorteig Blanquerna	Espanya	10-10-09	12-10-09
Sorteig Blanquerna	Espanya	23-10-09	25-10-09
Pirineus	Al - Àustria - S	27-10-09	30-10-09
GTA Travel	Estats Units	09-11-09	12-11-09
Women Trendy Holidays	Benelux	18-11-09	21-11-09
Interturis	Argentina	27-11-09	29-11-09
Cyts	Xina	28-11-09	04-12-09
EIBTM Xina	Xina	02-12-09	02-12-09
EIBTM I	Diversos	03-12-09	06-12-09
EIBTM II	Diversos	03-12-09	06-12-09
TTOO xinesos	Xina	07-12-09	13-12-09
Neu TTOO portuguesos	Portugal	10-12-09	13-12-09

Viatges de premsa

Nom de l'acció	Lloc	Dates
Copa del Món de Discapacitats	Pirineus	12-01-09 15-01-09
Snowboard Magazine	Bcn - Pirineus	07-02-09 13-02-09
Catalunya Blanca	Pirineus	11-02-09 16-02-09
Int. Even Organizers	Bcn - CB - CD - CG	11-02-09 16-02-09
Cultura i Tradició	Catalunya	20-02-09 25-02-09
Fòrum Gastronòmic Girona	CB - CC	21-02-09 25-02-09
Centre Mèdic	Bcn	22-02-09 28-02-09
TV7 Gold - Fòrum Gastr.	CB - CC	13-03-09 16-03-09
Tabi Chanel	Bcn	15-03-09 21-03-09
Ohm	Sitges	19-03-09 21-03-09
Ruili Yinen Moda Xina	Bcn - CB	22-03-09 27-03-09
OET Frankfurt	CD - P - TLL	25-03-09 29-03-09
Bell Europa	CB	03-04-09 09-04-09
Romànic: Vall de Boí	Pirineus	16-04-09 19-04-09
Petits Grans Hotels	CD - CB - P	20-04-09 23-04-09
El País Aguilar	Pirineus	20-04-09 27-04-09
Il Mondo del Golf	Bcn - CB - CC	25-04-09 27-04-09
Canvas TV Belga	Bcn	26-04-09 28-04-09
TV Escapade Gourmande	CB - CD - CG	27-04-09 01-05-09
Open Golf	CB	28-04-09 30-04-09
Greek TV	Bcn	28-04-09 07-05-09
Aeroméxico	Bcn - CB	11-05-09 15-05-09
Reforma	CB	12-05-09 15-05-09
Vrai pra Onde	Bcn - CC	13-05-09 16-05-09
Columbus Magazine	CC - CD - CG - TLL	15-05-09 21-05-09
Pirineus	Pirineus	18-05-09 22-05-09
Catalunya Musical	Bcn - CD - CB - CM	21-05-09 24-05-09
General Wholesalers	Bcn - CB - CD	24-05-09 31-05-09
BBC familiar	CB - CD - CM	25-05-09 29-05-09
Copa Món Rem Banyoles	Costa Brava	29-05-09 31-05-09
Wellness	CB - CD - CM - CC	29-05-09 05-06-09
Vie de Quartiers Tele Lyon	Costa Daurada	30-05-09 02-06-09
Espn	Bcn	03-06-09 07-06-09
Ryanair Västeras	Bcn - CB	04-06-09 10-06-09
Vol Transat Vancouver	Bcn - CB - CC - CD	05-06-09 10-06-09
Vol Croàcia	Bcn	10-06-09 10-06-09
CCTV6	Bcn - CB	11-06-09 15-06-09
Circuit de Catalunya GP1	CC - Bcn	13-06-09 15-06-09
Cuina i Golf	Costa Brava	14-06-09 17-06-09
ORF	TE - CD	14-06-09 17-06-09
Globe Trekker-Planet Food	Catalunya	14-06-09 24-06-09
Midi Pyrénées	CB - CC - P - TLL	15-06-09 19-06-09
Canvas TV música	Bcn	16-06-09 17-06-09
Turisme Espiritual	Catalunya	16-06-09 20-06-09
Actiu Rússia	TLL - P	20-06-09 26-06-09
Radius Goroda	Bcn	21-06-09 27-06-09
Vagabond	CB	22-06-09 28-06-09
LGBT	Catalunya	26-06-09 29-06-09
Gay Rússia	Bcn	27-06-09 29-06-09
TV France 2	Bcn - CB - P	28-06-09 01-07-09
Cuisine Magazine	Bcn	12-07-09 19-07-09
Oonachrichten	Bcn - CB	13-07-09 17-07-09
Abroad	Bcn - CB	14-07-09 27-07-09
Gourmet Traveller	CB	24-07-09 27-07-09
King of Cuisine	Catalunya	20-08-09 11-09-09
Municipis indians	Catalunya	03-09-09 06-09-09
TV Imagine	Bcn	07-09-09 11-09-09

Nom de l'acció	Lloc	Dates
Costa Brava 100 anys	Costa Brava	08-09-09 12-09-09
Campionat Piragüisme	La Seu d'Urgell	09-09-09 13-09-09
Familiar i Sol i Platja	CD - P	14-09-09 23-09-09
World Traveller	Costa Brava	18-09-09 24-09-09
Festes, Tradicions i Folklore	Catalunya	22-09-09 25-09-09
Enologia	Catalunya	22-09-09 26-09-09
Crea Traveller	CB - Bcn	22-09-09 01-10-09
Adventura	CB	24-09-09 27-09-09
Blu Italia	Bcn	29-09-09 05-10-09
Bert Sitters	CB	30-09-09 05-10-09
Spartacus Traveller	Bcn - CG	01-10-09 05-10-09
Challenge (triatló)	Calella	02-10-09 05-10-09
Undiscovered Spain	Bcn - CG	04-10-09 08-10-09
enRoute Magazine	CD - CG	04-10-09 10-10-09
Turisme Accessible	Catalunya	07-10-09 11-10-09
Revista V&S	CC - CD - CB	13-10-09 18-10-09
Rutes catalanes	CD - CG - TE - TLL	16-10-09 25-10-09
Inter-home Elipsos	Bcn - CB	19-10-09 23-10-09
Any Cerdà	Bcn	23-10-09 26-10-09
Cultura - City Break	Bcn - CB - CG	30-10-09 04-11-09
TV ORF	Bcn	09-11-09 12-11-09
Gastronomia	Catalunya	14-11-09 20-11-09
Women Trendy Holidays	Catalunya	18-11-09 21-11-09
Escape	Bcn	19-11-09 22-11-09
Icex-Prodeca	Bcn	28-11-09 29-11-09
Norwegian	Bcn	11-12-09 14-12-09
Bloggers	Bcn - CB - CC	17-12-09 20-12-09

Bcn - Barcelona. CB - Costa Brava. CC - Catalunya Central. CD - Costa Daurada. CG - Costa de Garraf. CM - Costa de Barcelona Maresme. P - Pirineus. TE - Terres de l'Ebre. TLL - Terres de Lleida.

Viatge de premsa amb motiu de la Copa del Món de Rem. Banyoles.



2

Centenari de la Costa Brava

El mes de setembre de 2008 es van complir cent anys de la publicació de l'article «Per la Costa Brava», de Ferran Agulló, al diari *La Veu de Catalunya*. En aquest article s'anomenava per primera vegada «Costa Brava» el litoral gironí comprès entre la desembocadura del riu Tordera i Portbou.



Activitats de promoció Centenari Costa Brava

Per tal de commemorar aquesta efemèride, durant el 2009 Turisme de Catalunya va desenvolupar un pla específic d'accions de suport a la celebració del Centenari de la Costa Brava. Aquest pla ha comptat amb una inversió de més de 700.000 €, que han permès dur a terme nombroses activitats, entre les quals l'organització de viatges de premsa i de familiarització, presentacions públiques i la projecció de la imatge del Centenari arreu del món.

Les activitats promocionals desenvolupades per Turisme de Catalunya durant el 2009 amb motiu del Centenari de la Costa Brava han estat les següents:

- **Aplicació de la marca** del Centenari a totes les accions de Turisme de Catalunya durant el 2009.
- **Incorporació del logotip del Centenari** i imatges de la Costa Brava a les ac-

cions de Turisme de Catalunya a mercats llunyans com el Canadà i els EUA.

- **Destacat del Centenari al web** de Turisme de Catalunya (www.catalunya.com) i als webs de producte.
- **Patrocini de l'Open d'Espanya de Golf**, que es va dur a terme al PGA Golf de Catalunya (Caldes de Malavella), com a plataforma de difusió del Centenari. Es

van organitzar un *workshop*, un viatge de familiarització i una roda de premsa.

- **La marca del Centenari** també ha tingut presència a totes les presentacions fetes al Centre Cultural Blanquerna de Madrid.
- **Encartament a la revista *Lonely Planet*** d'un calendari monogràfic amb imatges de la Costa Brava.

Reportatge sobre el Centenari de la Costa Brava al número 1, gener-abril 2009, de la revista *Món.cat* del Patronat Catalunya Món.

La immersió, el caic de mar, la vela, el catamarà, el surf de vela i l'esquí nàutic, entre d'altres, són els esports practicables al llarg dels dos-cents quilòmetres de Costa Brava.



costa brava,

ventall de sensacions

En complir-se els cent anys de la denominació de la Costa Brava i els cent anys de l'esquí a Catalunya, ningú ja no té dubte que el litoral que ressegueix les comarques gironines és un indret captivador i ple d'encants i que el Pirineu de Girona és el bressol de l'excursionisme i de l'esquí del nostre país.

La Costa Brava de nord a sud comença i sorprèn amb la serenitat enganysosa del Parc Natural del cap de Creus. La serra de l'Albera, la plana empordanesa i els aiguamolls de l'Empordà esdevenen un santuari de biodiversitat esbaidada aquí i allà per petits nuclis urbans molts d'ells encara arrelats a l'època medieval: Castelló d'Empúries, Peralada, Vilabertran, Torroella de Montgrí, Pals, Peralada. Altres viles que es troben escampades pel litoral encara conserven l'aire mediterrani i l'ànima dels antics pescadors: Cadafes, Collada de Palafrugell, Tossa de Mar... i tant d'altres sin que aquesta arrel ha anat repassat embolicada per un ventall d'establiments hotelers, restaurants, etc. pensats per a l'atenció i l'acompliment d'aquells que visiten la zona.

Avançant més cap al sud, les platges de Begur i Palafrugell són un exemple d'aquestes petites perles de la natura anomenades calcs, arroccades del vent i les tempestes. Tot seguit Palamós, Sant Antoni de Calonge, Castell-Plaja d'Aro, Sant Feliu de Guàrdia, Tossa de Mar, Lloret de Mar i Blanes, arrodonen amb elegància aquesta microgeografia anomenada Costa Brava que amaga des de restes ibèriques, gregues i romanes com les d'Ullastret, Empúries, Girona, Caldes de Malavella... fins a activitats artesanals com la ceràmica, l'emblemàtic i surrealista triangle dalinià, paisatges culturals, entre d'altres.

Per als enamorats del mar i de les activitats nàutiques, el litoral gironí disposa de

diversitat de paisatges, productes i gent amb qui es anem trobant al llarg del camí.

Les poblacions de Lloret de Mar i Blanes, les més meridionals de la costa gironina, guarden joies paisatgístiques entre penysegats i calcs: estem parlant dels Jardins de Santa Clotilde i el Jardí Botànic de Marimurtra, que s'ofereixen al visitant com uns espais aromatitzats plens de cromatisme on gaudir de la flora i d'una gratificant tranquil·litat.

L'oce del litoral gironí està garantint mercats i les nombroses rutes culturals que els municipis turístics programen periòdicament als deu camps de golf i nombroses instal·lacions de pitch-and-putt que fan les delícies dels amants d'aquest esport practicables durant tot l'any; a la creixent oferta d'establiments hotelers que proporcionen tractaments de salut i bellesa encaminats a cultivar el cos, eliminar l'estress i tenir cura de la imatge personal dels seus clients.

Una menció especial mereix la cuina gironina. L'excel·lència gastronòmica és una virtut de la qual participen totes les comarques de Girona. Els 221 municipis de la demarcació són l'indret adient per gaudir de la cuina natural, de mercat, tradicional, sofisticada, creativa i de salut, ja que la majoria de receptes segueixen la tradició de la dieta mediterrània, basada en l'oli d'oliva. Els plats, preparats amb el peix de la Mediterrània, amb verdures, fruites, hortalisses i carns de la zona de l'interior i de la muntanya, s'acompanyen amb els excel·lents vins i cives produïts a la terra amb la denominació d'origen controlada Empordà.

Reconèixer i descobrir la Costa Brava és comprovar que el caràcter dels homes i les dones d'aquesta terra és amable, hospitalari i acollidor i que, des de temps immemorials, han estat els artífexs de convertir el nostre país en una de les destinacions turístiques més atractives del món.

Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Cent anys després que l'escriptor i polític Ferran Agulló publicàs a *La Mar de Catalunya* un article titulat «Per la costa brava» en què es denominava per primer cop Costa Brava al litoral que va des de la desembocadura del riu la Tordera, a Blanes, fins a Ribesú, el Patronat de Turisme Costa Brava Girona commemora l'efemèride amb un any d'esdeveniments culturals, lúdics i promocionals d'àmbit nacional i internacional.

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona, organisme de promoció turística de les comarques gironines, impulsa la celebració del Centenari de la Costa Brava amb la col·laboració de nombrosos entitats públiques —on es compten els vint-i-dos municipis de la Costa Brava— i privades. El Centenari de la Costa Brava vol homenajar la zona costanera que Agulló va descobrir com «brava i neta, fantàstica i dolça treballada pels temporals a cope d'onades com un alt relleu, i brodada pels becs de la bonança com una esquadra de monja pacífic per què les hores, els dies i els anys no tenen valor de temps i les persones que hi han promogut i impulsat el turisme. Així mateix, mitjançant el Centenari es vol promocionar i posicionar internacionalment la Costa Brava com a marca turística de prestigi i donar a conèixer tots els seus valors naturals, culturals i turístics.

Les activitats que s'estan executant i les que s'estan organitzant per al 2009 i 2010 són múltiples, tant pel que fa a actes lúdics i festius, sovint vinculats a accions culturals i artístiques: exposicions fotogràfiques i artístiques, concerts musicals, esdeveniments gastronòmics, competicions esportives, rutes culturals, posada en valor d'espais naturals... com pel que fa aprofitar la commemoració dels cent anys per aprofundir en el coneixement de la història del país i de la seva expressió cultural i econòmica.

Així mateix, amb motiu de l'aniversari de la denominació Costa Brava es creen productes gastronòmics i turístics que, vinculats al Centenari, vehiculen i difonen la riguesa culinària i etnològica de la demarcació. Per recollir l'agenda d'activitats relacionades amb aquest any, el Patronat de Turisme Costa Brava Girona ha posat en funcionament el Web del Centenari (www.costabrava100.org) el qual permet no solament d'obtenir aspectes d'agenda sinó també imatges, vídeos, textos històrics i notícies, entre d'altres materials.



58 món.cat

59



Autor: Jaume Ferrer. Fons Arxiu Municipal de Pals (Figueras)

COSTA BRAVA  100 ANYS



Autor: Claudio Carma. Fons JPRP

Imatge gràfica del Centenari. Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

- **Deu accions de premsa**, entre les quals destaquen la publicació d'un reportatge a la revista *Món.cat*; elaboració de diverses notes de premsa i continguts per als dossiers de premsa i els butlletins de Turisme de Catalunya, i gestió d'entrevistes en diverses emissores de ràdio catalanes.
- **Festival Heineken Jazzaldia** de Sant Sebastià (22-26 de juliol). Turisme de Catalunya va promocionar l'oferta cultural i gastronòmica catalana, especialment sobre el Centenari de la Costa Brava. També es va dur a terme la presentació professional «Costa Brava: 100 anys de Turisme Cultural a Catalunya» davant d'agències de viatge, turoperadors i premsa basca.
- **En el marc del Fòrum Gastronòmic:** patrocini del Centenari, estand propi, organització d'un viatge de premsa i participació al Congrés de Col·lectius de Cuina.
- **Promoció del Centenari** al Festival de Cinema Espanyol de Nantes (França).
- **Presentació del Triangle Dalinià** i roda de premsa del Centenari de la Costa Brava al Centre Cultural Blanquerna de Madrid.
- **Presència de la marca del Centenari** a les fires següents: Fitur, Tolosa de Llenguadoc, ITB Berlín, MITT Moscou, Expovacaciones Bilbao, World Travel Market, Agrotour, Bebés & Mamás i altres.
- **Participació de Turisme de Catalunya** a la mostra de turisme i degustació Girona Viva, juntament amb la Diputació de Girona i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona.
- **En el marc de l'acord** signat entre Turisme de Catalunya i Midi Pyrénées, es van dur a terme diverses activitats: presentació del Centenari a la premsa francesa, *workshop* sobre turisme actiu, promoció del Centenari a la rue Alsace Lorraine, de Tolosa de Llenguadoc.
- **Promoció de la imatge del Centenari** als següents *workshops* organitzats per Turisme de Catalunya: Cultura i Gastronomia (Girona); Mercat Xinès (Girona); Turisme Actiu (Madrid, País Basc i València); i Golf (Londres i Dublín).

Detall de les accions de Turisme de Catalunya amb motiu del Centenari de la Costa Brava

Nom de l'acció

Nom de l'acció

Calendari Lonely Planet sobre el Centenari Costa Brava	Fires
Campanya gràfica mercats llunyans Canadà-EUA	FITUR. Presència de marca (Part Artesania + Gastroteca + Terrat + Havaneres + Pantalla LEDs)
Fòrum Gastronòmic Girona	Tolosa de Llenguadoc. Imatge pantalla LEDs estand
Patrocini	ITB Berlín. Imatge pantalla LEDs estand
Estand	MITT Moscou. Imatge pantalla LEDs estand
Viatge de premsa	Expovacaciones Bilbao. Imatge pantalla LEDs estand
Congrés de Col·lectius de Cuina	World Travel Market. Imatge pantalla LEDs estand
Open d'Espanya de Golf	Agrotour. Imatge pantalla LEDs estand
Patrocini	Bebés & Mamás. Imatge pantalla LEDs estand
Workshop + Famtrip	Presència logo Centenari Costa Brava a altres fires
Decoració tendals + Roda de premsa	Girona Viva
Aplicació de la marca del Centenari a totes les accions de Turisme de Catalunya 2009	Sant Sebastià. Promoció del Centenari al Festival de Jazz
Presència de marca al Cicle de Presentacions de Blanquerna, a Madrid	Midi Pyrénées
Presentació Triangle Dalinià i Roda de premsa Centenari al Centre Blanquerna	Pantalla LEDs Place du Capitole
Premsa	Presentació premsa
Reportatge a la revista <i>Món.cat</i> (13.000 exemplars)	Logo Centenari. Workshop de Turisme Actiu
Publicació a FITUR News	Discover Toulouse
Nota específica publicada al web: «Prensa FITUR»	França. Participació Catalunya «Festival Cinéma Espagnol. Nantes», missatge Centenari
Dossier de Premsa TdC a FITUR + Comunicació i Presentació	Workshops
Edició conjunta del CD-Premsa de TdC amb dossier de premsa del Centenari Costa Brava	Cultura i Gastronomia. Seu a Girona + Logos Centenari
Incorporació logo Centenari a la caràtula del CD-Premsa de TdC	Mercat Xinès. Seu a Girona + Logos Centenari
Incorporació del logo Centenari a la Memòria de TdC de 2008	Turisme Actiu. Madrid / P. Basc / València. Presentació + Logos Centenari
Informacions destacades a tots els Butlletins Informatius de Turisme de Catalunya	Golf. Londres / Dublín. Presentació + Logos Centenari
Especial Ràdio 20 minuts a COPE-Barcelona	Destacat a www.catalunya.com i als webs de producte
Especial Ràdio 20 minuts a Onda Rambla - Punto Radio	

3

Centres de Promoció Turística

Dues accions destacades dels Centres de Promoció Turística durant l'any 2009 han estat la campanya promocional de Catalunya a la regió francesa de Migdia Pirineus, i el *Workshop* de Cultura i Gastronomia, que va tenir lloc a Girona. Però són moltes les actuacions en què han participat els CPT per promocionar la destinació catalana en els respectius mercats.



Els **Centres de Promoció Turística** formen la xarxa exterior d'oficines de Turisme de Catalunya i el seu objectiu és la promoció de Catalunya en els mercats on s'ubiquen, que actualment són: França, el Regne Unit i Irlanda, el Benelux, els Països Nòrdics, els Països de l'Est, Alemanya, Itàlia i la Xina, a més d'un punt d'informació turística al Centre Cultural Blanquerna de Madrid.

Els Centres de Promoció Turística (CPT) gestionen tots els aspectes relacionats amb l'execució, el seguiment i l'avaluació de les accions de promoció que duu a terme Turisme de Catalunya, i també donen assistència al sector turístic català als mercats exteriors. Les principals actuacions de què s'encarreguen són les presentacions, les fires, els viatges de familiarització i de premsa i els *workshops*.

L'acció exterior més important de l'any 2009 ha estat la **campanya de promoció** de Catalunya a la regió francesa de **Migdia Pirineus**, amb motiu de la qual es van fer, principalment a la ciutat de **Tolosa**, més de cinquanta actes i accions promocionals durant sis setmanes seguides, del 23 d'abril al 31 de maig. Aquestes accions anaven adreçades tant al gran públic com als mitjans de comunicació i als professionals del sector turístic.

Una altra de les accions destacades fou el **Workshop de Cultura i Gastronomia**, en la línia de les «grans accions» que s'han anat duent a terme en els darrers anys. A la jornada, celebrada el 7 de maig al Palau de Congressos de Girona, hi van participar 60 empreses catalanes i una cinquantena d'operadors europeus.

Altres accions

Altres actuacions al servei del sector turístic català organitzades pels CPT i dirigides als diferents mercats en els quals té representació Turisme de Catalunya són les següents.

CPT Benelux

Les accions promocionals de Catalunya al Benelux durant el 2009 van tenir com a principals objectius donar a conèixer

l'oferta del territori català pel que fa al turisme espiritual, el turisme actiu i les vacances per a dones. Es va organitzar un viatge de premsa i de familiarització relacionat amb el benestar integral per donar a conèixer el vessant més **espiritual** de Catalunya. Hi van participar tres periodistes i tres majoristes de Bèlgica i dels Països Baixos, que van visitar diversos indrets de les comarques barcelonines, concretament Barcelona, Viladrau, Castelladral, Montserrat, Sant Benet i Olivella, i va tenir lloc del 23 al 26 de setembre.

D'altra banda, les dones van ser el públic objectiu d'un altre viatge organitzat per donar a conèixer l'oferta específica dirigida a les **vacances per a dones** a Catalunya (viatjant soles o en grups de dones): **Women Trendy Holidays**. Es va fer del 18 al 22 de novembre, i s'hi van pre-

sentar empreses catalanes de les marques de Barcelona, Costa Brava i Catalunya Central que ofereixen serveis pensats per a satisfer les necessitats de les dones viatgeres. També es va organitzar un *workshop* amb l'objectiu de plantejar les pautes que s'han de seguir quan es vol comunicar amb efectivitat al segment de la dona i les tendències en el món dels viatges. Hi van participar tant empresaris catalans com professionals del Benelux.

El 29 de setembre es va fer un *workshop* a la localitat holandesa de Wijk aan Zee per presentar l'oferta de *hiking*, *cycling* i *nordic walking* en territori català. Durant la jornada es va fer *networking* entre els empresaris, es va practicar *spinning* amb la projecció d'un tram de via verda i es va fer una sessió de marxa nòrdica.

Workshop de Cultura i Gastronomia.



CPT Països Nòrdics

Amb motiu de l'**Open d'Espanya 2009**, del 26 d'abril al 2 de maig, es van organitzar un **viatge de familiarització** i un **workshop invers de golf** per a operadors turístics de golf dels Països Nòrdics i també del Regne Unit. Juntament amb Turisme de Barcelona, es van realitzar **dues presentacions**, una a la ciutat d'**Estocolm** i l'altra a **Göteborg**, els dies 15 i 16 de juny. A Estocolm hi van assistir trenta-cinc agents i a Göteborg, trenta persones. En tots dos casos es va servir un àpat gastronòmic.

CPT Regne Unit i Irlanda

Per tercer any consecutiu, Turisme de Catalunya va acudir a la **British Birdfair**, celebrada a Rutland, l'esdeveniment més important pel que fa a l'**observació d'aus** a escala internacional. Hi van ser presents diversos coexpositors de les destinacions Costa Daurada, Terres de l'Ebre, Terres de Lleida i Costa Brava.

La costa catalana va ser l'escenari de *Gimme a Break*, un **programa** televisiu de la cadena **BBC** adreçat al **públic familiar**. Turisme de Catalunya va comptar amb la col·laboració de les **Destinacions de Turisme Familiar** per ser la destinació escollida per a la gravació del programa, al maig, a Salou, Cambrils, Santa Susanna, Torroella de Montgrí-l'Estartit i Blanes.

Catalunya també va ser la protagonista de tres documentals que s'emetran a les principals cadenes de televisió de **quaranta països**. Els reportatges són: *Globe Trekker*, centrat en la cultura, els atractius turístics i les tradicions de **Barcelona**; *Metropolis*, que presenta la **capital catalana** com un emblema en el camp de l'arquitectura, i *Planet Food*, que fa un recorregut per la **gastronomia catalana** i les **tradicions culinàries** del nostre país.

CPT Itàlia

El **workshop celebrat a Venècia** va ser l'acció de **cloenda de l'Any de Catalunya**

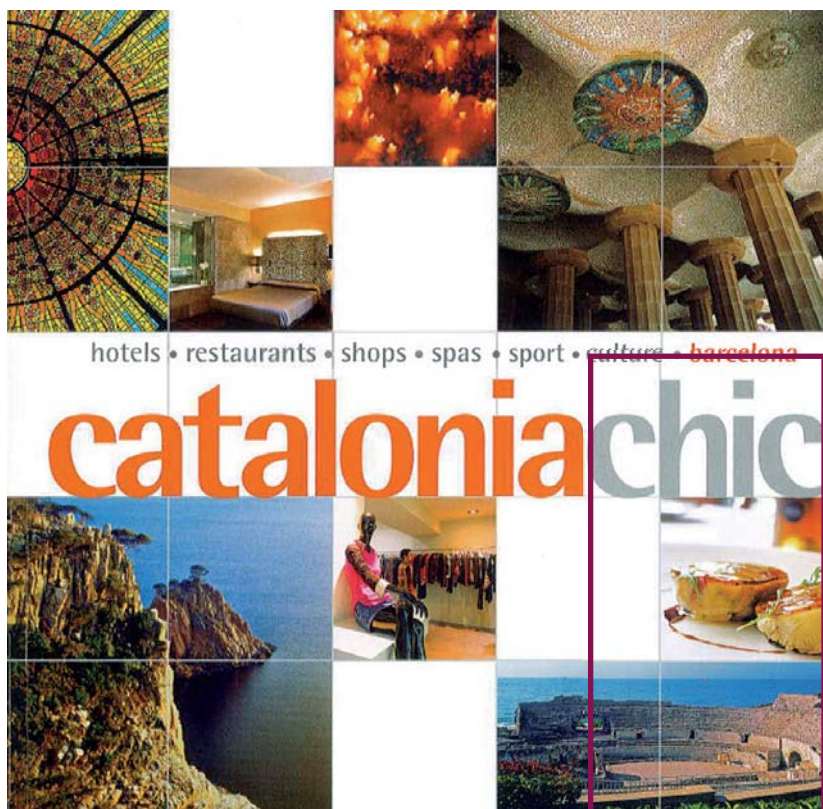
a Itàlia, que s'havia iniciat el mes de febrer del 2008. Aquesta jornada va posar en contacte unes quinze empreses catalanes amb més de quaranta agents de viatge del nord d'Itàlia. L'acte va comptar amb el conseller d'Innovació, Universitats i Empresa, Josep Huguet.

Durant l'any 2009 Turisme de Catalunya va participar, de la mà de Turespaña i la **revista TTG**, a diferents **roadshows**. Al mes de març es van fer dos **workshops** en camps de golf de Varese (prop de Milà) i Pàdua, amb la presència de 120 agents de viatges interessats en aprofundir en el coneixement de l'oferta de golf a Catalunya. A l'abril, es van visitar quatre ciutats del nord d'Itàlia: Bolonya, Pàdua, Brescia i Torí, on es va presentar l'oferta turística catalana a prop de 200 agències de viatges italianes.

El CPT d'Itàlia també va participar als **workshops** de turisme LGBT organitzats per **TTG** que van tenir lloc a Milà, Florència i Roma, i en els dirigits als CRALS, as-

Delegats de Michelin China a La Roca Village, durant el seu viatge d'incentius a Catalunya.

Les propostes més exclusives de Catalunya a la guia *Catalonia Chic*.





Sant Jordi a Tolosa de Llenguadoc.

sociacions que programen activitats de lleure i viatges per als treballadors en el marc de les empreses italianes. Durant els *workshops* duts a terme a Torí, Milà i Verona, el CPT va poder contactar amb prop de cent CRALS italians, i va fer una presentació de l'oferta turística de Catalunya.

D'altra banda, un grup de sis periodistes italians va participar en un viatge de premsa la finalitat del qual era presentar una mostra del millor art romànic de Catalunya. El monestir de les Avellanes, la Vall de Boí, la Val d'Aran, Lleida i el MNAC, a Barcelona, foren alguns dels indrets visitats.

CPT França

De totes les accions organitzades per Turisme de Catalunya a l'exterior durant el 2009, la promoció al sud de França ha estat la més rellevant. Durant sis setmanes s'han desplegat tots els mitjans per arribar al màxim nombre de persones, tant professionals del turisme com, i molt especialment, el públic final. La celebració

de la diada de **Sant Jordi** a la Place du Capitole, de **Tolosa de Llenguadoc**, un **viatge de premsa** al voltant de quatre productes (**turisme cultural, gastronòmic, científic i industrial, i actiu i de natura**), **viatges de familiarització** per presentar l'àmplia oferta turística de les demarcacions catalanes i un *workshop* sobre **turisme actiu**, a la capital tolosana, que va permetre als empresaris catalans vendre el seu producte als operadors turístics francesos, són algunes de les accions més destacades.

El 13 de maig, la revista *Geo* va publicar un **número dedicat integralment a Catalunya**, acompanyat d'una guia pràctica de la destinació catalana, *Geoguide Catalogne*, amb 120 pàgines referides a totes les marques turístiques catalanes i amb un apartat especial dedicat als Pirineus catalans. Prèviament a l'elaboració de la guia, Turisme de Catalunya va organitzar tres viatges de premsa per tal d'oferir informació per elaborar els continguts.

Turisme de Catalunya va participar, al mes de desembre, com a coexpositor dins

l'estand de Turespaña a la **8a edició del saló ILTM** (International Luxury Travel Market) de Cannes, un dels salons *workshop* de més prestigi internacional en matèria de turisme de luxe.

Amb motiu d'aquesta fira es va editar un catàleg específic amb trenta-nou propostes d'empreses i entitats catalanes, totes membres dels Clubs de Producte de Turisme de Catalunya, on s'oferia als professionals assistents una exclusiva oferta de luxe i qualitat del Principat. En el marc de la fira també es va lliurar als més de seixanta operadors turístics internacionals entrevistats, la versió anglesa de la **guia de turisme de luxe Catalonia Chic**, que forma part de la col·lecció «The Chic Collection», que recull una mostra del producte de luxe i de qualitat més exclusiu de Catalunya.

CPT Xina

Un grup de més de **550 delegats de Michelin China** va visitar Catalunya en un viatge d'incentiu com a resultat de l'aposta pel segment **MICE** del mercat



Presentació de la destinació Terres de l'Ebre, a Blanquerna (Madrid).

xinès. També es va organitzar un viatge de familiarització, en el qual van participar seleccionats **clients corporatius** del mercat xinès interessats en Catalunya.

Per promocionar **Catalunya com a destinació de turisme de luxe**, aquest any Turisme de Catalunya ha participat a l'**ALTM de Xangai** i a les jornades de comercialització de Turespaña al Japó i Taiwan.

CPT Països de l'Est

A l'octubre, una delegació d'**Aeroports de Catalunya** va visitar **Moscú** per tal de presentar al sector emissor rus el nou **aeroport Lleida-Alguaire** i atraure vols xàrter des de Rússia. La delegació es va reunir amb diferents **mitjans de comunicació russos** i va mantenir negociacions amb els directius dels **10 principals operadors turístics del mercat rus** interessats en les perspectives que aquesta obertura podia significar per impulsar el turisme rus cap a Catalunya.

D'altra banda, al desembre es va fer a **Ucraïna** una **presentació conjunta Turisme de Catalunya-FC Barcelona** sobre el potencial turístic de Catalunya, en especial les **Destinacions de Turisme Esportiu**. A l'acte hi van assistir vint-i-cinc operadors

turístics i tretze mitjans de comunicació ucraïnesos.

CPT Alemanya, Suïssa i Àustria

L'hotel **El Castell de Ciutat de la Seu d'Urgell** va acollir la **sisena edició del Workshop Pirineus**, una jornada comercial en què van participar una trentena d'operadors dels mercats d'Alemanya, Suïssa i Àustria, i prop de seixanta empreses i entitats catalanes amb producte turístic vinculat als Pirineus. Els dies 28 i 29 d'octubre els operadors turístics van participar en un viatge per conèixer els recursos turístics de la comarca de l'Alt Urgell.

Turisme de Catalunya va participar al **roadshow Red Table Meeting The world**, juntament amb altres destinacions de Dinamarca, Irlanda, Suècia, Malta, Montenegro i Graubünden. El **roadshow**, en el qual es va fer especial ressò al **turisme de reunions i incentius**, va passar per **Munic, Frankfurt i Colònia**.

Cada una de les destinacions, acompanyada dels seus *partners*, va poder-se entrevistar amb els compradors de cada ciutat i intercanviar impressions amb les altres destinacions organitzadores.

Punt d'Informació Turística a Madrid

Al Punt d'Informació Turística que Turisme de Catalunya té al Centre Cultural Blanquerna de Madrid, s'hi va organitzar, al llarg de l'any 2009, un **cicle de presentacions turístiques** per donar a conèixer les diferents **marques i destinacions turístiques de Catalunya** a professionals i públic final de la resta de l'Estat.

Els assistents a les diverses presentacions van poder conèixer llocs i temàtiques diverses com el Circuit de Catalunya, els Petits Grans Hotels de Catalunya, el Turisme Accessible, la Ruta dels Tres Monts, els Col·lectius de Cuina de Catalunya i la Ruta del Pirineu Comtal i Abat Oliba, entre d'altres.

Amb una important assistència de públic, Catalunya va estar present els dies 6 i 7 de juny a Las Rozas Village, on es va fer una particular celebració de la tradicional festa de Sant Jordi. Les persones que van visitar aquest centre comercial situat prop de Madrid en aquells dos dies van poder degustar els productes típics de Catalunya, i fer-se fotografies en diferents destinacions de les comarques catalanes.

Jornades dels Mercats Emissors

Gairebé dues-centes empreses catalanes participants i prop de vuit-centes entrevistes individualitzades són les xifres de les Jornades dels Mercats Emissors que es van celebrar a l'octubre a les ciutats de Lleida, Tarragona, Barcelona i Olot, la finalitat de les quals és posar en contacte els directors de les oficines de turisme que Catalunya té a l'exterior i els empresaris del sector turístic català.

D'aquesta manera, els professionals del turisme a Catalunya poden rebre informació de primera mà sobre les tendències de la demanda i les novetats dels principals mercats emissors, una informació clau a l'hora de decidir el posicionament i la comercialització dels diferents productes, i poder adequar-los a les peculiaritats dels diferents mercats.



Responsables dels Centres de Promoció Turística de Catalunya a l'exterior.

Les Jornades dels Mercats Emissors se celebren cada dos anys. En aquesta ocasió, el sector turístic català s'ha mostrat especialment interessat en els mercats francès i alemany, així com en els del Benelux i el Regne Unit.

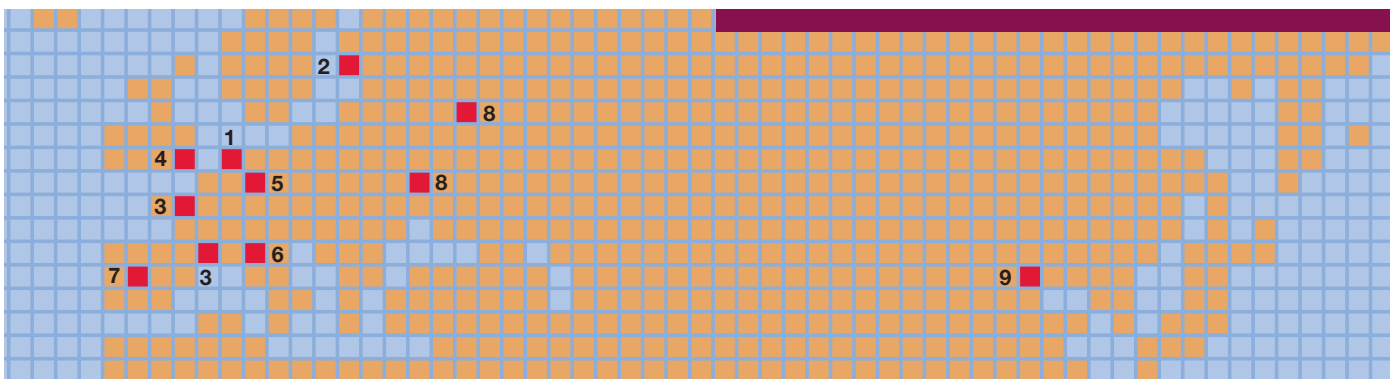
Les empreses que hi participen pertanyen als sectors més diversos del món del turisme, d'entre els quals destaquen el del transport, l'oci i les activitats, l'allotjament, les agències de viatge i els organismes públics.

Jornades dels Mercats Emissors a Olot.



Ubicació dels Centres de Promoció Turística

Turisme de Catalunya té representació a França, el Benelux, el Regne Unit i Irlanda, els Països Nòrdics, els Països de l'Est, Alemanya, Itàlia i la Xina, a més d'un punt d'informació turística al Centre Cultural Blanquerna de Madrid.



1 CPT Benelux

Catalan Tourist Board

Wetstraat, 227
Rue de la Loi
1040 Brussel-les
Tel. +32 26 406 151
Fax +32 26 409 619
info@catalunya-turisme.org

2 CPT Països Nòrdics

Catalan Tourist Board

World Trade Center
Aleksanterinkatu, 17
Hèlsinki FIN-00100
Tel./fax: +358 969 692 169
ctb@wtc.fi

3 CPT França

Tourisme de la Catalogne

3, rue de la Boétie 2ème étage
Paris F-75008
Tel. +33 140 46 97 97
Fax +33 144 07 16 97
promotion@tourismedelacatalogne.fr

Casa de la Generalitat a Perpinyà

1, Carrer de la Fusteria
Perpinyà F-66000
Tel. +33 468 35 17 14
Fax +33 468 35 29 34
p-casaperpinya@gencat.cat

4 CPT Regne Unit

Catalan Tourist Board

17, Fleet Street (3rd Floor)
London EC4Y 1AA
Tel. +442 075 838 855
Fax +442 075 838 877
catalonia@catalantouristboard.co.uk

5 CPT Alemanya

Katalonien Tourismus

Palmengartenstrasse, 6
60325 Frankfurt Am Main
Tel. +49 69 7422 4873
Fax +49 69 7422 4896
info@katalonien-tourismus.de

6 CPT Itàlia

Catalan Tourist Board

Via Montebello, 27
20121 Milà
Tel. +39 02 87393573
Fax +39 02 29004645
info@catalogna-turismo.it

7 Espanya

Centre Cultural Blanquerna Punt d'Informació Turística

Alcalá, 44
28014 Madrid
Tel. +34 915 241 892
Fax +34 915 241 891
turisme.blanquerna@gencat.cat

8 CPT Països de l'Est

Catalan Tourist Board

Ul.Serafimovicha 2/ 20
Entrance 12 Office 219
Moscou 119072
Tel./fax: +7 495 637 67 62
jose@rosmail.ru

Catalan Tourist Board

Puskinskaya, 23-1
Kíev
Tel. +38 04 42 227 481
Fax +38 04 45 432 100
catalonia@voliacable.com

9 Xina

Catalunya Tourism

Capital Mansion, Room 1906
nº 6, Xin Yuan Nan Rd.
Chaoyang District
Beijing 100004
Tel. +86 10 84 86 82 84
Fax +86 10 84 86 19 63
ct.li@gencat.cat

Beques Turisme de Catalunya

L'any 2009 es van adjudicar set beques Turisme de Catalunya d'investigació de mercats i d'accions de promoció i comercialització turístiques: dos al Regne Unit-Londres, tres a Bèlgica-Brussel·les, una a França-Perpinyà i una a Espanya-Madrid. La plaça d'Itàlia-Milà ha quedat deserta.

La durada de les beques, que el 2009 han arribat a la 12a promoció, és de catorze mesos, amb la possibilitat de renovació per dotze mesos més.

Abans d'incorporar-se a les seves destinacions, els nous becaris van rebre una intensiva i sòlida formació sobre el funcionament de l'organisme al qual representen, i es van poder entrevistar amb els directius i diferents unitats de l'entitat.

Durant la vigència de les beques, Turisme de Catalunya es fa càrrec del transport d'anada i tornada a la ciutat de destinació, així com del de l'època nadalenca. A més, a tots els becaris se'ls contracta una assegurança que cobreix el temps de durada de la beca.

A banda dels nous becaris que s'han incorporat el 2009, Turisme de Catalunya ha prorrogat set beques de la convocatòria 2008 per un termini d'un any, fins al 31 de març de 2010, quatre de les quals a França-París, dos a Alemanya-Frankfurt i una a Espanya-Madrid.

Programa CITIUS

Turisme de Catalunya i la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) col·laboren en el programa CITIUS d'inserció professional, que combina la formació acadèmica a la UAB amb la formació professional a l'entitat de turisme. Els objectius del programa CITIUS són oferir una formació

actualitzada i d'alt nivell mitjançant un títol de Postgrau en Gestió Empresarial; donar suport a l'accés al món laboral del titulat universitari, mitjançant l'oferta de pràctiques en empreses de diferents sectors i mercats, i també ajudar les empreses en la recerca de potencials talents amb voluntat d'aprendre i formar-se en la teoria i la pràctica.

Tres becaris CITIUS han iniciat la seva col·laboració el 2009, dos a la unitat de Màrqueting i un altre a la d'Operacions, la beca dels quals s'acabarà l'any 2010.

Els becaris CITIUS reben una remuneració mensual i se'ls subvenciona totalment el curs de postgrau.

La concessió de les beques que atorga Turisme de Catalunya té un doble objectiu: formar nous professionals turístics en el coneixement de la marca Catalunya, i proporcionar-los una experiència que els ajudi a incorporar-se al sector turístic català amb un coneixement específic dels principals mercats emissors.

Becaris de la 12a promoció de Turisme de Catalunya.



4

Accions de màrqueting i comunicació

Els principals objectius de les accions de màrqueting i comunicació que s'han dut a terme aquest 2009 han estat augmentar la notorietat i millorar la imatge de la marca **Catalunya** i del consorci. Campanyes de publicitat, acords estratègics amb mitjans de comunicació i l'aposta decidida per les noves tecnologies, entre altres iniciatives, han servit per donar suport i difusió a la tasca promocional i de màrqueting que duu a terme Turisme de Catalunya.



Campanya 2009: «Hazte fan de Catalunya»

Donar a conèixer l'oferta turística catalana és el principal objectiu de Turisme de Catalunya. Un instrument per aconseguir-ho és mitjançant la publicitat. Així, l'entitat posa tots els recursos per elaborar campanyes que arribin al màxim nombre de persones possible, tant a l'Estat espanyol com a l'estranger, i també en territori català.

L'any 2009 s'ha dut a terme una nova campanya de publicitat amb el missatge «Hazte fan de Catalunya». Estava dirigida al **mercat espanyol** i, a més de presentar al públic i al sector l'oferta turística catalana, tenia com a principal objectiu reforçar el posicionament de la marca Catalunya com una destinació multiproducte i de qualitat.

La campanya publicitària ha seguit les últimes tendències web 2.0 i ha volgut interactuar amb el públic objectiu fent servir les eines més innovadores en el camp de la comunicació *on-line*. Amb aquest objectiu s'ha creat un *microsite*, **www.haztefandecatalunya.com**, que funciona com una xarxa social en la qual els usuaris s'han convertit en una part activa de la creació de continguts i, fins i tot, han pogut fer-se fans de Catalunya a la xarxa

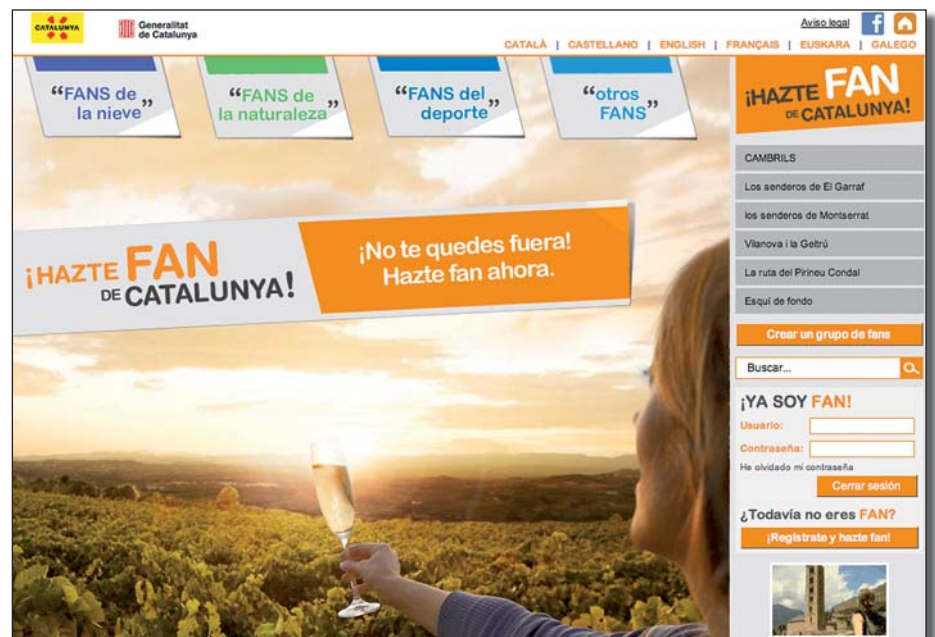
social **Facebook**, compartint les seves experiències, suggerint visites i penjant imatges de les seves vacances a Catalunya. El *site* es pot consultar en sis idiomes: català, castellà, basc, gallec, anglès i francès.

Per tal d'aconseguir visites i nous perfils d'usuaris, a més de continguts, s'ha elaborat una estratègia de mitjans que contempla els següents suports: accions especials a la **televisió**; **insercions a la premsa i en suplementos de viatges**; **publicitat on-line** als principals portals de viatges, a la premsa *on-line*, als cercadors, i a les xarxes socials, com ara Facebook. Els resultats de la campanya han estat molt positius, i cal destacar les 200.000 entrades al *site* i les més de 9.000 persones adherides al grup «fans de Catalunya».



Turisme familiar a la campanya ¡Hazte fan!

Imatges gràfiques i pàgina web de la campanya ¡Hazte fan de Catalunya!





Campanya Pirineus

Reforçar la imatge de la marca Pirineus és la finalitat d'aquesta campanya que durant el 2009 s'ha concretat en insercions a la premsa i revistes de viatges. És el cas de la creació i publicació d'un monogràfic a la revista *National Geographic* amb el nom «Pirineus de Catalunya», una acció que ha durat tot l'any amb diferents reportatges i insercions publicitàries. Els missatges de la campanya estan vinculats a les marques turístiques que configuren el territori pirinenc.

La marca Pirineus s'ha reforçat amb insercions a la premsa i revistes de viatges, entre elles, *National Geographic*.

Per a la campanya dirigida al mercat català, Turisme de Catalunya ha apostat per continuar amb el missatge «Que no t'ho expliquin», creat el 2007.

El turisme de neu ha rebut una atenció especial el 2009. S'han realitzat accions a la televisió, la ràdio i Internet, i també s'han fet insercions gràfiques a la premsa.

Campanya al mercat català

L'any 2009 ha continuat la campanya amb el missatge «Que no t'ho expliquin». És una campanya bàsicament gràfica, amb anuncis a la premsa i a les revistes de viatges, que té com a objectiu fer que els catalans considerin el seu territori com la millor opció a l'hora de programar les vacances. Com a novetat s'ha creat un *microsite* on els usuaris han pogut desenvolupar la seva creativitat elaborant ells mateixos un anunci per incorporar-lo a la campanya de publicitat.

Campanya de neu

El turisme de neu ha rebut aquest any 2009 una atenció rellevant pel que fa a la seva promoció publicitària. S'ha continuat amb el missatge de la campanya genèrica www.festefandecatalunya.cat.

Concretament, s'han fet accions especials a **televisió** –TV3, Canal 3/24 i 8TV–; **insercions gràfiques** a la premsa, revistes i publicitat exterior; falques a la **ràdio** i a **Internet**, amb presència a portals de viatges, premsa i *sites* especialitzats en el món de la neu que tenen com a objectiu impactar en el públic objectiu i adreçar els usuaris al *microsite* de campanya.

Al *site* s'ha creat una aplicació-joc amb la qual els usuaris poden jugar i baixar esquiant per totes les estacions d'esquí catalanes.

Pel que fa a la part gràfica de la campanya, com a novetat s'ha incorporat un **codi bidy** perquè el públic es pugui descarregar el joc directament al mòbil.

A la publicitat que s'ha fet a l'exterior s'ha fet servir tecnologia **bluetooth** per a la descarrega del joc.

Innovació i serveis d'informació

L'any 2009 ha estat un exercici especialment intens, ple de nous continguts i desenvolupament de projectes pel que fa a la innovació i als serveis d'informació de Turisme de Catalunya.

En compliment del pla de Tecnologies de la Informació i la Comunicació TIC 2005-2009, s'ha consolidat la posada en funcionament del nou model de gestió i de presència a canals i, d'aquesta manera, s'ha fet operativa una nova plataforma d'infraestructures pròpia de Turisme de Catalunya que ha de garantir l'agilitat i la dimensió adequada dels futurs projectes de l'Agència Catalana de Turisme.

La plataforma dona cabuda, entre altres, a les noves **eines de gestió corporativa** desenvolupades amb un CRM (*Customer Relationship Management*), un ERP (*Enterprise Resource Planning*), un gestor de projectes, un gestor documental i una intranet que enllaça amb l'eina de gestió del banc de continguts (InfoTur) i l'eina de gestió de canals (publicacions, Internet, dispositius mòbils, TV interactiva, etc.). Tots aquests recursos permeten fer una gestió integral dels clients, el negoci, els

projectes i els serveis, i es pot assegurar la màxima eficàcia i eficiència dels nous processos que s'han posat en marxa a l'organisme.

Pel que fa als canals, s'han acabat de desenvolupar les versions beta dels nous portals institucionals dirigits a l'usuari final, que entraran en funcionament amb la creació de l'Agència Catalana de Turisme: catalunya.com, cultura.catalunya.com, gastronomia.catalunya.com, actiunatura.catalunya.com i golf.catalunya.com. No obstant això, s'ha continuat treballant en el manteniment del portal turismede-catalunya.com i dels webs dels productes fins a l'alliberament dels nous portals.

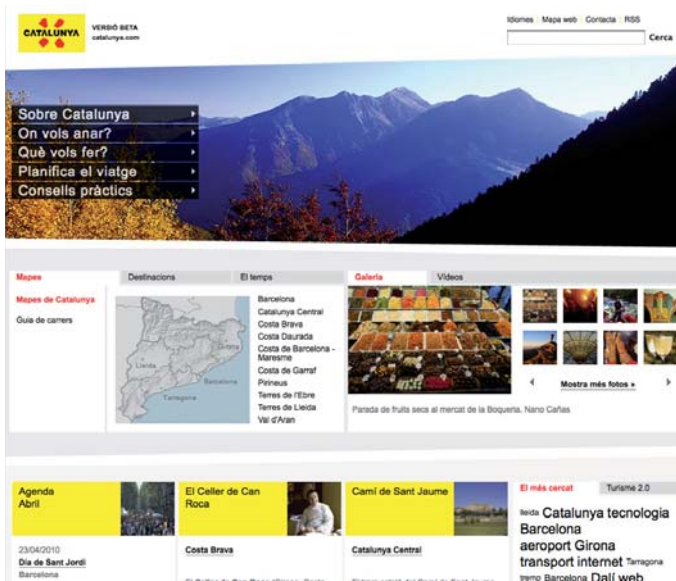
De manera paral·lela s'ha llençat una plataforma per gestionar la presència a les xarxes socials, el Catalunya Experience (experience.catalunya.com), i s'han creat canals a Flickr, YouTube, Facebook i Twitter. En l'àmbit dels professionals del sector, s'ha continuat gestionant a Internet tot el procés d'inscripció i organització de l'agenda als *workshops* de Turisme de Catalunya amb nous webs, així com a les Jornades de Mercats Emissors, i s'ha

posat en servei un generador de webs de *workshops* i jornades integrat amb el gestor de canals (amb el CRM i l'ERP).

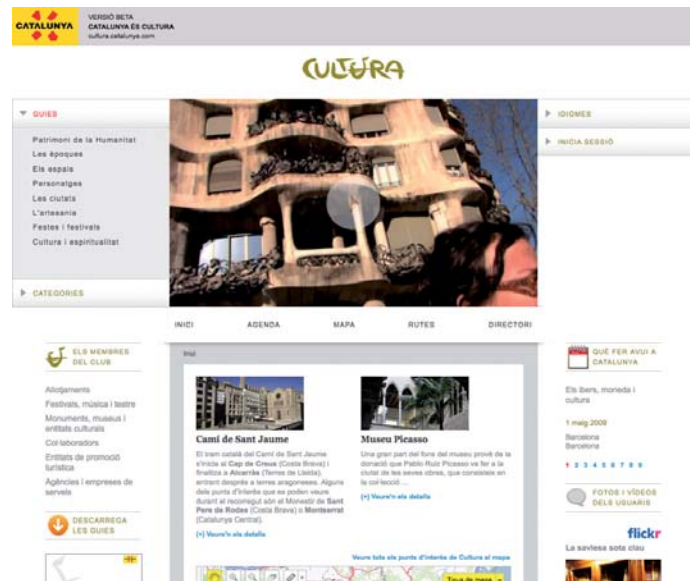
Amb relació a InfoTur, el banc de continguts, es manté en divuit idiomes, s'ha passat de 7.000 a 10.000 fotografies, s'han produït vuit vídeos en vuit idiomes i s'han georeferenciat els 15.000 POI (*Points of Interest*) del banc de continguts per permetre'n l'explotació amb cartografia a tots els canals digitals (mòbils, PC, TV interactiva, etc.). En paral·lel a la posada en marxa de la nova plataforma de sindicació de continguts, s'han atès més de tres-centes sol·licituds de continguts a InfoTur.

Pel que fa a la innovació, s'ha endegat el projecte Creació de Nous Escenaris per a la Innovació en Disseny de Productes i Serveis Turístics, que inclou un estudi de tendències i millors pràctiques d'innovació en serveis turístics, diferents tallers en col·laboració amb el sector per a la definició de nous escenaris d'innovació i el desenvolupament del model de negoci de dos dels escenaris en funció de la seva viabilitat.

Nou portal www.catalunya.com



Pàgina web de turisme cultural, www.cultura.catalunya.com



Premsa i comunicació

Turisme de Catalunya fa servir diferents eines de comunicació per informar de totes i cadascuna de les seves actuacions, ja sigui mitjançant comunicats de premsa, l'elaboració de publireportatges, dossiers de premsa, el butlletí electrònic, acords amb mitjans i altres.

Tot aquest material es pot trobar al lloc web www.catalunya.com.

Butlletí electrònic

Aquest és el segon any de funcionament del butlletí electrònic, de periodicitat trimestral, que es fa arribar a tots els professionals del turisme de Catalunya, un instrument clau a l'hora de comunicar-se amb el sector.

Per aquesta via, les persones vinculades al sector turístic reben puntualment informació detallada de les activitats de Turisme de Catalunya així com dels Centres de Promoció Turística, la qual cosa facilita la seva implicació en la projecció de la marca Catalunya.

El butlletí s'ha consolidat i ha registrat un augment del 17% en el nombre de visitants en aquest segon any. Es distribueix entre unes nou mil adreces de professionals del sector turístic català, com són les institucions turístiques, els col·lectius professionals, empreses, oficines de turisme, universitats, líders d'opinió i els diferents òrgans de govern de Turisme de Catalunya.

Altres eines de comunicació

Durant el 2009 s'han redactat prop de noranta comunicats de premsa que s'han distribuït als mitjans de comunicació de Catalunya, de la resta de l'Estat i també, de manera puntual, a l'estranger, en accions directes als mercats emissors. Així mateix s'han celebrat una trentena de rodes de premsa.

Les notícies generades pel sector turístic català s'han publicat a les principals revistes professionals especialitzades, i a la ràdio s'han fet prop de 140 entrevistes amb empreses i entitats dedicades al turisme d'arreu de Catalunya.

Tot plegat és fruit d'uns acords amb els mitjans, una estratègia l'objectiu de la qual és posar a l'abast de les empreses, esdeveniments i marques catalanes un

instrument de comunicació que serveixi ara per potenciar la comunicació corporativa de Turisme de Catalunya.

Com cada any s'ha actualitzat el Dossier de Premsa de l'entitat, amb una revisió dels continguts. D'aquest dossier se n'ha fet una versió en CD que també inclou imatges, que es pot consultar en sis llengües: català, castellà, anglès, francès, alemany i italià.

En el segon any de funcionament, el butlletí electrònic de Turisme de Catalunya s'ha consolidat i ha registrat un augment del 17% en el nombre de visitants. Aquest newsletter es distribueix entre 9.000 adreces de professionals del sector turístic català.

FITUR 2009. Atenció als mitjans per part del conseller Josep Huguet.



A més, s'han elaborat nombrosos publicitatges que han aparegut a diversos mitjans escrits d'arreu de l'Estat espanyol i també estrangers, tant generalistes com especialitzats. Com a novetat, aquest any s'ha començat a coordinar la secció de Turisme de la revista *Món.cat* (quadri-mestral), que elabora el consorci Patronat Catalunya Món.

També s'ha col·laborat en la convocatòria i organització de tres viatges de premsa: «Petits Grans Hotels», «Cuina i Golf» i «Pirineus». Així mateix, Turisme de Catalunya ha continuat la comunicació directa amb el sector iniciada el 2006, per facilitar a les empreses i institucions informes de valoració de les accions de promoció de Turisme de Catalunya (*workshops*, fires, *famtrips* i *presstrips*) en què participen.



Workshop Pirineus. El director de Turisme de Catalunya, Ignasi de Delàs, atenta la premsa.

Rodes de Premsa 2009

Data	Nom de l'acció	Lloc	Mercat	Producte
26-01-09	Fòrum Gastronòmic Girona	Barcelona	Catalunya	Gastronomia
28-01-09	Actuacions en Turisme 2009 + balanç 2008	Madrid	Catalunya	Genèric
29-01-09	Signatura Open d'Espanya 2009	Madrid	Catalunya	Golf
05-02-09	Presentació Circuit de Catalunya	Madrid	Catalunya	Esportiu
09-02-09	Presentació Open d'Espanya 2009	Madrid	Catalunya	Golf
12-03-09	Petits Grans Hotels de Catalunya	Madrid	Catalunya	Genèric
08-04-09	Presentació SITC 2009	Barcelona	Catalunya	Genèric
16-04-09	Inauguració SITC 2009	Barcelona	Catalunya	Genèric
23-04-09	Diada de Sant Jordi	Tolosa de Llenguadoc	Catalunya	Genèric
07-05-09	WS Cultura i gastronomia	Girona	Europa	Cultura - Gastronomia
19-05-09	Els 3 Monts	Madrid	Espanya	Actiu - Natura
28-05-09	Cloenda Any d'Itàlia	Venècia	Itàlia	Genèric
03-06-09	Presentació guia Vogant pel riu...	Barcelona	Catalunya	Actiu - Natura
04-06-09	Presentació Turisme Accessible	Madrid	Espanya	Accessible
12-06-09	Acord Costa de Barcelona Maresme	Barcelona	Catalunya	Genèric
17-06-09	Presentació Terres de l'Ebre	Madrid	Espanya	Genèric
09-07-09	Presentació Col·lectius Cuina	Madrid	Espanya	Gastronomia
24-07-09	Presentació Catalunya i Costa Brava	Sant Sebastià	Espanya	Cultura
17-09-09	Presentació Triangle Dalinià	Madrid	Espanya	Cultura
30-09-09	Presentació Challenge Costa de Barcelona-Maresme	Mataró	Catalunya	Esportiu
05-10-09	Presentació BCN Snow Show	Barcelona	Catalunya	Neu
05-10-09	Presentació ABTA	Barcelona	Catalunya	Negocis
14-10-09	Jornades de Mercats Emissors	Tarragona	Catalunya	Genèric
15-10-09	Jornades de Mercats Emissors	Lleida	Catalunya	Genèric
19-10-09	Conveni ONCE	Barcelona	Catalunya	Accessible
21-10-09	Jornades de Mercats Emissors	Olot	Catalunya	Genèric
30-10-09	Workshop Pirineus	La Seu d'Urgell	Catalunya	Pirineus
09-11-09	WTM	Londres	Regne Unit	Genèric
12-11-09	Presentació Pirineu Comtal	Madrid	Espanya	Cultura
20-11-09	Estudi cítrics Terres de l'Ebre	Barcelona	Catalunya	Gastronomia
27-11-09	Simposi Accessibilitat	Barcelona	Catalunya	Accessible
11-12-09	Conveni Circuit de Catalunya	Barcelona	Catalunya	Esportiu

Premis de Promoció Turística 2008

Un any més, Turisme de Catalunya ha atorgat els Premis de Promoció Turística. Aquesta és la vuitena edició d'uns guardons que valoren els treballs periodístics que fomenten la promoció de Catalunya.

L'acte de lliurament va comptar amb la presència de Joan Carles Vilalta, director general de Turisme, Josep Carles Rius, degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya, a la seu del qual es va fer l'acte, i altres membres del jurat.

La convocatòria dels guardons és alhora nacional i internacional. Aquest any hi optaven una cinquantena de treballs procedents de Catalunya, de la resta de l'Estat espanyol, de França, Itàlia, Rússia, el Regne Unit, el Benelux i la Xina. Aquesta variada procedència palesa clarament la consolidació internacional dels premis.

El jurat, format per professionals de l'entorn turístic i del periodístic, ha valorat els treballs publicats entre l'1 de gener i el 31 de desembre de 2008. La dotació dels premis és de 6.000 euros.

La llista dels periodistes i dels treballs guardonats amb els Premis de Promoció Turística 2008 és la següent.

- El programa *Ikh Nrvy* del periodista Kirill Zvagin, del Canal NTV de la televisió russa, per haver mostrat la identitat catalana i el conjunt de festes tradicionals que hi ha a Catalunya. Aquest premi correspon a la categoria de millor programa, treball o conjunt de treballs en format multimèdia (ràdio, televisió, Internet i altres canals), difosos pels suports de comunicació nacionals o internacionals, que promoguin el turisme a Catalunya.
- La periodista **Antònia Justícia**, redactora del reportatge «A Santiago desde casa» publicat a la secció «Vivir» de *La Vanguardia*. L'article fa un recorregut pel territori català del Camí de Sant Jaume, potenciant aquesta nova proposta turística a Catalunya. El guardó correspon a la categoria de millor treball o conjunt de treballs periodístics, difosos o emesos pels mitjans de comunicació catalans, que fomentin el turisme a Catalunya entre els catalans.
- El llibre *Le guide du routard-Catalogne 2008*, per aportar una informació cultural i pràctica sobre Catalunya i les seves marques turístiques, ha guanyat el premi en la categoria de millor llibre, en qualsevol idioma, que fomenti el turisme català.
- L'article «**Triangolo di natura**», publicat a la revista italiana *Plein Air*, i els periodistes Federica Botto i Alessandro de Rossi, pel seu article i fotografies dedicades al Delta de l'Ebre i al turisme actiu, han estat guardonats en la categoria de millor article o conjunt d'articles, difosos a través dels mitjans de comunicació nacionals o internacionals, que promoguin el turisme a Catalunya.

Els Premis de Promoció Turística premien els treballs periodístics nacionals i internacionals que han contribuït a fomentar el turisme a Catalunya. En aquesta edició s'han presentat una cinquantena de treballs procedents de Catalunya, la resta de l'Estat espanyol, França, Itàlia, Rússia, el Regne Unit, el Benelux i la Xina. Aquest fet permet dir que són uns premis plenament consolidats a escala internacional.

Lliurament dels Premis de Promoció Turística 2008. Els premiats amb els membres del jurat.



Guardons de Turisme de Catalunya 2009

L'empresari Jaume Soterias i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona han rebut els Guardons d'Honor del Turisme 2009.

Els Guardons de Turisme són un reconeixement de la Generalitat a la trajectòria de persones, empreses i entitats que contribueixen al desenvolupament del turisme a Catalunya.

Aquest any han arribat a la seva 24a edició i se n'han atorgat 22: dos premis d'honor, deu medalles turístiques i deu

diplomes turístics. **Jaume Soterias, del Grup Soterias**, va rebre la medalla d'honor per la seva dedicació a la restauració, mitjançant la qual ha potenciat la cuina i els productes mediterranis catalans.

La placa d'honor 2009 es va concedir al **Patronat de Turisme Costa Brava Girona**, per la tasca de promoció turística de les

comarques de Girona, i de les marques Costa Brava i Pirineu de Girona, que duu a terme des de fa anys.

enguany, el Patronat ha commemorat el Centenari de la Costa Brava amb l'organització de nombrosos actes, activitats i accions promocionals tant a escala estatal com internacional.

Enric Vilert, president del Patronat de Turisme Costa Brava Girona.



El president José Montilla lliura la medalla d'honor a Jaume Soterias.



Medalles i diplomes turístics

La Generalitat de Catalunya també ha atorgat medalles i diplomes turístics a les següents persones i entitats:

Medalles turístiques

- José Pérez Chillida, per la seva llarga trajectòria en el món de les agències de viatges i la formació.
- Joaquim Marqués i Bernat, pioner i empresari del sector del càmping.
- Antonio Ruiz Roldán, del parc aquàtic Water World, de Lloret de Mar.
- Lluís Camós i Provencal, per la seva dedicació al món de l'hoteleria i la restauració.
- Esteve Hugas i de Batlle, impulsor turístic del sector dels apartaments a la Costa Brava.
- Josep Lloret Collell, director del Festival de Músiques de Torroella de Montgrí i creador del Festival de Músiques Religioses del Món.
- Indaleci Salas i Graset, promotor turístic a la Costa Daurada.
- Francisco Soler i Barrera, del restaurant centenari Casa Poldo, a les Valls d'Aneu.
- Joaquim Domato i Bua, dinamitzador del turisme sostenible i respectuós amb el medi ambient a les Terres de l'Ebre.
- Josefa Ribes i Tomàs, per la seva trajectòria professional de més de 50 anys al Bar Restaurant Nicanor (Terres de l'Ebre).

Diplomes turístics

- Confortel Hoteles
- Viatges Alegret, SL
- Solmar Tours
- Hotel Llafranc, SL
- Masia Mas Fuselles
- Pirineu Emoció, agència de viatges, SA
- Restaurant Era Plaça
- Consorci Memorial dels Espais de la Batalla de l'Ebre
- Gaudí Centre Reus
- Museu Industrial del Ter

5

Productes turístics

programes i projectes
de desenvolupament

Turisme de Catalunya segmenta l'oferta turística catalana per productes i, a través de diferents eines, dóna suport a la seva comercialització. Els clubs de producte i els segells d'especialització Destinació de Turisme Familiar i Destinació de Turisme Esportiu són dues de les eines més destacades per dur a terme aquesta tasca, que té com a objectiu principal millorar la competitivitat d'empreses i municipis catalans.



Turisme Accessible

Durant l'any 2009 Turisme de Catalunya ha apostat de forma clara i decidida pel Turisme Accessible. Per això s'han organitzat actes, viatges i altres accions per donar a conèixer l'oferta de Catalunya per a les persones amb problemes de mobilitat, i s'han incorporat dues noves destinacions accessibles: Enoturisme Penedès i Turisme Industrial.



Cada any s'incorporen noves propostes a l'oferta turística accessible catalana, impulsada per Turisme de Catalunya.

Algunes de les actuacions més destacades són les següents:

- **Presstrip Costa Daurada.** Periodistes anglesos van participar en aquest viatge per conèixer l'oferta accessible de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre.
- **Open de Catalunya de Vela Accessible,** a l'Escala.
- **Copa del Món d'Esquí adaptat a La Molina.** Coincidint amb aquest esdeveniment, Turisme de Catalunya va convidar periodistes i agències de viatge del mercat espanyol, francès i alemany a visitar l'oferta accessible de Barcelona, Vic, la Garrotxa i els Pirineus.

- **Ponència a Viena,** sobre l'oferta turística accessible catalana. Catalunya és membre de l'European Network for Accessible Tourism (ENAT).
- **Ponència a La Pedrera,** en el marc d'una jornada dedicada a l'art accessible.
- **Presentació a Madrid** de l'oferta de Turisme Accessible a Catalunya.
- També s'ha signat un **Conveni amb la Fundació ONCE i l'ENAT.**

Altres accions

- **Actualització de recursos.** S'ha recopilat informació sobre l'adaptació d'uns 400 recursos, que abans de ser intro-

duïts al web han estat avaluats per AccesTurismo, empresa assessora de l'ACT per a aquest segment concret.

- **Noves incorporacions.** Les dues destinacions accessibles recentment incorporades, Enoturisme Penedès i Turisme Industrial, i tota la informació d'accessibilitat tant física com sensorial incorporada al Camí de Sant Jaume, formaran part de les novetats en la propera guia de destinacions accessibles.

Enoturisme Penedès i Turisme Industrial, noves propostes turístiques accessibles a Catalunya.

Turisme de Sol i Platja

El producte sol i platja és el més important per a Catalunya i, per tant, la tasca de promoció que duu a terme Turisme de Catalunya pivota, en gran mesura, sobre aquest segment.



Catalunya, una destinació de qualitat en el segment del Turisme de Sol i Platja.

La presència a nombroses fires de l'Estat espanyol, accions a mercats com ara el britànic, l'alemany o el rus, i diferents campanyes de publicitat tenen com a element bàsic el sol i platja.

Turisme familiar

Una de les estratègies de promoció que Turisme de Catalunya fa del turisme de sol i platja es fonamenta en la implantació, difusió i ajut a la comercialització de la marca Destinació de Turisme Familiar (DTF).

Destinacions de Turisme Familiar (DTF)

Destinació de Turisme Familiar (DTF) és una marca d'especialització creada per

Turisme de Catalunya, que es concedeix a destinacions especialment sensibles al turisme familiar. Amb aquesta marca, s'atorga un reconeixement als municipis o zones turístiques que ofereixen recursos i serveis de qualitat especialitzats en les famílies.

Catalunya té 10 Destinacions de Turisme Familiar (DTF) i tres més que es troben en procés de certificació. A finals del 2009 s'ha certificat Roses com a DTF, unint-se així a les ja certificades Blanes i Torroella de Montgrí-l'Estartit a la Costa Brava; Callders, Malgrat de Mar, Pineda de Mar i Santa Susanna a la Costa de Barcelona Maresme; i Calafell, Cambrils i Salou a la Costa Daurada. Els municipis que actualment es troben en procés de certificació són Calonge-Sant Antoni i Lloret de Mar a la Costa Brava, i Deltebre a les Terres de l'Ebre.

Al llarg de l'any 2009 s'ha estructurat i posat en marxa el nou Model de Gestió públic-privat de les Destinacions de Turisme Familiar, fruit d'un seguit de reunions de sensibilització amb el sector i trobades de treball amb els representants municipals de les diferents marques turístiques, que han permès definir una estructura organitzativa simple, representativa i operativa que possibilita a empreses privades i entitats públiques participar i decidir en el PAO de les DTF.

Les accions de promoció dutes a terme l'any 2009 han estat dirigides principalment als mercats de proximitat. Destaquen les següents:

- **Viatges de premsa.**
- **Fira Bebés & Mamás de Madrid.** L'oferta turística de les DTF es va promocionar amb un estand propi.

- **Club Super3.** Les DTF van ser presents a la Festa dels Súpers, a l'Anella Olímpica de Barcelona, a la qual hi van assistir 350.000 visitants.
- **Presentació a públic final.** S'han fet presentacions de les Destinacions de Turisme Familiar a Sant Sebastià i Tolosa de Llenguadoc.
- **Dia internacional de les Famílies.** Turisme de Catalunya va participar en aquesta jornada organitzada pel Departament d'Acció Social i Ciutadania al Parc de la Ciutadella de Barcelona.
- **Distribució de noves plaques identificatives de la marca.**
- **Edició i distribució del mapa infantil de carreteres de Catalunya a *El Píblico*.**
- **Les DTF a la BBC.** En el programa *Gimme a Break*.
- **Publicacions i web.** Realització del Catàleg de les DTF i actualització del web.

Turisme nàutic

Dues accions clau en la promoció del turisme nàutic català són els convenis de col·laboració amb les associacions catalana i espanyola d'estacions nàutiques per a la seva difusió.

Convenis de col·laboració

- **Club de fidelització *Sapos y Princesas*.** Mensualment, les DTF han protagonitzat la secció «Escapadas» a l'edició de Madrid de la revista per a nens *Sapos y Princesas*.
- **Patrocini «My Family Day»** al centre comercial Herón City (Las Rozas, Madrid).
- **Estacions Nàutiques de Catalunya.** Una de les accions més destacades d'aquest acord de col·laboració és la Jornada de Portes Obertes-Festa del Mar que les estacions nàutiques catalanes organitzen cada any.

Altres accions

- **DVD promocional.** Es va produir i distribuir el DVD promocional de les DTF a entitats i empreses certificades. També es van editar nous elements de marxandatge.

visita de cadascuna de les sis estacions nàutiques catalanes: l'Estartit-Illes Medes (Costa Brava), Badia de Palamós i Calonge-Sant Antoni (Costa Brava), Santa Susanna (Costa de Barcelona Maresme), Vilanova i la Geltrú (Costa de Garraf), Salou-Cambrils-Mont-Roig/Miami Platja (Costa Daurada) i Sant Carles de la Ràpita-Delta de l'Ebre (Terres de l'Ebre).

- **Asociación Española de Estaciones Náuticas.** S'ha renovat el conveni amb Turespaña i l'Asociación Española de Estaciones Náuticas per continuar donant impuls al turisme nàutic. En el marc d'aquest conveni, s'ha participat en diferents fires, s'ha col·laborat en l'organització de *presstrips* i *famstrips*, s'han endegat accions de màrqueting *on-line* i s'ha arribat a diversos acords amb turoperadors i agències de viatge, entre altres.

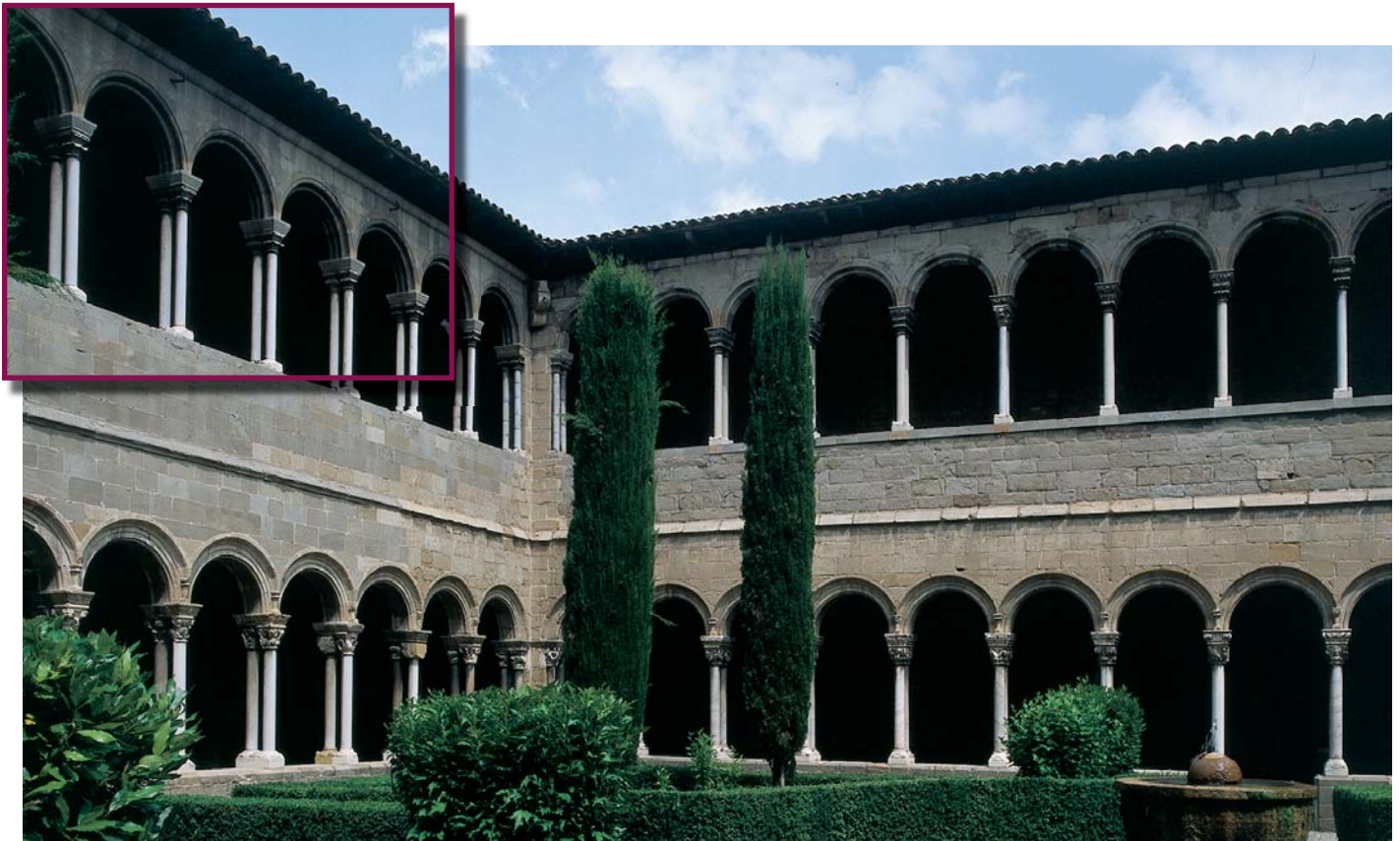
Les Estacions Nàutiques i les Destinacions de Turisme Familiar potencien el Turisme de Sol i Platja, element central en la tasca promocional de Turisme de Catalunya.

Pineda de Mar, una de les DTF catalanes.



Turisme Cultural

És important ressaltar l'aposta pel turisme industrial que s'està fent en quant al Turisme Cultural, com també la innovació dels productes en els viatges de premsa. Igualment, s'ha continuat amb la tasca de promoció del patrimoni cultural de Catalunya mitjançant tota mena d'actuacions.



Santa Maria de Ripoll. Un dels punts d'interès en diverses rutes de Turisme Cultural.

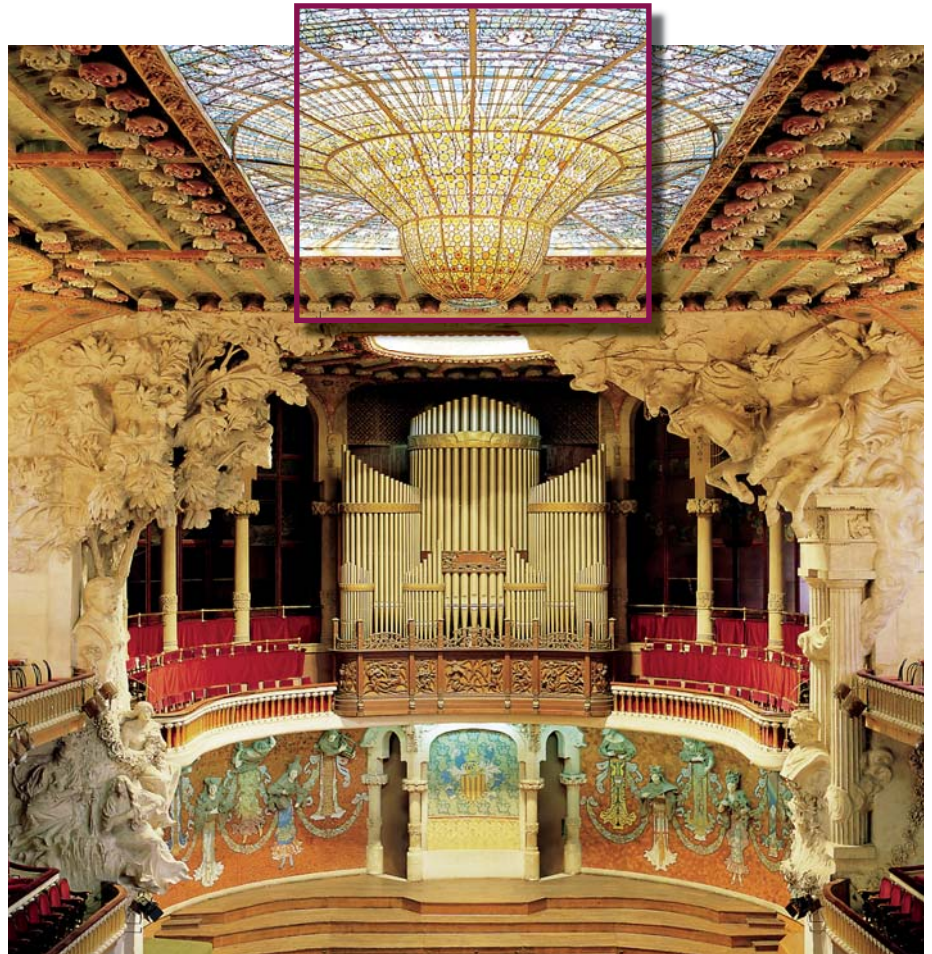
Club de Turisme Cultural

Les empreses i entitats adherides al Club de Turisme Cultural són 127, una xifra que creix contínuament. Al llarg de l'any s'han organitzat una sèrie d'accions de promoció en el marc del club, i s'ha participat en diferents fires, entre les quals hi ha les següents:

- **Famtrip i workshop de Cultura i Gastronomia.** Amb motiu del *workshop* de Cultura i Gastronomia que va tenir lloc a Girona, es van organitzar *famtrips* de turisme cultural, sobre Patrimoni de la Humanitat, *city breaks*, el Triangle Dalinià i l'oferta cultural de les Terres de l'Ebre. Hi van participar una bona part dels membres del club, que es van entrevistar amb els turoperadors dels diversos mercats emissors.
- **Viatges de familiarització amb operadors turístics del Benelux.** Es van organitzar dos *famtrips* amb operadors turístics del Benelux. Un literari, en què els participants van visitar Barcelona i la Costa Brava-Girona, i un altre sobre els indians, en què van conèixer les marques Garraf, Maresme i Costa Brava.
- **Viatges de premsa.** Aquest any, les temàtiques dels viatges de premsa han estat força noves i variades: romànic de la Vall de Boí, música, indians, la guerra del Francès.
- **Fira JOSP de Turisme religiós.** Turisme de Catalunya va ser present a la Fira JOSP, a Roma, amb un espai a l'estand de l'OET, i alguns membres del Club de Turisme Cultural van participar en el *workshop*.
- **Fira City Breaks.** La tercera edició de la fira City Breaks, de caràcter professional, es va celebrar a Göteborg. Turisme de Catalunya, com a membre de l'European Cities Marketing, hi va participar amb un estand compartit amb Turisme de Barcelona i el Patronat de Turisme de Tarragona.
- **Fira i Workshop de Turisme Cultural a Màlaga.** En el marc d'aquesta fira especialitzada en turisme cultural, es va

celebrar un *workshop*, amb 60 operadors turístics, principalment dels mercats europeus, i es van organitzar unes jornades de turisme cultural.

- **Festival de Jazz de Donosti.** Turisme de Catalunya va participar el mes de juliol en el Festival de Jazz de Donosti.
- **Jornades professionals i *networking*:**
 - **2a Jornada Tècnica del Club de Turisme Cultural.** Aquesta jornada es va fer als locals de Freixenet de Sant Sadurní d'Anoia, que s'ha adherit al club. S'hi va celebrar el primer *workshop* intern, amb entrevistes i reunions entre els mateixos membres del club.
 - **Creació de taules de treball: *Turisme Industrial* i *Turisme Religiós*.** Acord per crear dues taules de treball que han de permetre buscar noves formes de gestió i promoció d'aquests segments. ***Museus i monuments.*** Amb el propòsit de buscar noves fórmules de promoció i comercialització dels museus i monuments com a producte turístic, la taula de treball compta amb la participació de la Universitat de Barcelona, la Subdirecció General de Museus, la Universitat de Girona, Monumenta i tots els museus que gestionen de forma conjunta l'Art-Ticket.
- **Convenis de col·laboració:**
 - **Patrocini de festivals internacionals de música.** Com en anys anteriors i per vincular la marca Catalunya als esdeveniments musicals de caràcter internacional, es van patrocinar els festivals de música següents: Festival Internacional de Música de Torroella de Montgrí, Festival Internacional de Música del Castell de Peralada, Festival Internacional de Música de Cantornigròs (tots ells integrats a l'European Festivals Association) i la Cantada d'Havaneres de Calella de Palafrugell.
 - **Conveni amb el MNAC.** Continua vigent aquest conveni marc, signat l'any 2007, entre el Museu Nacional d'Art de Catalunya, Turisme de Barcelona i Tu-



Palau de la Música Catalana. Un dels membres del Club Turisme Cultural.

risme de Catalunya, en què s'estableix la col·laboració entre les tres entitats per promoure i impulsar arreu del món el coneixement del MNAC i de la seva oferta cultural entre el sector turístic i els professionals del turisme.

Altres accions

- **Benchmark de Turisme Industrial a la regió francesa del Loira.** Aquesta regió, líder a França pel que fa a visites d'empresa i patrimoni industrial, va acollir un *benchmark* de turisme industrial. Hi van participar 14 empreses catalanes i diversos ponents francesos, amb els quals es va debatre sobre la comercialització d'aquest producte.
- **Cicle de presentacions al Centre Cultural Blanquerna de Madrid.** Durant l'any, es va anar desenvolupant un cicle de presentacions de nous productes turístics, vinculats bàsicament al Turis-

me Cultural i Actiu-Natura, adreçades a operadors turístics, premsa i agències de viatge. Entre altres, s'hi van presentar la Ruta dels Tres Monts, el Triangle Dalinià i la Ruta del Pirineu Comtal i Abat Oliba.

- **Publicacions.** S'ha reeditat el **Catàleg del Club de Turisme Cultural** –que recull l'oferta de turisme cultural a Catalunya i l'oferta comercial dels membres del club–, amb una nova conceptualització i disseny. S'ha editat el **Mapa-guia de Turisme Cultural**, desplegable. S'han fet dues reedicions del Patrimoni de la Humanitat. I s'ha publicat el **Calendari de Festivals de Música a l'estiu**, fullet que recull els festivals de música que se celebren a Catalunya durant l'estiu, la distribució del qual es fa a les oficines de turisme de les ciutats i pobles on tenen lloc els certàmens, i també en els mateixos festivals.

Turisme Eno-gastronòmic

Les actuacions relacionades amb els Col·lectius de Cuina de Catalunya, el Fòrum Gastronòmic, el tancament de l'Any d'Itàlia i la celebració d'un *workshop* especialitzat en gastronomia i cultura són algunes de les accions desenvolupades durant el 2009.



La gastronomia catalana és un dels valors promocionals turístics més destacats de Catalunya.

Club de Turisme Gastronòmic

El Club de Turisme Gastronòmic està constituït per aules de cuina, restaurants i col·lectius de cuina, intermediaris i empreses de serveis relacionades amb el turisme gastronòmic, allotjaments i entitats de promoció turística de tot el territori català.

En acabar el 2009 formen part del club 77 empreses i entitats, 18 més de les que hi havia adherides al final del 2008. Aquest increment respon en part a la incorporació de moltes empreses relacionades amb l'entourisme. Les accions de promoció més destacades han estat les següents:

- **Workshop Cultura i Gastronomia** amb la participació de més de cinquanta empresaris i una quarantena d'operadors turístics. Es van desenvolupar, a més, cinc programes de familiarització paral·lels.
- **Viatges de premsa** amb periodistes especialitzats en gastronomia.

- **Fòrum Gastronòmic de Girona.** Turisme de Catalunya hi va estar present amb un espai d'informació enoturística, i va organitzar el II Congrés de Col·lectius de Cuina de Catalunya.
- **Barcelona Degusta.** Per primera vegada es va prendre part a la fira Barcelona Degusta, amb membres del club com a coexpositors.
- **Fira Augusto.** Es va patrocinar una àrea integrada per una desena de productors agroalimentaris catalans a la Fira Augusto de Bilbao, certamen que segueix la filosofia *Slow Food*.
- **Conveni de col·laboració amb l'Aula Gastronòmica de l'Empordà.**
- **Cloenda de l'Any d'Itàlia.** Es va organitzar un sopar gastronòmic a Venècia, a càrrec del Col·lectiu de Cuina Vallès.
- **Fitur.** El còctel ofert als professionals catalans va anar a càrrec del Col·lectiu de Cuina Joves Cuiners, mentre que el Terrat Gastronòmic el va gestionar l'Escola d'Hostaleria de Vilamallà.
- **Sopar gastronòmic a la World Travel Market.** Elaborat pel Col·lectiu de Cuina Penedès Fogons.

Altres accions

- **2a Jornada tècnica.** Els membres del Club de Turisme Gastronòmic van celebrar la segona Jornada Tècnica, per fer balanç de les accions de l'any i configurar el Pla d'Accions i Objectius per al 2010. També es va organitzar el primer *workshop* intern amb els membres del club.
- **Presentació dels Col·lectius de Cuina.** Amb la celebració a Madrid d'un sopar gastronòmic elaborat per representants dels Col·lectius de Cuina de l'Empordanet i Joves Cuiners.
- **Publicacions.** Durant l'any 2009 s'han editat el Calendari Gastronòmic, la Guia de Col·lectius de Cuina de Catalunya i el Catàleg del Club de Turisme Gastronòmic.

Turisme Esportiu

Turisme de Catalunya fonamenta la seva promoció del Turisme Esportiu a Catalunya a través de la marca Destinació de Turisme Esportiu.



Campionat del Món d'Eslàlom d'Aigües Braves. Parc del Segre.

Destinacions de Turisme Esportiu (DTE)

Aquest segell d'especialització creat per Turisme de Catalunya s'atorga a destinacions que es distingeixen per oferir recursos i serveis d'alta qualitat adreçats a esportistes d'elit, professionals, amateurs i turistes que vulguin practicar activitats esportives. Les DTE compleixen uns requisits esportius estàndards generals, com ara disposar d'instal·lacions de qualitat per practicar-hi diferents esports, i també específics per a les modalitats esportives en què està especialitzada la destinació.

Actualment hi ha 10 Destinacions de Turisme Esportiu (DTE) certificades a Catalunya: Banyoles-Pla de l'Estany, Blanes, Castelló d'Empúries-Empuriabrava i Lloret de Mar, a la Costa Brava; Calella i Santa Susanna, a la Costa de Barcelona Maresme; Castelldefels, a la Costa de Garraf; i la Seu d'Urgell, Sort i Val d'Aran, a Pirineus. Els municipis d'Ampostà (Terres de l'Ebre) i Cambrils (Costa Daurada) es troben en procés de certificació. Aquest 2009, les noves adhesions són:

- **Blanes.** Amb aquesta certificació, la Costa Brava compta amb tres municipis

certificats. Blanes ha estat certificada en les modalitats d'esports col·lectius, vela lleugera i futbol. Així mateix, la Nova Ciutat Esportiva permetrà la pràctica de 30 esports diferents.

- **Castelldefels.** El municipi ha obtingut la certificació DTE en les modalitats de rem, piragüisme, tennis i futbol. És la primera vegada que un municipi obté la certificació en la modalitat de tennis.

A més d'aquestes incorporacions, l'any 2009 s'han fet diferents accions de promoció i comercialització per impulsar Catalunya com a destinació de turisme esportiu, i en particular les DTE.

- **Campionat del Món d'Eslàlom d'Aigües Braves a la Seu d'Urgell.** Per cobrir aquest esdeveniment es va organitzar un viatge de premsa especialitzada amb periodistes procedents de l'Europa Oriental i de Rússia. A més, la marca DTE va tenir una presència destacada a la zona d'expositors del campionat i en diferents punts del traçat.

- **Convenis de col·laboració:**

- **Challenge Costa Barcelona Maresme.** Turisme de Catalunya va patrocinar el

triatló que es va fer a la Costa Barcelona Maresme i que va comptar amb la participació de més de 1.800 atletes i la presència de 80.000 espectadors d'arreu del món. Paral·lelament es va organitzar un viatge de premsa internacional especialitzada.

- **Acord amb el FC Barcelona.** Aprofitant la presència del FC Barcelona en diverses ciutats europees per jugar partits de la Champions League, es van fer presentacions conjuntes.

- **Acord amb l'equip de Rugbi USAP de Perpinyà.** L'equip de rugbi de la Unió Esportiva Arlequins de Perpinyà (USAP) i Turisme de Catalunya van signar un acord per promocionar l'esport de Catalunya en els mercats internacionals.

- **Circuit de Catalunya.** Fruit del conveni de col·laboració entre Turisme de Catalunya i Circuit de Catalunya, i en el marc de la Jornada de Portes Obertes per als socis del Circuit, es va organitzar una prova d'habilitat de BTT, promocionant la marca DTE, on els més petits podien combinar el lleure amb la pràctica de l'esport.

Turisme Actiu-Natura

Durant aquest exercici, per presentar i promocionar l'oferta conjunta de Turisme Actiu i de Natura, s'han fet una sèrie d'accions específiques orientades als mercats de proximitat, com són l'espanyol i el francès, principalment, i també al Benelux i a la resta d'Europa.



Turisme ornitològic. Un dels productes especialitzats dins del Turisme de Natura.

Club Turisme Actiu-Natura

L'any 2009, cent empreses i entitats formen part del Club Turisme Actiu-Natura.

De les actuacions organitzades per Turisme de Catalunya pel que fa al producte Turisme Actiu-Natura destaquen:

- *Cinc workshops* de producte:
 - 1 *Workshop* a Tolosa de Llenguadoc.
 - 3 *Workshops* a València, Madrid i Bilbao.
 - 1 *Workshop* a Wijk aan Zee (Holanda).
- *Workshop Pirineus*. El producte Turisme Actiu-Natura i la marca Pirineus van participar activament a la sisena edició del *Workshop Pirineus*, celebrat a la Seu d'Urgell amb turoperadors d'Alemanya, Suïssa i Àustria.
- *Viatge de familiarització al Pirineu de Lleida*.

- *Viatge de familiarització Senderisme i Gastronomia*, per la Costa Brava.
- *Participació a 10 fires específiques*.

Altres accions

- *2a Jornada Tècnica Club Turisme Actiu-Natura*. Amb la celebració del **1r Workshop intern del Club**. La jornada va servir per facilitar el *networking*, estimular la creació de productes i presentar-ne de nous.
- *Presentació de la ruta Els 3 Monts*. Dins del cicle de presentacions al Centre Cultural Blanquerna a Madrid.
- *Publicacions*. L'any 2009 s'ha editat el nou *Catàleg del Club Turisme Actiu-Natura*. També s'ha iniciat l'edició de la *Guia de Turisme Ornitològic* en versió alemanya, i l'estructuració i definició de continguts del *Mapa-guia de Turisme Actiu-Natura*.

Centres BTT Catalunya

L'any 2009 s'ha celebrat el desè aniversari de la inauguració del Centre BTT del Pla de l'Estany-Banyoles, el primer de Catalunya. Amb la incorporació aquest any del Centre BTT Plana de Vic, la xarxa compta amb 17 Centres BTT i més de 5.300 km senyalitzats.

- *Seguint amb l'acord signat* amb el Consell Català de l'Esport i la Federació Catalana de Ciclisme, l'any 2009 Turisme de Catalunya ha executat el Pla de Promoció dels Centres BTT Catalunya.
- *Presstrip a la Vall de Sau Collsacabra*.
- *Participació al Bike Show BCN*.
- *Jornades professionals i networking*. Trobada anual amb els Centres BTT Catalunya que integren la xarxa.
- *Reportatge a la revista Grandes Espacios*.

Turisme de Golf

Les accions més destacades pel que fa a Turisme de Golf dutes a terme durant el 2009 han estat relacionades amb l'Open d'Espanya de Golf, i també s'han organitzat *workshops* específics de producte.



Turisme de Catalunya, patrocinador de l'Open d'Espanya de Golf 2009, celebrat a la Costa Brava.

Club Turisme de Golf

Amb el Club de Turisme de Golf, Turisme de Catalunya dóna suport a la comercialització d'aquest segment específic de turisme i el promou en els principals mercats emissors, per consolidar el posicionament de Catalunya com a destinació de turisme de golf. El nombre d'empreses i entitats adherides al club en acabar el 2009 és de 71. A l'octubre es va fer a PortAventura la segona Jornada Tècnica del Club de Golf de Turisme de Catalunya, en què es va presentar el pla d'accions per a l'any 2010.

Les accions de promoció més destacades de turisme de golf desenvolupades durant el 2009 han estat les següents:

- **Workshop IGTM.** Al *workshop* que es va celebrar a Marbella al novembre hi van participar diversos membres del Club de Turisme de Golf dins l'espai de Catalunya. En aquesta acció de referència a escala internacional es troben els principals operadors i l'oferta de turisme de golf.
- **Workshop invers a Navata.** Turisme de Catalunya va organitzar un viatge de familiarització i un *workshop* amb operadors turístics dels principals mercats

emissors en turisme de golf: països nòrdics, Regne Unit i Irlanda.

- **Workshop directe a Regne Unit i Irlanda.** Amb l'objectiu d'enfortir el posicionament de Catalunya com a destinació de turisme de golf en aquests mercats, es van celebrar a les ciutats de Londres i Dublín.
- **Workshop TTG.** Turisme de Catalunya va participar en un *workshop* organitzat per TTG especialitzat en turisme de golf al mercat italià.
- **Open d'Espanya.** La 84a edició de l'Open d'Espanya es va celebrar al PGA Golf de Catalunya de Caldes de Malavella. Turisme de Catalunya, conjuntament amb el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, va patrocinar aquest esdeveniment, en què van participar més de 150 jugadors professionals del circuit europeu.

Amb motiu d'aquest esdeveniment, es va organitzar un viatge de familiarització amb turoperadors nòrdics. El programa va començar a la Costa Daurada i va finalitzar a la Costa Brava. Turisme de Catalunya també va col·laborar amb el Patronat de Turisme Costa Brava Girona en un viatge de periodistes

especialitzats en turisme de golf que cobrien l'esdeveniment.

- **Viatge de premsa Cuina i Golf.** Turisme de Catalunya va col·laborar en un viatge de premsa amb periodistes nacionals especialitzats en turisme de golf i turisme gastronòmic. En ell es van donar a conèixer els atractius turístics de la Costa Brava.
- **Viatge de premsa Il Mondo del Golf.** Es va organitzar un viatge amb periodistes de la revista *Il Mondo del Golf* per promocionar Catalunya com a destinació de turisme de golf al mercat italià.
- **Open d'Itàlia.** Es va participar per primera vegada en aquest Open, que va tenir lloc a Torí.
- **Fira Rheingolf i London Golf Show.** Turisme de Catalunya va estar present en aquestes fires, a Colònia i a Londres, amb un estand propi.
- **Irish Open, BMW International Open 2009 i Omega European Masters.** Durant 2009 Turisme de Catalunya va assistir a aquests torneigs, celebrats a Turnberry (Irlanda), Munic i Crans Montana (Suïssa), respectivament. Hi va participar amb les corresponents OET.

Turisme de Neu

Durant el 2009 Turisme de Catalunya ha promocionat el Turisme de Neu amb l'organització de diverses accions i la participació en esdeveniments especialitzats.



Les estacions catalanes participen en la difusió que Turisme de Catalunya fa del Turisme de Neu i de Muntanya.

- **Copa del Món d'Esquí Alpí per a Discapacitats.** Amb motiu d'aquest esdeveniment, que va tenir lloc a La Molina,

es va organitzar un viatge de premsa i familiarització de turisme accessible multimercat, en el qual es va donar a

conèixer l'oferta accessible de l'estació de muntanya, alhora que es va poder gaudir de la competició i d'altres activitats adaptades a la neu.

Un dels viatges de premsa organitzats per Turisme de Catalunya.



- **Viatges de familiarització.** Es van fer *famtrips* vinculats als programes de treball Pirineus i Pirineos.
- **Esquí y Montaña-Naturiva i Ski Mountain.** Es va participar en aquestes dues fires específiques de turisme de neu, celebrades a Madrid i València, respectivament.

Altres accions

- **Patrocini de la cursa Pirena 2009.** Turisme de Catalunya va patrocinar la tradicional cursa en trineus arrossegats per gossos que travessa els Pirineus i que és una de les proves més importants del calendari europeu de múixing, puntuable per a la Copa del Món i per a la Copa d'Europa d'aquesta especialitat.

- **Patrocini i participació al Barcelona Snow Show.** Turisme de Catalunya va ser copatrocinador d'aquesta competició de *snowboard* i esquí en la modalitat de Big Air puntuable per a la Copa del Món de la Federació Internacional d'Esquí (FIS), celebrada a l'Estadi Olímpic Lluís Companys de Barcelona. Per a l'ocasió es va construir

un trampolí de salts modular de grans dimensions i es van utilitzar els més avançats sistemes de creació de neu artificial. Turisme de Catalunya va participar com a expositor junt amb la resta d'oferta de turisme de neu a Catalunya, en un tendal en el *village* que hi havia com a àrea comercial i des d'on es va difondre la informació de neu.

- **Campanya publicitària.** Es va fer una campanya de neu específica per al mercat català i espanyol amb el lema «Que no t'ho expliquin».
- **Publicacions.** S'ha reeditat el catàleg *Catalunya és Neu* per donar cobertura a totes les accions promocionals de la temporada.

Turisme LGBT

Catalunya és una destinació capdavantera pel que fa a l'oferta turística per a aquest segment de mercat.



L'oferta LGBT també té el seu espai en la promoció catalana.

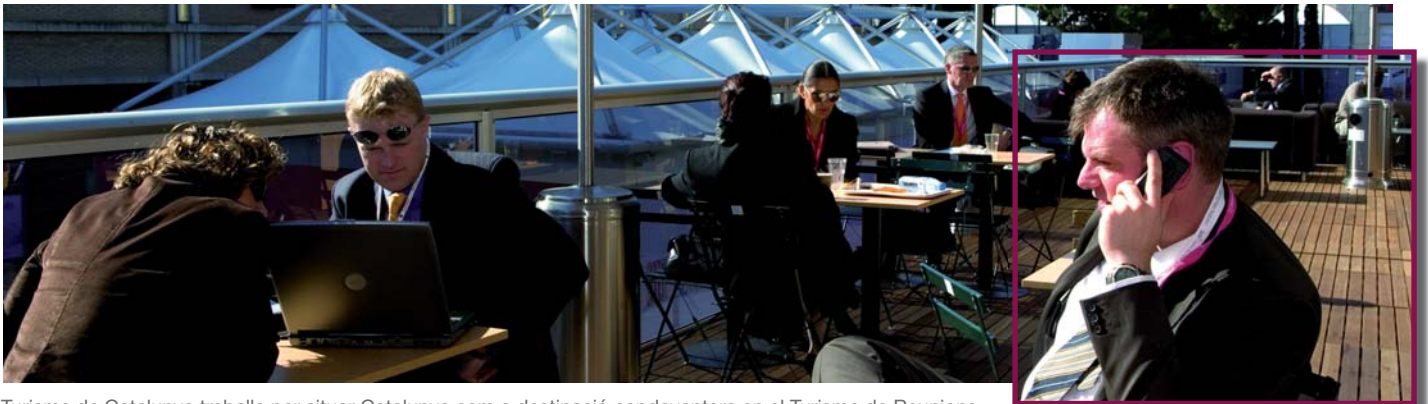
Entre les accions portades a terme pel que fa al Turisme LGBT durant el 2009 destaquen les següents:

- **Viatge de premsa.** Turisme de Catalunya va organitzar un *presstrip* multimercat a Barcelona i Sitges per presentar l'oferta de turisme LGBT a Catalunya amb motiu del Dia de l'Orgull.
- **SITC.** En el marc del SITC, i dins dels actes organitzats al Pinkcorner, Turisme de Catalunya va presentar una ponència sobre l'oferta turística LGBT.
- **Edició de la versió francesa** de la Guia del Turisme LGBT (Lesbià, Gai, Bisexual i Transsexual), que ja estava disponible en català, castellà i anglès.
- Actualització i revisió periòdica del web de producte www.catalunya-lgbt.com que recull l'àmplia oferta existent a Catalunya pensada específicament per a aquest col·lectiu, així com l'oferta anomenada *gayfriendly*. Aquest web es pot consultar en català, castellà, anglès i francès.



Turisme de Reunions

Per donar suport i promocionar aquest segment, Turisme de Catalunya ha assistit a les principals fires internacionals especialitzades en Turisme de Negocis. També s'ha donat resposta a demandes sorgides en mercats estratègics, tant pel que fa a l'organització de viatges de familiarització i premsa centrats en turisme de reunions, com donant suport a esdeveniments de gran interès turístic i econòmic per al territori.



Turisme de Catalunya treballa per situar Catalunya com a destinació capdavantera en el Turisme de Reunions.

De les accions de promoció que s'han dut a terme destaquen les següents:

- **Workshop de PortAventura a París.** Turisme de Catalunya va participar en un *workshop* específic per al sector MICE francès i premsa especialitzada, organitzat per PortAventura Business & Events a París.
- **Viatge de premsa per a periodistes britànics** de la revista *International Event Organizers*.
- **Viatge de familiarització per a set operadors de l'empresa CYTS MICE**, una de les més importants agències especialitzades en turisme de reunions de la Xina i emissors internacionals.
- **Congrés de l'empresa Michelin de Xina**, a Barcelona, al qual van assistir 500 operadors.
- **Road Show Red Table.** Turisme de Catalunya va participar en el *roadshow* Red Table per Frankfurt, Munic i Colònia, les tres principals ciutats generadores de reunions d'Alemanya. La iniciativa es va impulsar conjuntament amb altres sis destinacions: Graubünden (Suïssa), Irlanda, Malta, Montene-

gro, Suècia i Dinamarca. Els participants catalans van mantenir unes vuitanta entrevistes amb potencials compradors.

- **EIBTM.** Turisme de Catalunya va participar a l'EIBTM amb estand propi, en el qual també hi figuraven com a co-expositors els *convention bureaux* provincials i locals de Girona, Lloret, Costa Daurada, Sitges, Lleida i Tarragona. Es van atendre unes cinquanta reunions i visites de professionals i es van organitzar presentacions dirigides a compradors de mercats europeus. Amb la col·laboració dels CPT, es va impulsar un programa de *hosted buyers* propi que comprenia la coordinació, amb posterioritat a la fira, de dos viatges de familiarització, un d'ells dedicat a mercats de proximitat (el Regne Unit, França i el Benelux), i l'altre íntegrament al mercat francès. Es va organitzar un sopar amb presentació de Catalunya i Barcelona a un grup de 15 agents compradors xinesos especialitzats en turisme de reunions.
- **IMEX.** Aquesta fira especialitzada que se celebra a Frankfurt va comptar amb la presència de Turisme de Catalunya, que

en el seu estand va aglutinar l'oferta catalana dels *convention bureaux* de Girona, Sitges i la província de Barcelona, a més del Circuit de Catalunya. Es van fer uns 50 contactes i, conjuntament amb el Barcelona Convention Bureau, es van organitzar tres presentacions.

- **MICE Business Travel Fair.** Turisme de Catalunya, mitjançant el CPT del Benelux, va participar per primer cop en un estand sota el paraigua de Turespaña a la fira-*workshop* MICE Business Travel Fair a Amsterdam, des d'on es va establir contacte amb uns 260 operadors del mercat del turisme de reunions holandès.

Altres accions

- **Convenció Anual d'ABTA.** Turisme de Catalunya va donar suport a Turisme de Barcelona en l'organització de la convenció anual d'ABTA (Association of British Travel Agencies).
- **Congrés ICCA.** Turisme de Catalunya va participar, a través del CPT Itàlia, al congrés anual d'ICCA (principal associació internacional) a Florència.

Turisme de Salut i Benestar-Wellness

Les accions més destacades pel que fa al Turisme de Salut i Benestar desenvolupades durant l'any 2009 han estat les destinades a promoure i ajudar en la comercialització d'aquesta oferta, i potenciar les iniciatives adreçades a aquest sector, implicant-hi les empreses que ofereixen aquest producte.



El Turisme de Salut i Benestar és un producte amb un gran potencial a Catalunya.

Club de Turisme de Salut i Benestar

És el club de creació més recent. Durant l'any 2009 s'ha treballat en la seva estructuració, definició i conceptualització. Mitjançant aquest club, Turisme de Catalunya pretén donar suport a la comercialització d'aquest segment específic de turisme i promocionar-lo en els principals mercats emissors, per enfortir així el posicionament de Catalunya com a destinació de turisme de salut i benestar.

Formen part del Club de Turisme de Salut i Benestar una vintena d'empreses i entitats, entre les quals hi ha balnearis, centres de wellness, spas, centres de talassoteràpia i centres lúdics termals, intermediaris, allotjaments i entitats de promoció turística de tot el territori català.

Les accions de promoció més destacades de Turisme de Salut i Benestar que

s'han portat a terme al llarg del 2009 han estat les següents:

- **Viatge de premsa per al mercat rus.** Es va organitzar un viatge amb periodistes russos especialitzats per promocionar Catalunya com a destinació de turisme de salut i benestar. Els participants van visitar la Costa Brava, Catalunya Central i Costa Daurada.
- **Termatalia.** Turisme de Catalunya va participar a la fira d'Ourense amb estand propi i l'assistència de membres del nou Club de Turisme de Salut i Benestar.
- **Presstrip Programa Salut.** Juntament amb el CPT que Turisme de Catalunya té als Països de l'Est, es va organitzar un viatge de premsa amb el primer canal estatal de la televisió russa, que emet setmanalment el programa «Zdorovie» (Salut), en el qual es tracten

temes de salut, noves tecnologies mèdiques i consultes mèdiques. La gravació es va centrar bàsicament en el turisme mèdic i en donar a conèixer l'oferta existent a Catalunya, més concretament Barcelona.

- **2nd World Medical Tourism & Global Health Congress.** Aquest congrés, celebrat a Los Angeles, va comptar amb la presència de Turisme de Catalunya. L'entitat va viatjar als Estats Units per promocionar Catalunya com a destinació de turisme de salut i benestar i de turisme mèdic.
- **Adhesió a la Medical Tourism Association.** L'any 2009 Turisme de Catalunya s'ha inscrit a la Medical Tourism Association, associació internacional especialitzada en turisme mèdic, amb l'objectiu de donar a conèixer Catalunya com a destinació de turisme mèdic.

Pirineus

Per donar a conèixer i consolidar la marca Pirineus i el model turístic que representa se segueix amb el Pla de Promoció dels Pirineus, que posa en valor els recursos turístics de les comarques que en formen part i destaca la diversitat i la qualitat de l'oferta i la seva capacitat per desestacionalitzar la demanda. Aquest pla està acordat pel Departament de Política Territorial i Obres Públiques a través de l'IDAPA, Turisme de Catalunya, el Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida, el Patronat de Turisme Costa Brava Girona i el Conselh Generau d'Aran.



6è Workshop Internacional Pirineus, a la Seu d'Urgell.

Les comarques que formen la marca Pirineus són 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.

Són moltes les accions que es desenvolupen dins del Pla Pirineus, com viatges de familiarització, presentacions, participació a fires, campanyes de publicitat en premsa especialitzada i divulgació del web www.visitpirineus.com. El 2009 les més destacades han estat les següents:

- **Workshop directe a Madrid.** La marca Pirineus va aprofitar el *workshop* liderat pel Club de Turisme Actiu per col·laborar i convidar les empreses dels Pirineus.
- **6è Workshop Internacional Pirineus.** Va tenir lloc a la Seu d'Urgell i es va convidar els mercats alemany, suís i austríac. Es van organitzar dos *fam-trips* per als turoperadors estrangers: Actiu-Natura i Cultural-Natura. Per als venedors, es va organitzar una jornada de formació sobre Turisme i Web 2.0.
- **Organització de les Jornades Inverses de Comercialització.** Es va celebrar a La Molina, amb turoperadors portuguesos. També es va participar en la que es va fer a Benasc amb turoperadors italians.
- **Presstrips Pirineus.** S'han organitzat dos viatges a través dels Pirineus de Lleida i Girona destinats, principalment,

a periodistes de Madrid, per tenir una major incidència en els mitjans d'aquesta comunitat i donar a conèixer el territori en el seu conjunt.

Altres accions

- **Presentació de Pirineus a Milà.** Aquesta presentació va comptar amb la presència de turoperadors, prescriptors i premsa especialitzats en turisme actiu i natura i de neu.
- **Publicitat de la marca en diferents mitjans.** Algunes de les publicacions on ha aparegut la marca Pirineus són: *Panxing Pirineus*, una revista quadrimestral en la qual s'han publicat articles en dos números. *GEO Guide*,

revista mensual francesa amb una tirada de més de 300.000 exemplars de gran qualitat i impacte mediàtic, on es va publicar una guia completa dels Pirineus. *National Geographic*, amb més de 63.000 exemplars mensuals, que va dedicar un monogràfic als Pirineus en una edició especial de «Viajes National Geographic».

Altres revistes destacades amb les quals es va treballar són: *Evasión*,

Grandes Espacios, Viajeros i *T&A Turismo rural y deportes de Aventura*.

- **Publicacions i web.** Entre altres, s'han elaborat els següents materials: una traducció a l'alemany de la *Guia de Sensacions*, el *Manual Turístic*, i el *Llibre de Viatge*. S'ha fet l'actualització i impressió de la *Guia de Sensacions* i el *Llibre de Viatge* en castellà. I l'actualització del mapa de carreteres en català i castellà.

- **Actualització periòdica i millora del web** www.visitpirineus.com amb noves seccions (Parcs, Accions de Pirineus, *Workshop* Pirineus); s'ha millorat el cercador, amb més subcategories i *links* relacionats, i s'han fet actualitzacions, com ara el calendari de caminades 2009, mapes de carreteres i accessos de l'Institut Cartogràfic de Catalunya, informació d'esports... També s'ha traduït el web a l'alemany.

Tercera Assemblea de Clubs de Producte

A l'abril, l'edifici de La Pedrera, a Barcelona, va ser l'escenari de la Tercera Assemblea de Clubs de Producte, en què, juntament amb empresaris del sector, es van buscar fórmules conjuntes per enfortir la competitivitat de l'oferta turística catalana i fer front a la crisi econòmica que s'està vivint actualment.

Aquesta assemblea se celebra anualment amb la voluntat de buscar la complicitat i implicar directament el sector privat en l'execució de les accions promocionals i de comercialització de l'oferta turística catalana.

Hi van participar gairebé 150 empreses i entitats catalanes, en una jornada en què es va emfatitzar la necessitat de continuar apostant per l'especialització de productes, així com flexibilitzar i adaptar la promoció de cada un dels productes turístics als reptes i prioritats de cada mercat, fent accions cada cop més eficients. Durant l'assemblea, Turisme de Catalunya va presentar el balanç de resultats del 2008, i noves propostes de futur.

Una d'aquestes propostes per ajudar les empreses a trobar noves oportunitats de negoci ha estat l'organització de jornades internes per clubs de producte, reunions propícies per fer *networking*, intercanviar experiències i establir sinergies entre empreses d'un mateix sector.

Un any després del canvi de model en la gestió dels Clubs de Producte de Turisme

de Catalunya es valora la major implicació de les empreses que en són membres en la definició del pla d'accions.

Actualment, els cinc Clubs de Producte de Turisme de Catalunya –Actiu, Cultura,

Gastronomia, Golf i Salut i Benestar–, apleguen prop de 350 membres.

En els últims tres anys, el nombre de membres que formen part d'algun d'aquests cinc clubs ha augmentat més d'un 30%.

Tercera Assemblea de Clubs de Producte, a La Pedrera (Barcelona).



Publicacions específiques de productes turístics



Una de les fórmules de promoció turística és la publicació de catàlegs, guies, fullets o mapes per facilitar la informació tant als professionals del sector com al públic final.

Al llarg de l'any s'ha treballat amb moltes publicacions específiques dels diferents productes turístics, entre noves edicions, reedicions i reimpressions.

Entre les novetats cal esmentar la Guia de Col·lectius de Cuina de Catalunya; els catàlegs de Turisme Actiu-Natura, Turisme Gastronòmic i el de Turisme Familiar; i el mapa-guia Camí de Sant Jaume.

Publicacions de producte

Títol	Públic*	Tipus edició			Tiratge	Idiomes**
		nova	reedició	reimpr.		
Catàleg Turisme Actiu - Natura	F/P	X			30.000	Ct, Cs, An, Fr, A, I
Catalunya és neu	F/P		X		8.000	Ct, Cs
Guia de Turisme Ornitològic	F/P			X	12.000	Ct, Cs, An, Fr
Catàleg Club de Turisme Cultural	F/P		X		30.000	Ct, Cs, An, Fr, A, I
Calendari Festivals de Música d'Estiu	F/P		X		50.000	Ct/Cs/An, I/A/Fr
Mapa-Guia Camí de Sant Jaume	F/P	X			15.000	Ct/Cs, Fr/An, A/I
Mapa Catalunya és Cultura	F/P		X		60.000	Ct, Cs, An, Fr, A, I
Catàleg Club de Turisme Gastronòmic	F/P	X			30.000	Ct, Cs, Fr, An, A, I
Agenda Gastronòmica	F		X		4.000	Ct
Calendari Gastronòmic	F/P		X		6.500	Ct, Cs, Fr, An, A, I
Guia Col·lectius de Cuina	F/P	X			20.000	Ct, Cs, Fr, An, A, I
Catàleg Turisme Familiar	F	X			13.000	Ct, Cs, Fr, An, A
Fullet de Clubs	F/P		X		5.000	Ct, Cs, An
Turisme LGBT	F	X			2.000	Fr
Guia de Sensacions	F/P	X			5.000	A
Guia de Sensacions	F/P		X		3.000	Cs
Llibre de viatge	F/P	X			3.000	A
Llibre de viatge	F/P		X		3.000	Cs
Mapa Pirineus 2009	F/P	X			40.000	Ct, Cs, An
Catàleg de Productes i Serveis	F/P	X			10.000	Ct

* Públic: F: final, P: professional.

** Idiomes: Ct: català, Cs: castellà, Fr: francès, An: anglès, A: alemany, I: italià..

Cal destacar que moltes de les publicacions de Turisme de Catalunya es tradueixen a diferents llengües, com castellà, francès, anglès, alemany i italià, per arribar així a un nombre molt més elevat de destinataris.



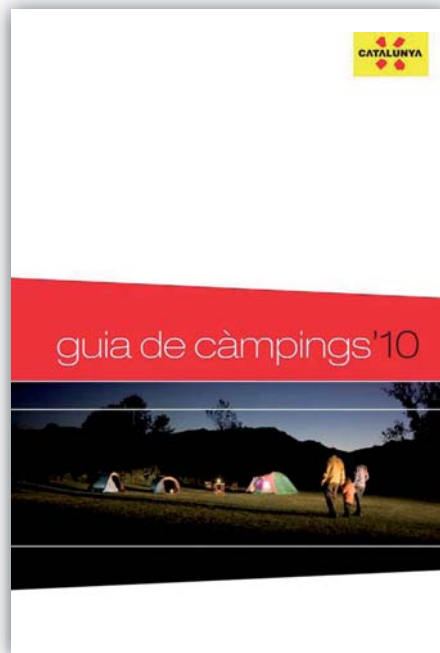
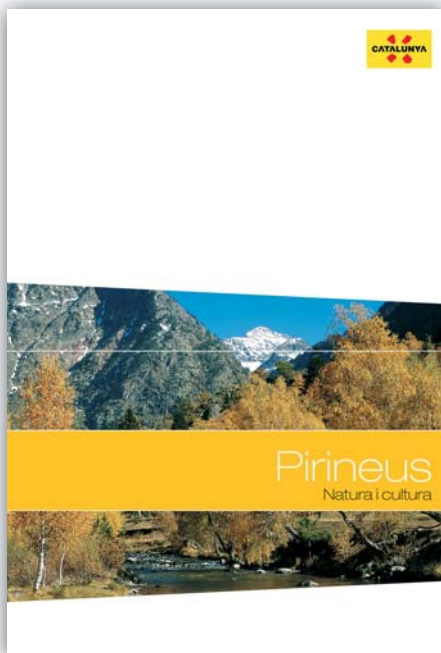
Publicacions en col·laboració amb la Direcció General de Turisme

Com cada any, el 2009 Turisme de Catalunya i la Direcció General de Turisme han preparat conjuntament algunes publicacions, entre les quals destaca *Pyrenees - Nature and Culture*, que també ha aplegut en versió francesa i alemanya,

i també l'edició en italià de *Cerdà*, volum de la col·lecció *Catalans Universals*, que s'ha reeditat en català, alemany, castellà, francès i anglès.

Igualment s'han reeditat moltes altres publicacions conjuntes. És el cas de *Ru-*

tas del Romànic i Rutas del Modernismo, les publicacions de les diferents marques turístiques catalanes o les guies d'allotjaments com càmpings, hotels i establiments de turisme rural, entre altres.



Publicacions en col·laboració amb la DGT

Col·lecció	Títol	Tiratge	Tipus edició	Idiomes*
Catalans Universals	Cerdà	26.000	Reedició	Ct, Cs, A, Fr, An
	Cerdà	5.000	Primera Edició	I
Marques Turístiques	Pirineus - Natura i cultura	23.000	Primera Edició	An, Fr, A
	Costa Daurada - Catalunya	24.000	Reedició	Ct, A, Cs, Fr
	Barcelona única	58.000	Reedició	Cs, A, Fr, An, I
	Costa Brava - Catalunya	12.000	Reedició	Cs, A, Fr
	Costa de Barcelona - Maresme - Catalunya	6.000	Reedició	Ct, Cs
	Costa de Garraf - Catalunya	7.000	Reedició	Ct, Cs
	Terres de l'Ebre - Catalunya	14.000	Reedició	Ct, Cs, A, Fr, An
	Catalunya - Val d'Aran	20.000	Reedició	Ct, Cs
Rutes Artístiques	Terres de Lleida - Catalunya	8.000	Reedició	Cs
	Rutes del Romànic	10.000	Reedició	Cs, An
Guies d'allotjaments	Rutes del Modernisme	11.000	Reedició	Cs, Fr, An
	Guia de càmpings 2010	7.000	Reedició	Multilingüe
	Guia d'hotels 2010	5.000	Reedició	Multilingüe
Guies Turístiques i Mapes	Guia d'establiments de turisme rural 2010	5.200	Reedició	Multilingüe
	Catalunya, país de qualitat	3.000	Reimpressió	AI
	Cat - Mapa turístic	40.000	Reedició	Ct, Cs, An, Fr

* Idiomes: Ct: català, Cs: castellà, Fr: francès, An: anglès, A: alemany, I: italià.

6

Col·laboració institucional

Per a Turisme de Catalunya la col·laboració amb altres empreses i entitats és un aspecte molt important, que contribueix de manera positiva a la promoció de Catalunya en diferents sectors i territoris, tant pel que fa a l'àmbit estatal com internacional.



Convenis, acords de col·laboració i contractes de patrocini

Per tal de millorar i aprofundir en els mercats internacionals l'oferta turística catalana, durant l'any 2009 Turisme de Catalunya ha signat diversos convenis i acords de col·laboració, a més de contractes de patrocini. Els principals sectors beneficiats per aquests compromisos han estat la cultura, l'esport, la gastronomia i els càmpings catalans.

Entitats amb les quals s'han mantingut relacions institucionals

- ADAC
- Aeroports de Catalunya
- Artesania Catalunya
- Asociación Española de Estaciones Náuticas
- Associació Càmpings de Muntanya i del Pirineu Català
- Associació Catalana d'Estacions Náutiques
- Associació Costa Barcelona-Maresme
- Associació Professional d'Empresaris de Càmpings i Ciutats de Vacances
- AVIS
- Barcelona Centre Mèdic
- BCN Snow Show
- Cambra de Comerç de Barcelona
- Cantada d'Havaneres de Calella de Palafrugell
- Challenge Costa BCN Maresme
- Circuit de Catalunya
- Clickair
- Comitè de Desenvolupament de Rutes Aèries (CDRA)
- Comunitat Autònoma d'Aragó
- Comunitat Autònoma de Navarra
- Conselh Generau d'Aran
- Consell Català de l'Esport
- Consorci de Promoció Comercial de Catalunya (COPCA)
- Consorci de Promoció Turística del Maresme
- Continental Airlines
- Departament d'Acció Social i Ciutadania
- Departament de Política Territorial i Obres Públiques
- Departament de Salut
- Diputació de Barcelona
- Federació Catalana de Càmpings i Ciutats de Vacances
- Festival de Música de Cantonigròs
- Festival Internacional de Música de Peralada
- Festival Internacional de Música de Torroella de Montgrí
- Fòrum Gastronòmic
- Fundació Privada Catalana per a l'Esport
- Fundación ONCE
- Futbol Club Barcelona
- Gestió de Màrqueting de les Comarques Gironines
- Grup Mahou-San Miguel



Acords signats amb el Circuit de Catalunya i la USAP.



BCN Snow Show.

- Grup Torres
- Institut per al Desenvolupament i la Promoció de l'Alt Pirineu i Aran (IDAPA)
- Institut Ramon Llull
- La Roca Village-Value Retail
- Museu Nacional d'Art de Catalunya
- Open d'Espanya de Golf
- Patronat de Turisme Costa Brava Girona
- Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida
- Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona
- Pirena
- PortAventura
- Renfe-AVE
- Ryanair

- Slow Food Barcelona
- Televisió de Catalunya
- Time out-Sàpiens
- Transat Holidays
- Trenhotel Elipsos
- Turespaña
- Turisme de Barcelona
- Universitat de Girona
- Universitat Rovira i Virgili
- USAP de Perpinyà
- Voyages Auchan
- Vueling
- www.gastroteca.cat

Pirena 2009.



Altres col·laboracions

A escala internacional, aquest any cal destacar la integració de Turisme de Catalunya a l'associació ENAT (European Network of Accessible Tourism), així com a la Medical Tourism Association. En aquest capítol, cal afegir altres associacions de les quals ja n'és membre, com ara l'ECM (European Cities Marketing) i

la IAGTO (International Association of Golf Tour Operators).

També, a través dels CPT, el consorci forma part de les associacions següents: ABTA Travel Industry Partners, AITO (Association of Independent Tour Operators), AJT (Associació de Periodistes Turístics), ANTOR (Associació de Representacions Turístiques Nacionals a Rússia), ANVR

(Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen), APCIG (Associació de Professionals de Gastronomia), Cámara Oficial de Comercio Española en China, Catalans UK, Corps Touristique (Associació de destinacions turístiques estrangeres), DRV (Associació d'organitzacions turístiques), ETOA (European Tour Operators Association), ITAA (Irish Travel Agents Association), ITT (Institute of

Travel & Tourism), MIA (Meeting Industry Association), Press 4 Travel, RDA (Associació d'autocaristes) i amb la Spanish Chamber of Commerce al Regne Unit.

Turisme de Catalunya ha continuat apostant durant l'any 2009 per la formació de

professionals de qualitat en el món del turisme. En aquest sentit, i sempre cercant la millor preparació teòrico-pràctica dels estudiants o dels nous professionals, ha establert convenis de col·laboració amb les següents universitats i escoles: Uni-

versitat Autònoma de Barcelona (UAB), CETA, Escola d'Hosteleria i Turisme de Barcelona, CETT, Universitat de Girona, Escola d'Hosteleria i Turisme de Girona, Universidad Rey Juan Carlos I i Fundació BCN - FP.

Relacions institucionals i projectes estratègics

Amb les relacions institucionals i els projectes estratègics es pretén aconseguir el reconeixement de l'entitat per part de tots aquells actors públics, econòmics i socials que en puguin esdevenir socis estratègics.

Per assolir aquest objectiu cal enfortir les relacions amb els actors del sector turístic català, especialment, aquells que adquiriran protagonisme en la futura Agència Catalana de Turisme (ACT) i també ampliar la xarxa de relacions i acords a altres àmbits.

Això ha de permetre crear aliances i acords amb empreses, entitats i organismes que poden aportar els valors i avantatges del seu coneixement i posició en els mercats.

El desplegament de les tasques pròpies de les relacions institucionals han d'incloure dos àmbits d'actuació, el territorial i el sectorial, per combinar la projecció uniforme de l'acció de Turisme de Catalunya sobre el territori amb la identificació i selecció dels interlocutors més adequats per a cada relació o acord.



Turisme de Catalunya va participar en el Congrés de Turisme Mèdic de Los Angeles.

Les principals accions dutes a terme per Turisme de Catalunya durant el 2009 van ser les següents:

- Projecte Catalunya - Migdia Pirineus (Programa POCTEFA de la UE).
- Proposta d'accions de promoció per les actuacions del Pla de Dinamització de les Terres de l'Ebre.
- Missió de consultoria de turisme urbà al Kazakhstan per encàrrec de l'OMT.
- Col·laboracions amb la UOC.
- Conveni amb la Fundació ONCE per al desenvolupament del Turisme Accessible.
- Incorporació com a membre de l'European Network of Accessible Tourism (ENAT).
- Adjudicació del Pla Estratègic del clúster del Turisme Mèdic a Catalunya (finançament Segittur).
- Inici dels treballs de revisió del Pla Estratègic del Turisme a Catalunya (2011-2015).
- Suport al desenvolupament dels projectes de la DGT: Camí de Sant Jaume, Ruta del Pirineu Comtal, Sistema de Categorització per al Turisme Rural.

7

Publicació d'anuncis i convocatòries

Per tal de donar publicitat a les actuacions de Turisme de Catalunya, durant l'exercici 2009 el consorci ha publicat anuncis al Diari Oficial de la Generalitat, al Diari Oficial de la Unió Europea i a la plataforma electrònica de contractació de la Generalitat de Catalunya.

Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya (DOGC)

1 Adjudicació de les beques Turisme de Catalunya 2009
Nº DOGC: 5305-27.01.2009-Pàg. 5630

Turisme de Catalunya fa pública l'adjudicació de set beques (dos al Regne Unit, tres a Bèlgica-Brussel·les, una a França-Perpinyà i una a Espanya-Madrid) de la convocatòria de beques Turisme de Catalunya, d'investigació de mercats, d'accions de promoció i comercialització turístiques, 12a promoció, i es deixa deserta la plaça d'Itàlia-Milà.

2 Adjudicació d'una beca Turisme de Catalunya 2009
Nº DOGC: 5316-11.02.2009-Pàg. 10770

El consorci Turisme de Catalunya fa pública l'adjudicació d'una beca Turisme de Catalunya, d'investigació de mercats, d'accions de promoció i comercialització turístiques, 12a convocatòria, a Espanya-Madrid, per renúncia del titular.

3 Pròrroga beques Turisme de Catalunya 2008
Nº DOGC: 5332-05.03.2009-Pàg. 18054

Turisme de Catalunya fa pública la pròrroga de set beques (quatre a França-Paris, dos a Frankfurt-Alemanya i una a Ma-

drid-Espanya) per un termini d'un any, fins al 31 de març de 2010.

4 Veredictes dels Premis de Promoció Turística 2008
Nº DOGC: 5420-14.07.2009-Pàg. 56219

Es dona publicitat al veredictes emès pel jurat dels Premis de Promoció Turística del consorci Turisme de Catalunya corresponents a l'any 2008.

5 Convocatòria de la campanya «Que no t'ho expliquin»
Nº DOGC: 5424-20.07.2009-Pàg. 57795

Es fa pública la convocatòria d'un concurs d'idees per a la campanya de publicitat

del consorci Turisme de Catalunya «Que no t'ho expliquin».

6 Convocatòria de diversos llocs de treball en règim de personal laboral fix del consorci Turisme de Catalunya

Nº DOGC: 5426-22.07.2009-Pàg. 58557

Es fa pública la convocatòria de diferents concursos de mèrits per a la provisió de llocs de treball en règim de personal laboral fix del consorci Turisme de Catalunya.

7 Convocatòria per a la concessió de les beques Turisme de Catalunya 2010

Nº DOGC: 5428-24.07.2009-Pàg. 59026

S'aproven les bases i s'obre la convocatòria per a la concessió de les beques Turisme de Catalunya de desenvolupament d'accions promocionals i de suport a la comercialització de productes turístics.

8 Convocatòria de diversos llocs de treball en règim de personal laboral fix del consorci Turisme de Catalunya

Nº DOGC: 5442-13.08.2009-Pàg. 63545

El consorci Turisme de Catalunya fa pública la convocatòria de diversos concursos de mèrits per a la provisió de diferents llocs de treball, en règim de personal laboral fix.

9 Publicació del conveni del Pla anual de les estacions nàutiques

Nº DOGC: 5531-22.12.2009-Pàg. 95603

Es dona publicitat al Conveni de col·laboració per al Pla anual d'actuació 2009 per al desenvolupament i promoció turística del producte estacions nàutiques.

10 Publicació del conveni del Pla anual dels Pirineus espanyols

Nº DOGC: 5532-23.12.2009-Pàg. 96226

Es dona publicitat al Conveni de col·laboració per al Pla conjunt anual de promoció turística dels Pirineus espanyols per a 2009.

11 Publicació de l'Acord marc de promoció de les estacions nàutiques

Nº DOGC: 5536-30.12.2009-Pàg. 97346

Es dona publicitat a l'Acord marc de col·laboració per al desenvolupament i promoció turística de les estacions nàutiques.

Diari Oficial de la Unió Europea (DOUE)

1 Licitació estand de fires

Anunci de licitació S103-30.05.2009-Núm. 2009/S 103-148391

Contracte de subministrament, en règim d'arrendament, del muntatge, desmuntatge, transport i disseny de l'estand de Turisme de Catalunya.

2 Adjudicació estand de fires

Anunci d'adjudicació S236-08.12.2009-Núm. 2009/S 236-337515

Contracte de subministrament, en règim d'arrendament, del muntatge, desmuntatge, transport i disseny de l'estand de Turisme de Catalunya.

3 Licitació promoció de l'oferta turística als mercats de Rússia i Països de l'Est 2010-2014

Anunci de licitació S244-18.12.2009-Núm. 2009/S 244-349861

Plataforma electrònica de contractació de la Generalitat de Catalunya

Objecte	Publicació Plataforma Anunci	Publicació Plataforma Adjudicació
Oficina Tècnica TIC	19-12-08	03-03-09
Magatzem Publicacions	23-12-08	06-03-09
Autocaristes	26-03-09	18-05-09
Catàleg Turisme Familiar	27-03-09	12-06-09
Reimpresió Marques	06-04-09	13-05-09
Compra Maquinari	08-04-09	14-05-09
Transport i Logística	18-05-09	31-07-09
Vídeos Infotur	29-05-09	04-09-09
Fires 2010	02-06-09	02-12-09
Oficina Tècnica suport Webs	03-06-09	30-07-09
Creació fotografies per a Infotur	30-07-09	28-12-09
Llicències Axapta 2009	07-09-09	06-11-09
Mercat de l'Est 2010-2014	23-12-09	Pendent

Acords marc

Objecte	Publicació Plataforma Anunci	Publicació Plataforma Adjudicació
Campanya Mercat Català	20-04-09	18-05-09
Programari i servidors	11-06-09	07-07-09
Campanya Mercat Espanyol	12-06-09	07-07-09
Workshops ISI	04-08-09	31-08-09
Campanya Neu	12-11-09	01-12-09

8

Dades bàsiques de l'entitat i Pressupost 2009

Règim jurídic de l'entitat, activitat i fonts de finançament

Al final de 2009, el Govern va aprovar els nous estatuts de funcionament de l'Agència Catalana de Turisme, organisme que substitueix a partir de l'1 de gener de 2010 el consorci Turisme de Catalunya. Aquesta darrera entitat, que ha continuat treballant durant el 2009, va ser creada mitjançant el Decret 13/1986, de 16 de gener. Amb el Decret 83/1987, d'1 d'abril, el Consorci de Promoció Turística de Catalunya canvia la seva denominació per la de consorci Turisme de Catalunya i es redacten els seus estatuts. El consorci Turisme de Catalunya té personalitat jurídica pròpia, independent de la dels seus membres, i plena capacitat d'obrar de dret públic i de dret privat per al compliment de les seves finalitats (art. 1 dels estatuts).

La finalitat de l'entitat és realitzar accions de màrqueting i comercialització, i prestar serveis per incrementar la riquesa i la prosperitat de la indústria turística a Catalunya i reforçar la seva competitivitat (art. 2 dels estatuts). Per dur a terme els seus objectius, el Consorci disposa dels recursos següents (art. 16 dels estatuts):

- Aportacions realitzades per totes les entitats consorciades.
- Aportacions i subvencions de tota mena obtingudes d'altres entitats oficials i dels particulars.
- Donatius i altres fons obtinguts per qualsevol altre títol admès en dret.
- Operacions de crèdit que concerta, previ informe favorable del Departament d'Economia, Finances i Planificació.
- Ingressos per la prestació de serveis.

Fins ara la pràctica totalitat de recursos prové de les dotacions del pressupost aprovat per a la Direcció General de Turisme, dins del pressupost del Departament d'Innovació, Universitats i Empresa.

La Llei 15/2007, de 5 de desembre, DOGC núm. 5030 de data 17/12/2007, crea l'Agència Catalana de Turisme, una entitat de dret públic de la Generalitat que actua subjecta al dret privat, amb personalitat jurídica pròpia, plena capacitat d'obrar i patrimoni propi per al compliment dels seus objectius (art. 1). La

disposició transitòria primera de la llei estableix que el consorci Turisme de Catalunya es dissol en el moment de constitució de l'Agència Catalana de Turisme, la qual se subroga la titularitat dels béns, els drets i les obligacions del consorci, tant a Catalunya com a l'exterior. El consorci Turisme de Catalunya manté l'estructura, la composició i les funcions fins que es constitueixi l'Agència Catalana de Turisme.

Amb l'entrada en vigor l'1 de gener de 2010 del Decret 192/2009, de 9 de desembre, d'aprovació dels Estatuts de l'Agència Catalana de Turisme, DOGC núm. 5524, de data 11 de desembre, queda constituïda i inicia la seva activitat la nova entitat. En aquesta data es produeix la subrogació de l'Agència Catalana de Turisme en la titularitat dels béns, els drets i les obligacions del consorci Turisme de Catalunya, de la manera prevista a la disposició transitòria primera de la Llei de l'Agència Catalana de Turisme, amb dissolució del consorci sense liquidació del seu patrimoni, tot optant per l'aplicació del règim fiscal especial previst en el ca-

pítol VIII del títol VII del Text refós de la Llei de l'impost sobre societats, aprovat pel Reial decret legislatiu 4/2004, de 5 de març (disposicions finals primera i tercera del decret).

Òrgans de govern

Els òrgans que regeixen el consorci són els següents:

- El Consell General (màxim òrgan de l'entitat)

Règim comptable

L'entitat porta la seva comptabilitat d'acord amb el Pla General de Comptabilitat, aprovat pel Reial Decret 1514/2007, de 16 de novembre, la normativa de la Generalitat (lleis de pressupostos, Llei de finances i Llei de l'empresa pública) i les directrius rebudes de la Intervenció General del Departament d'Economia i Finances de la Generalitat. Cal esmentar, tal i com estableix la normativa, que l'any 2008 va ser el primer exercici en què l'entitat va formular els seus comptes

Pressupost de l'entitat

L'any 2007, amb motiu de l'ampliació de l'àmbit institucional de les entitats del sector públic, el pressupost del consorci Turisme de Catalunya es va publicar per primera vegada de manera diferenciada dins dels pressupostos de la Generalitat.

L'objectiu d'aquesta ampliació de l'àmbit institucional del sector públic era i és l'adaptació als requeriments de les normes del Sistema Europeu de Comptes SEC 95, i també guanyar en transparència i aprofundir en la visió de conjunt de tot el sector públic de la Generalitat.

Els pressupostos de la Generalitat de Catalunya per a l'exercici 2009 es van aprovar per la Llei 15/2008, de 23 de desembre, DOGC núm. 5288 de 31 de desembre. Els

Tal i com s'esmenta en el preàmbul de la Llei 15/2007, el nou ens de promoció turística ha de permetre donar un impuls quantitatiu i qualitatiu al turisme de Catalunya i facilitar la col·laboració entre el

- El Comitè Executiu (òrgan executiu)
- El president del consorci i del Consell General
- El president del Comitè Executiu
- El director del consorci

anuals d'acord amb el nou Pla General Comptable.

En la presentació dels comptes anuals, i atesa la seva incidència en el Compte de Pèrdues i Guanys, cal esmentar el tractament que es dona a les transferències rebudes de la Generalitat. Així, d'acord amb la normativa aplicable –Llei de pressupostos, Llei de finances i Llei de l'empresa pública– i les pautes marcades pel Departament d'Economia i Finances, les transferències corrents tenen la naturalesa de subvenció d'explotació en la mesura

pressupostos de l'entitat es publiquen en aquesta llei. Les aportacions de la Generalitat es vehiculen a través de transferències provinents de la Direcció General de Turisme, dins del pressupost del Departament d'Innovació, Universitats i Empresa. Aquests recursos són transferits a Turisme de Catalunya a través del capítol IV, transferències corrents, i capítol VIII, variació d'actius financers.

En aquest sentit, l'estructura pressupostària de la Generalitat –classificació orgànica, per programes i econòmica– és diferent i addicional a l'estructura pressupostària de gestió amb què treballa el consorci, que respon de manera més adequada a les seves necessitats d'informació per a la presa de decisions. L'estructura pressupostària de gestió que es presenta a aprovació del

sector públic i el sector privat, la descentralització de la gestió i, en definitiva, la màxima rendibilitat i la màxima racionalització dels recursos destinats a la promoció turística.

Les atribucions dels diferents òrgans de govern així com els membres que en formen part es detallen en els estatuts de l'entitat.

necessària per equilibrar el Compte de Pèrdues i Guanys, exceptuant les dotacions per a amortitzacions, provisions i variacions d'existències. La no consideració d'aquestes despeses com a subvencionables fa que el Compte de Pèrdues i Guanys mostri un resultat negatiu per aquest mateix import.

Als efectes de control financer, el consorci està subjecte al que disposa l'article 71 del Decret legislatiu 9/1994, de 13 de juliol, pel qual s'aprova el text refós de la Llei de finances públiques de Catalunya.

Consell General es correspon amb el pla d'accions i objectius de l'entitat (PAO). (Cal tenir present que en el pressupost públic, a diferència del de gestió, no s'inclouen les «transferències pendents d'aplicar d'exercicis anteriors» –romanents–, atès que es considera que aquestes ja s'han liquidat a l'exercici corresponent.)

D'acord amb l'article 8 b) dels estatuts de l'entitat, l'aprovació del pla anual d'actuació amb el pressupost i programes d'actuació, d'inversions i de finançament respectius correspon al Consell General. Cal fer palès que, amb la constitució de la nova entitat, el pressupost 2009 és l'últim que es presenta i liquida com a consorci Turisme de Catalunya, el corresponent a l'exercici 2010 serà ja com a Agència Catalana de Turisme.

Pressupost d'ingressos 2009

El pressupost inicial aprovat pel Consell General (CG) de l'entitat, de data 21/01/2009, va ser de 21.401.678,00 €, xifra que incorporava una previsió de transferències pendents d'aplicar genèriques –abans del tancament de l'exercici 2008– d'1.000.000,00 €.

El Consell General celebrat el 20/05/2009 va aprovar els comptes anuals i la liquidació del pressupost de l'exercici 2008, i va procedir en el mateix acte a la distribució de 3.016.071,05 € addicionals, dels quals 200.000,00 € corresponien a transferències addicionals per capítol IV del DIUE, 125.000,00 € de previsió d'increment d'ingressos propis amb motiu d'un conveni de col·laboració per a la gestió conjunta de visats a l'Índia, Rússia i la Xina, i 2.691.071,05 € a transferències pendents

d'aplicar genèriques, resultants de la diferència entre la previsió inclosa en el pressupost inicial (1.000.000,00 €) i la liquidació definitiva de l'exercici 2008 (2.691.071,05 €). Cal tenir present que l'import liquidat el 2008 de transferències pendents d'aplicar genèriques inclou 1.867.000,00 € de retenció de crèdits pressupostaris, segons Acord de Govern de data 15/07/2008, incorporats un altre cop al pressupost del Consorci en data 29/12/2008 (vegeu Memòria 2008). El pressupost 2009 resultant aprovat en aquesta sessió va ser de 24.417.749,05 €.

Posteriorment, atesa la conjuntura econòmica i per tal de reforçar les accions de promoció turística de l'entitat, la xifra esmentada va ser augmentada amb diverses partides addicionals transferides pel

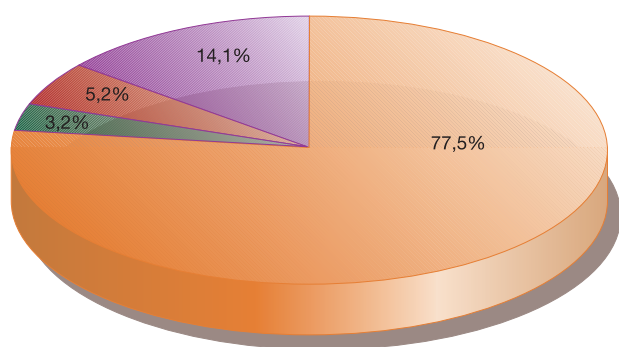
DIUE, per valor d'1.813.459,72 €. L'última d'aquestes incorporacions, per valor d'1.072.000,00 €, es va fer el 29/12/2009, per la qual cosa la seva execució es va traslladar íntegrament a l'exercici 2010 via la incorporació de transferències pendents d'aplicar del 2009. El pressupost resultant després d'aquestes incorporacions era de 26.231.208,77 €.

Tancat l'exercici, el pressupost d'ingressos liquidat ha estat de 26.202.943,49 €. La lleugera disminució respecte al pressupost abans esmentat ve motivada per una liquidació d'ingressos propis inferior a la prevista (1.368.412,72 € liquidats / 1.396.678,00 € pressupostats). De manera resumida, les principals partides que integren el pressupost d'ingressos liquidat són les següents:

	Pressupost 2008	Pressupost 2009			Drets liquidats EIF*	% variació -liquidat 2009/2008-
	liquidat	aprovat inicial	aprovat final	liquidat		
1. TRANSF. GENERALITAT, APORTACIONS I INGRESSOS PROPIS						
1. TRANSFERÈNCIES GENERALITAT	20.392.000,00	18.300.000,00	20.313.459,72	20.313.459,72	20.313.459,72	-0,4 %
2. APORTACIONS D'ALTRES ENTITATS	800.000,00	830.000,00	830.000,00	830.000,00	830.000,00	3,8 %
3. INGRESSOS PROPIS	1.403.264,33	1.271.678,00	1.396.678,00	1.368.412,72	1.368.412,72	-2,5 %
TOTAL 1	22.595.264,33	20.401.678,00	22.540.137,72	22.511.872,44	22.511.872,44	-0,4 %
2. TRANSFERÈNCIES PENDENTS D'APLICAR						
1. TRANSF. PENDENTS D'APLICAR GENÈRIQUES	2.180.935,06	1.000.000,00	3.691.071,05	3.691.071,05		69,2 %
TOTAL 2	2.180.935,06	1.000.000,00	3.691.071,05	3.691.071,05		69,2 %
TOTAL 1 + 2	24.776.199,39	21.401.678,00	26.231.208,77	26.202.943,49	22.511.872,44	5,8 %

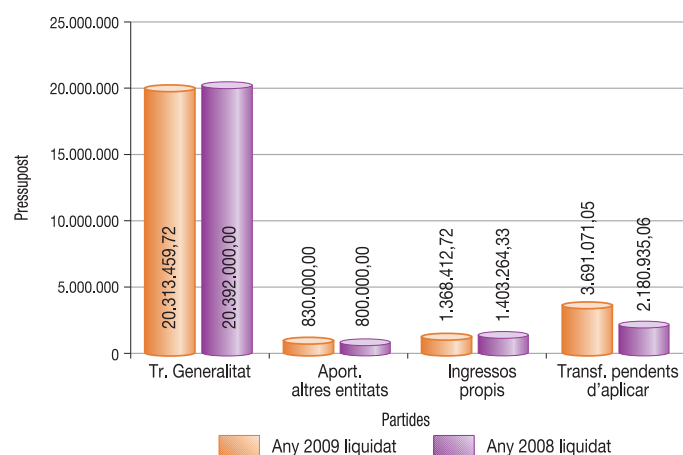
* Economia i Finances

Turisme de Catalunya. Pressupost d'ingressos liquidat 2009



Tr. Generalitat Aportació altres entitats
Ingressos propis Transferències pendents d'aplicar

Comparació dels pressupostos d'ingressos liquidats 2009/2008



Pressupost de despeses 2009

L'evolució del pressupost de despeses i la seva aprovació per part del Consell General de l'entitat coincideix amb el que s'ha exposat en el punt anterior.

Finalment, un cop tancat l'exercici, el pressupost de despeses aplicat ha estat de 21.624.252,95 €, la qual cosa suposa una execució del 100% respecte del pressupost de despesa previst inicialment; d'un 85,95% respecte als

25.159.208,77 € del pressupost final abans de la incorporació de l'última partida addicional d'1.072.000,00 €, de data 29 de desembre de 2009; i d'un 82,52% respecte dels 26.202.943,49 € de pressupost d'ingressos finalment liquidat.

En relació amb el grau d'execució del pressupost, cal esmentar que a final de l'exercici Turisme de Catalunya tenia projectes/accions en procés d'execució per

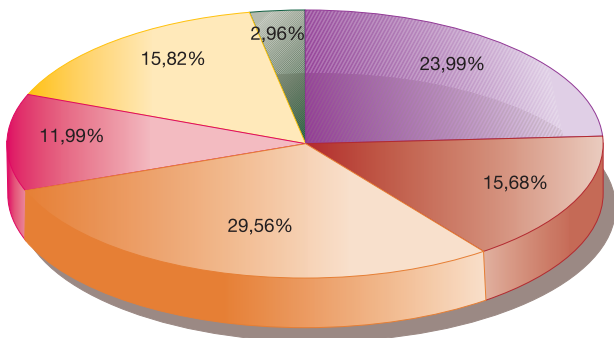
un valor aproximat d'1.251.294,95 € (4,97% sobre els 25.159.208,77 €), per als quals s'ha fet efectiva una reserva específica de pressupost. Atès que encara no tenen la consideració d'obligacions reconegudes, no es liquiden com a pressupost aplicat.

De manera resumida, el pressupost de despeses aplicat per àrees i programes ha estat el següent:

	Pressupost 2008	Pressupost 2009			obligacions reconegudes EIF*	% variació -aplicat 2009/2008-
	aplicat	aprovat inicial	aprovat final	aplicat		
1. ESTRUCTURA	4.682.838,44	5.005.000,00	5.225.000,00	5.186.685,12	5.186.685,12	10,8%
2. MÀRQUETING, ACCIONS DE PROMOCIÓ, PRODUCTES I ISI	14.847.842,41	15.816.678,00	19.246.390,65	15.797.243,06	17.694.779,12	6,4%
2.1 Màrqueting i investigació de mercats	3.362.828,22	2.104.678,00	4.241.215,25	3.391.344,63	3.605.226,19	0,8%
2.2 Informació, promoció i comercialització	6.897.575,01	6.788.000,00	6.708.000,00	6.392.577,79	6.466.657,79	-7,3%
2.3 Disseny i desenvolupament de productes	3.225.574,49	2.523.000,00	3.626.290,00	2.592.051,78	2.628.051,79	-19,6%
2.4 Innovació i serveis d'informació (ISI)	1.361.864,69	4.401.000,00	4.670.885,40	3.421.268,86	4.994.832,36	151,2%
3. ACCIONS DE SUPORT A LA INVERSIÓ, MILLORA I DESENVOLUPAMENT DEL SECTOR TURÍSTIC	580.000,00	580.000,00	687.818,12	640.324,77	991.324,77	10,4%
TOTAL 1 + 2 + 3	20.110.680,85	21.401.678,00	25.159.208,77	21.624.252,95	23.872.789,01	7,5%
Incorporació de pressupost addicional procedent del DIUE en data 29/12/2009			1.072.000,00			
TOTAL PRESSUPOST			26.231.208,77			

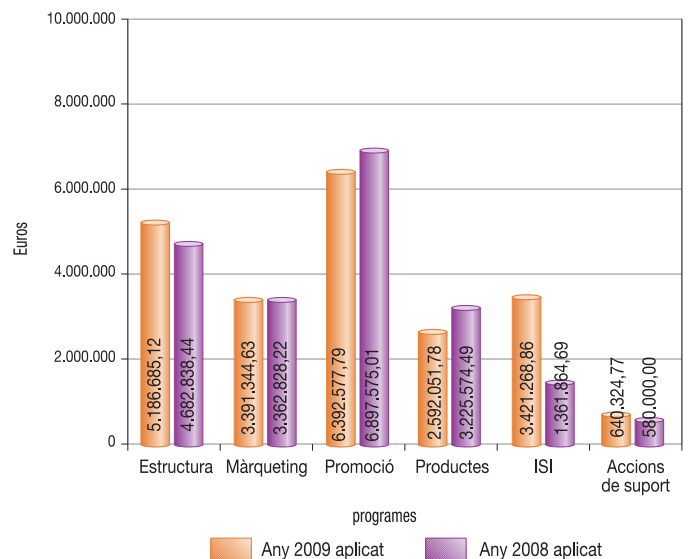
* Economia i Finances

Turisme de Catalunya. Pressupost de despeses aplicat 2009



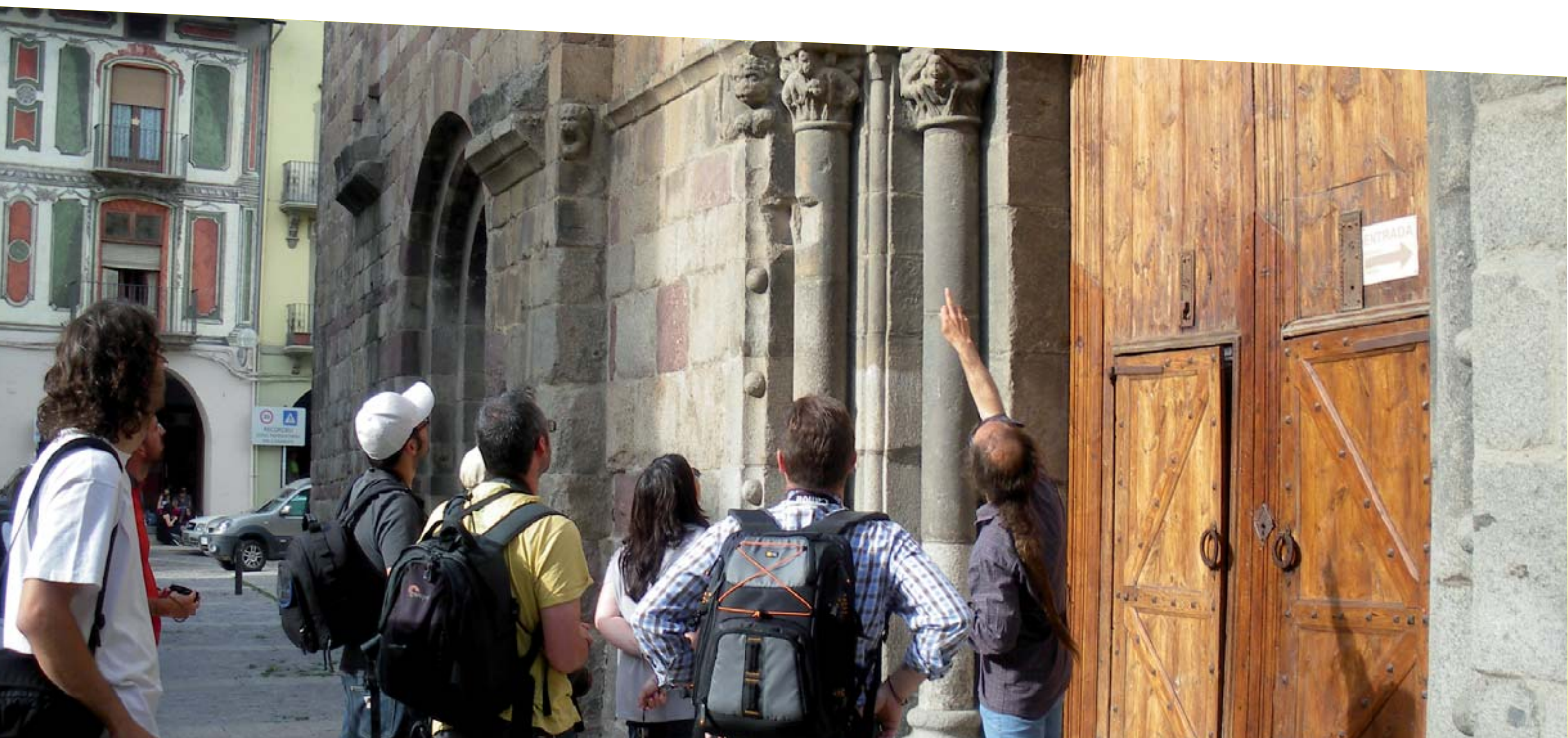
■ Estructura ■ Productes
■ Màrqueting ■ ISI
■ Promoció ■ Accions de suport

Pressupost de despeses per programes aplicat 2009 i 2008



Annex

Calendari d'accions promocionals 2009



Inici	Final	Nom de l'acció i lloc	Mercat	Tipologia	Producte
Gener					
01-01-09	31-12-09	In-House Training – Beijing - Xangai - Guangzhou	Xina	Jornades	Negocis
08-01-09	11-01-09	Reiseliv – Oslo	Països Nòrdics	Fira	Genèric
09-01-09	11-01-09	Vakanz – Luxemburg	Benelux	Fira	Genèric
12-01-09	15-01-09	Copa del Món de Discapacitats – Pirineus	Al - E - Fr	Press Trip	Accessible
13-01-09	13-01-09	Meet the press - Vakantie – Utrecht	Benelux	Workshop	Urbà
14-01-09	18-01-09	Vakantie Beurs – Utrecht	Benelux	Fira	Genèric
15-01-09	18-01-09	Ferien – Viena	Àustria	Fira	Genèric
15-01-09	18-01-09	Josp Fest – Roma	Itàlia	Fira	Cultura
15-01-09	18-01-09	Matka – Hèlsinki	Països Nòrdics	Fira	Genèric
17-01-09	18-01-09	Copa Món Discapacitats – Pirineus	Catalunya	Presentació	Accessible - Neu
17-01-09	25-01-09	CMT – Stuttgart	Alemanya	Fira	Genèric
21-01-09	25-01-09	BTL – Lisboa	Portugal	Fira	Genèric
22-01-09	22-01-09	Irish Traveltrade News Gala Dinner – Dublín	Regne Unit i Irlanda	Presentació	Genèric
23-01-09	25-01-09	Ferie – Copenhaguen	Països Nòrdics	Fira	Genèric
23-01-09	25-01-09	Holiday World – Dublín	Regne Unit i Irlanda	Fira	Gay
23-01-09	25-01-09	Donatello – Barcelona	França	Fam Trip	Cultura - Urbà
23-01-09	25-01-09	Pre-Fitur Congressos – Catalunya	Diversos	Fam Trip	Negocis
26-01-09	27-01-09	Fitur Congressos – Madrid	Diversos	Workshop	Negocis
28-01-09	01-02-09	Fitur – Madrid	Espanya	Fira	Genèric
29-01-09	29-01-09	Mice Antor – Moscou	Rússia i Països de l'Est	Workshop	Negocis
29-01-09	01-02-09	Fespo – Zuric	Suïssa	Fira	Genèric
Febrer					
04-02-09	08-02-09	Reisen – Hamburg	Alemanya	Fira	Genèric
05-02-09	05-02-09	Blanquerna Circuit de Catalunya – Madrid	Espanya	Presentació	Negocis - Esportiu
05-02-09	08-02-09	Destinations – Londres	Regne Unit i Irlanda	Fira	Genèric
05-02-09	08-02-09	Holiday World – Praga	Rússia i Països de l'Est	Fira	Genèric
05-02-09	09-02-09	Salon des Vacances – Brussel·les	Benelux	Fira	Genèric
06-02-09	08-02-09	Baltour – Riga	Rússia i Països de l'Est	Fira	Genèric
07-02-09	07-02-09	Exp. Jaume Plensa – Moscou	Rússia i Països de l'Est	Presentació	Cultura
07-02-09	13-02-09	Snowboard Magazine – Bcn - Pirineus	Estats Units	Press Trip	Neu
11-02-09	16-02-09	Catalunya Blanca – Pirineus	Rússia i Països de l'Est	Press Trip	Neu
11-02-09	16-02-09	Int. Even Organizers – Bcn - CB - CD - CG	Regne Unit i Irlanda	Press Trip	Negocis
13-02-09	15-02-09	Rhein Golf – Colònia	Alemanya	Fira	Golf
14-02-09	19-02-09	Catalunya Blanca – Pirineus	Rússia i Països de l'Est	Fam Trip	Neu
16-02-09	19-02-09	Suïssa – Ginebra-Lausana-Basilea-Zuric	Suïssa	Workshop	Genèric
19-02-09	22-02-09	BIT – Milà	Itàlia	Fira	Genèric
20-02-09	25-02-09	Cultura i Tradició – Catalunya	Rússia i Països de l'Est	Press Trip	Cultura
21-02-09	25-02-09	Fòrum Gastronòmic – Girona	Catalunya	Fira	Gastronomia
21-02-09	25-02-09	Fòrum Gastronòmic Girona – CB - CC	Diversos	Press Trip	Gastronomia
22-02-09	28-02-09	Centre Mèdic – Bcn	Rússia i Països de l'Est	Press Trip	Wellness
24-02-09	24-02-09	FC Barcelona – Lió	França	Presentació	Esportiu
25-02-09	25-02-09	Debat del Vi – Vilafranca del Penedès	Catalunya	Presentació	Gastronomia
25-02-09	01-03-09	Reisecamping Essen – Essen	Alemanya	Fira	Genèric
26-02-09	01-03-09	Utazas – Budapest	Rússia i Països de l'Est	Fira	Genèric
26-02-09	02-03-09	Free – Munic	Alemanya	Fira	Genèric
27-02-09	01-03-09	FIO – Monfragüe	Espanya	Fira	Natura
27-02-09	01-03-09	Mahana - Destinations Toulouse – Tolosa	França	Fira	Genèric
28-02-09	01-03-09	Fiets en Wandelbeurs – Amsterdam	Benelux	Fira	Actiu

Inici	Final	Nom de l'acció i lloc	Mercat	Tipologia	Producte
Març					
04-03-09	04-03-09	Pla de Pirineus – Sort	Catalunya	Presentació	Neu
05-03-09	05-03-09	Catalunya a Sardenya – Sardenya	Itàlia	Presentació	Genèric
06-03-09	06-03-09	Pla de Pirineus – Ripoll	Catalunya	Presentació	Neu
06-03-09	08-03-09	Mahana Lyon – Lió	França	Fira	Genèric
06-03-09	09-03-09	Bcn Degusta – Barcelona	Catalunya	Fira	Gastronomia
06-03-09	09-03-09	Rutes Literàries-Cinematografia – Bcn - CB - CC	Benelux	Fam Trip	Cultura
09-03-09	09-03-09	Grup Michelin – Sitges	Xina	Presentació	Negocis
11-03-09	15-03-09	ITB – Berlín	Alemanya	Fira	Genèric
11-03-09	22-03-09	Festival Cinema Espanyol a Nantes – Nantes	França	Presentació	Cultura
12-03-09	12-03-09	Blanquerna Petits Grans Hotels – Madrid	Espanya	Presentació	Genèric
13-03-09	16-03-09	TV7 Gold – Fòrum Gastronòmic – CB - CC	Itàlia	Press Trip	Gastronomia
14-03-09	17-03-09	TTOO xinesos OET – Bcn - CB	Xina	Fam Trip	Genèric
15-03-09	21-03-09	Tabi Chanel – Bcn	Japó	Press Trip	Urbà
15-03-09	21-03-09	Jornades Comercialització – Buenos Aires – Santiago	Argentina - Xile	Workshop	Genèric
18-03-09	19-03-09	TTG Golf – Varese i Pàdua	Itàlia	Workshop	Golf
18-03-09	21-03-09	MITT – Moscou	Rússia i Països de l'Est	Fira	Genèric
19-03-09	21-03-09	Ohm – Sitges	Mèxic	Press Trip	Gay
19-03-09	22-03-09	TUR – Göteborg	Països Nòrdics	Fira	Genèric
22-03-09	27-03-09	Ruili Yiren Moda Xina – Bcn - CB	Xina	Press Trip	Cultura
25-03-09	27-03-09	UITT – Kiev	Rússia i Països de l'Est	Fira	Genèric
25-03-09	29-03-09	OET Frankfurt – CD - P - TLL	Alemanya	Press Trip	Genèric
26-03-09	29-03-09	GITF – Guangzhou	Xina	Fira	Genèric
27-03-09	29-03-09	Destinations Nature – París	França	Fira	Actiu
27-03-09	29-03-09	The Outdoors Show – Birmingham	Regne Unit i Irlanda	Fira	Actiu
27-03-09	29-03-09	Ciutats amb vol directe – Estocolm	Països Nòrdics	Presentació	Urbà
29-03-09	04-04-09	Jornades comercialització Japó i Taiwan – Tòquio i Taipei	Japó	Workshop	Genèric
Abril					
03-04-09	05-04-09	BMT – Nàpols	Itàlia	Fira	Genèric
03-04-09	09-04-09	Bell Europa – CB	Itàlia	Press Trip	Genèric
16-04-09	19-04-09	SITC – Barcelona	Catalunya	Fira	Genèric
16-04-09	19-04-09	VCB Finlàndia – Barcelona	Països Nòrdics	Fam Trip	Urbà
16-04-09	19-04-09	Romànic: Vall de Boí – Pirineus	Itàlia	Press Trip	Cultura
18-04-09	19-04-09	Sant Jordi al Value Retail – Las Rozas	Espanya	Presentació	Genèric
18-04-09	21-04-09	Altres Pro-Am PGA Catalunya – Girona	Països Nòrdics	Presentació	Golf
20-04-09	23-04-09	Petits Grans Hotels – CD - CB - P	Espanya	Press Trip	Genèric
20-04-09	23-04-09	TTG Nord Itàlia – Bolonya - Pàdua - Brescia - Torí	Itàlia	Workshop	Genèric
20-04-09	24-04-09	Rússia - Tbcn – Moscou - St. Petersburg	Rússia i Països de l'Est	Workshop	Genèric
20-04-09	27-04-09	El País Aguilar – P	Espanya	Press Trip	Actiu - Cultura
22-04-09	22-04-09	AAV de VKO – Bcn	Rússia i Països de l'Est	Presentació	Genèric
22-04-09	26-04-09	Terra Reisen – Catalunya	Àustria	Fam Trip	Genèric
22-04-09	28-04-09	Spagna Roma – Roma	Itàlia	Presentació	Genèric
23-04-09	23-04-09	Diada Sant Jordi Trens Elypsos – París - Milà	França - Itàlia	Presentació	Cultura
23-04-09	23-04-09	Midi Pyrénées Place Capitole St Jordi – Tolosa	França	Presentació	Cultura
23-04-09	23-04-09	Sant Jordi a Blanquerna – Madrid	Espanya	Presentació	Cultura
23-04-09	25-04-09	KITF – Almati	Rússia i Països de l'Est	Fira	Genèric
25-04-09	27-04-09	Il Mondo del Golf – Bcn - CB - CC	Itàlia	Press Trip	Golf
26-04-09	28-04-09	Canvas TV Belga – Bcn	Benelux	Press Trip	Gastronomia
27-04-09	01-05-09	TV Escapade Gourmande – CB - CD - CG	Benelux	Press Trip	Gastronomia
28-04-09	28-04-09	TC Golf – PortAventura	Països Nòrdics	Workshop	Golf
28-04-09	28-04-09	TC Midi Pyrénées Turisme Actiu – Tolosa	França	Workshop	Actiu
28-04-09	30-04-09	Open Golf – CB	Diversos	Press Trip	Golf
28-04-09	03-05-09	Golf Open Espanya – Catalunya	Països Nòrdics	Fam Trip	Golf
28-04-09	07-05-09	Greek TV – Bcn	Grècia	Press Trip	Cultura
30-04-09	10-05-09	Midi Pyrénées Diputació Tarragona – Tolosa	França	Presentació	Cultura

Inici	Final	Nom de l'acció i lloc	Mercat	Tipologia	Producte
Maig					
01-05-09	03-05-09	London Golf Show – Londres	Regne Unit i Irlanda	Fira	Golf
04-05-09	08-05-09	Cultura + Gastronomia - Terres de l'Ebre – TE	Diversos	Fam Trip	Cultura - Gastronomia
05-05-09	05-05-09	FC Barcelona – Londres	Regne Unit i Irlanda	Presentació	Esportiu
05-05-09	06-05-09	Cultura + Gastronomia City Break – CD - TLL - CG	Diversos	Fam Trip	Actiu - Gastronomia
05-05-09	06-05-09	Cultura + Gastronomia Turisme Religios – CC - P	Diversos	Fam Trip	Cultura - Gastronomia
05-05-09	06-05-09	Cultura + Gastronomia Romànic – Bcn - P - TLL	Diversos	Fam Trip	Cultura - Gastronomia
05-05-09	06-05-09	Cultura + Gastronomia Triangle Dalinià – CB - CM	Diversos	Fam Trip	Cultura - Gastronomia
05-05-09	08-05-09	Arabian Travel Market – Dubai	Emirats Àrabs	Fira	Genèric
07-05-09	07-05-09	TC Cultura i Gastronomia – Catalunya	Diversos	Workshop	Cultura - Gastronomia
07-05-09	10-05-09	Expovacaciones – Bilbao	Espanya	Fira	Genèric
07-05-09	10-05-09	Open Itàlia – Torí	Itàlia	Fira	Golf
08-05-09	13-05-09	Midi Pyrénées Diba – Tolosa	França	Presentació	Genèric
10-05-09	10-05-09	DTF – Sant Sebastià	Espanya	Presentació	Familiar
11-05-09	14-05-09	MITF – Moscou	Rússia i Països de l'Est	Fira	Genèric
11-05-09	15-05-09	Aeroméxico – Bcn - CB	Mèxic	Press Trip	Genèric
12-05-09	15-05-09	Reforma – CB	Mèxic	Press Trip	Genèric
13-05-09	16-05-09	Vrai pra Onde – Bcn - CC	Brasil	Press Trip	Cultura
14-05-09	14-05-09	Blanquerna Els 3 Monts – Madrid	Espanya	Presentació	Actiu
14-05-09	17-05-09	Mice – Bcn	França	Fam Trip	Negocis
14-05-09	17-05-09	Travel Republic – CC - CG - CM	Regne Unit i Irlanda	Fam Trip	Genèric
14-05-09	20-05-09	Midi Pyrénées Diputació Girona – Tolosa	França	Presentació	Genèric
15-05-09	16-05-09	Golf Expo – Moscou	Rússia i Països de l'Est	Fira	Golf
15-05-09	21-05-09	Columbus Magazine – CC - CD - CG - TLL	Benelux	Press Trip	Cultura
16-05-09	19-05-09	Irish Open – Limerick	Regne Unit i Irlanda	Fira	Golf
16-05-09	20-05-09	Sorteig Canadà – Bcn - CB	Canadà	Fam Trip	Cultura
17-05-09	17-05-09	VCB Àustria – Bcn	Àustria	Fam Trip	Cultura
17-05-09	17-05-09	Dia de la Família – Barcelona	Catalunya	Presentació	Familiar
17-05-09	20-05-09	Senderisme i Gastronomia – Costa Brava	França	Fam Trip	Actiu
18-05-09	22-05-09	Pirineus – P	Espanya	Press Trip	Actiu - Cultura
18-05-09	22-05-09	Jornades comercialització Xina – Xangai - Canton - Beijing	Xina	Workshop	Genèric
18-05-09	31-05-09	Spagna Milano – Milà	Itàlia	Presentació	Genèric
21-05-09	24-05-09	Catalunya Musical – Bcn - CD - CB - CM	Itàlia	Press Trip	Cultura
21-05-09	27-05-09	Midi Pyrénées Diputació Lleida – Tolosa	França	Presentació	Genèric
21-05-09	31-05-09	Midi Pyrénées Diputació Barcelona – Tolosa	França	Presentació	Genèric
24-05-09	31-05-09	General Wholesalers – Bcn - CB - CD	Estats Units	Fam Trip + PT	Gastronomia
25-05-09	29-05-09	BBC familiar – CB - CD - CM	Regne Unit i Irlanda	Press Trip	Familiar
26-05-09	28-05-09	IMEX – Frankfurt	Alemanya	Fira	Negocis
28-05-09	28-05-09	Venècia - Any d'Itàlia – Venècia	Itàlia	Presentació	Genèric
28-05-09	28-05-09	TC Venècia - Any d'Itàlia – Venècia	Itàlia	Workshop	Genèric
28-05-09	31-05-09	VCB Regne Unit – Bcn	Regne Unit i Irlanda	Fam Trip	Cultura
29-05-09	29-05-09	Univers de Voyages – Barcelona	França	Fam Trip	Cultura - Urbà
29-05-09	31-05-09	Copa Món Rem Banyoles – Costa Brava	Diversos	Press Trip	Esportiu
29-05-09	05-06-09	Wellness – CB - CD - CM - CC	Rússia i Països de l'Est	Press Trip	Wellness
30-05-09	02-06-09	Sorteig Get together Any d'Itàlia – Bcn - CD	Itàlia	Fam Trip	Genèric
30-05-09	02-06-09	Vie de Quartiers Tele Lyon – Costa Daurada	França	Press Trip	Cultura
31-05-09	31-05-09	DTF Midi Pyrénées – Tolosa	França	Presentació	Familiar
31-05-09	05-06-09	TC Costa Oest – Vancouver - Seattle - Los Angeles	Estats Units - Canadà	Workshop	Genèric

Inici	Final	Nom de l'acció i lloc	Mercat	Tipologia	Producte
Juny					
03-06-09	03-06-09	Jornades comercials P. Est – Madrid	Rússia i Països de l'Est	Presentació	Genèric
03-06-09	04-06-09	Taste of Spain – Londres	Regne Unit i Irlanda	Presentació	Genèric
03-06-09	07-06-09	Espn – Bcn	Mèxic	Press Trip	Cult - Esport - Gastro
04-06-09	04-06-09	Blanquerna Turisme Accessible – Madrid	Espanya	Presentació	Accessible
04-06-09	10-06-09	Ryanair Västeras – Bcn - CB	Països Nòrdics	Press Trip	Genèric
05-06-09	10-06-09	Vol inaugural Transat Vancouver – Bcn - CB - CC - CD	Canadà	Press Trip	Genèric
06-06-09	06-06-09	DTF – Madrid	Espanya	Presentació	Familiar - Sol i Platja
09-06-09	11-06-09	Viatge conseller Alemanya – Frankfurt - Munic	Alemanya	Presentació	Genèric
10-06-09	10-06-09	Vol inaugural Croàcia – Bcn	Croàcia	Press Trip	Cultura
11-06-09	15-06-09	CCTV6 – Bcn - CB	Xina	Press Trip	Cultura
13-06-09	14-06-09	Bike Show Barcelona – Barcelona	Catalunya	Fira	Actiu
13-06-09	15-06-09	Circuit de Catalunya GP1 – CC - Bcn	Diversos	Press Trip + FT	Esportiu
14-06-09	15-06-09	Presentació Barcelona – Göteborg i Estocolm	Països Nòrdics	Presentació + WS	Urbà
14-06-09	17-06-09	Cuina i Golf – Costa Brava	Espanya	Press Trip	Golf
14-06-09	17-06-09	ORF – TE - CD	Àustria	Press Trip	Cultura
14-06-09	24-06-09	Globe Trekker-Planet Food – Catalunya	Regne Unit i Irlanda	Press Trip	Cultura - Gastronomia
15-06-09	16-06-09	City Break – Göteborg	Països Nòrdics	Fira	Urbà
15-06-09	18-06-09	ALTM – Xangai	Xina	Fira	Luxe
15-06-09	19-06-09	Midi Pyrénées Multiproducte – CB - CC - P - TLL	França	Press Trip	Actiu - Cult - Gastro
15-06-09	21-06-09	Enogastronomia – Bcn - CD	Estats Units	Fam Trip	Familiar
16-06-09	17-06-09	Canvas TV música – Bcn	Benelux	Press Trip	Cultura
16-06-09	18-06-09	Turisme Actiu Natura – Madrid - Bilbao - València	Espanya	Presentació	Actiu - Natura
16-06-09	18-06-09	TC Turisme Actiu - Natura – Madrid - Bilbao - València	Espanya	Workshop	Actiu - Natura
16-06-09	20-06-09	Turisme Espiritual – Catalunya	Alemanya	Press Trip	Cultura
17-06-09	17-06-09	Blanquerna Terres de l'Ebre – Madrid	Espanya	Presentació	Actiu - Cult - Natura
18-06-09	18-06-09	25 anys Bcn-Colònia – Colònia	Alemanya	Presentació	Cultura
19-06-09	20-06-09	Auchan – França	França	Presentació	Familiar
20-06-09	26-06-09	Actiu Rússia – TLL - P	Rússia i Països de l'Est	Fam Trip + PT	Actiu
21-06-09	27-06-09	Radius Goroda – Bcn	Rússia i Països de l'Est	Press Trip	Gastronomia
22-06-09	28-06-09	Vagabond – CB	Països Nòrdics	Press Trip	Genèric
23-06-09	25-06-09	Alemanya - Suïssa - TBcn – Frankfurt - Munic - Zúric	Alemanya	Workshop	Genèric
25-06-09	28-06-09	Open BMW München – Eichenried	Alemanya	Fira	Golf
26-06-09	29-06-09	LGBT – Catalunya	AI - E - RU/I	Press Trip	Gay
27-06-09	29-06-09	Gay Rússia – Bcn	Rússia i Països de l'Est	Press Trip	Gay
28-06-09	01-07-09	TV France 2 – Bcn - CB - P	França	Press Trip	Accessible
Juliol					
09-07-09	09-07-09	Blanquerna Col·lectiu de cuines – Madrid	Espanya	Presentació	Gastronomia
10-07-09	11-07-09	Turisme Nàutic – St. Petersburg	Rússia i Països de l'Est	Presentació	Nàutic
10-07-09	12-07-09	Sorteig AITO – Bcn	Regne Unit i Irlanda	Fam Trip	Genèric
12-07-09	19-07-09	Cuisine Magazine – Bcn	Japó	Press Trip	Gastronomia
13-07-09	17-07-09	Onachrichten – Bcn - CB	Àustria	Press Trip	Genèric
14-07-09	27-07-09	Abroad – Bcn - CB	Regne Unit i Irlanda	Press Trip	Familiar
16-07-09	19-07-09	British Open – Escòcia	Regne Unit i Irlanda	Fira	Golf
22-07-09	26-07-09	Festival Jazz Donosti – Sant Sebastià	Espanya	Presentació	Cultura
24-07-09	27-07-09	Gourmet Traveller – CB	Austràlia	Press Trip	Gastronomia
Agost					
01-08-09	02-08-09	Aplec Luxemburg – Luxemburg - Rhône-Alpes	Benelux	Presentació	Genèric
08-08-09	09-08-09	Festival Teatre Infantil Rhône-Alpes –	França	Presentació	Familiar
20-08-09	11-09-09	King of Cuisine – Catalunya	Canadà	Press Trip	Gastronomia
21-08-09	23-08-09	British Birdwatching Fair – Rutland	Regne Unit i Irlanda	Fira	Natura

Inici	Final	Nom de l'acció i lloc	Mercat	Tipologia	Producte
Setembre					
02-09-09	02-09-09	Bcn Magatzems Stockmann – Hèlsinki	Països Nòrdics	Presentació	Urbà
03-09-09	06-09-09	Xarxa municipis indians – Catalunya	Benelux	Press Trip	Cultura
04-09-09	06-09-09	Das Vogelfestival Ruhr – Ruhr	Alemanya	Fira	Natura
04-09-09	06-09-09	Tour Natur – Düsseldorf	Alemanya	Fira	Actiu
04-09-09	06-09-09	Sorteig Vicky Cristina Barcelona – Barcelona	Països Nòrdics	Fam Trip	Urbà
07-09-09	11-09-09	TV Imagine – Bcn	Benelux	Press Trip	Cultura - Gastronomia
08-09-09	12-09-09	Costa Brava 100 anys – Costa Brava	Alemanya	Press Trip	Genèric
09-09-09	09-09-09	Bcn Stockmann – Moscou - Tallinn	Rússia i Països de l'Est	Presentació	Urbà
09-09-09	13-09-09	Campionat Piragüisme – La Seu d'Urgell	Rússia i Països de l'Est	Press Trip	Esportiu
11-09-09	11-09-09	Kaliningrad – Kaliningrad	Rússia i Països de l'Est	Workshop	Genèric
14-09-09	23-09-09	Familiar i Sol i Platja – CD - P	Rússia i Països de l'Est	Press Trip	Familiar - Sol i Platja
17-09-09	17-09-09	Blanquerna Triangle Dalinià – Madrid	Espanya	Presentació	Cultura
17-09-09	18-09-09	Turisme Cultural Màlaga – Màlaga	Espanya	Workshop	Cultura
18-09-09	20-09-09	Jata – Tòquio	Japó	Fira	Genèric
18-09-09	24-09-09	World Traveller – Costa Brava	Xina	Press Trip	Genèric
22-09-09	22-09-09	TC senderisme i cicloturisme – Wijk aan Zee	Benelux	Workshop	Actiu
22-09-09	25-09-09	Top Resa – París	França	Fira	Genèric
22-09-09	25-09-09	Festes, Tradicions i Folklore – Catalunya	Itàlia	Press Trip	Cultura
22-09-09	26-09-09	Enologia – Catalunya	Alemanya	Press Trip	Gastronomia
22-09-09	01-10-09	Crea Traveller – CB - Bcn	Japó	Press Trip	Cultura
23-09-09	26-09-09	Leisure – Moscou	Rússia i Països de l'Est	Fira	Genèric
24-09-09	25-09-09	Thomas Cook – Bcn	Països Nòrdics	Fam Trip	Genèric
24-09-09	26-09-09	Tour & Travel – Varsòvia	Rússia i Països de l'Est	Fira	Genèric
24-09-09	27-09-09	Adventura – CB	Països Nòrdics	Press Trip	Actiu
26-09-09	27-09-09	Integral de Viajes – Montserrat	Espanya	Fam Trip	Cultura
26-09-09	29-09-09	Espiritual – Catalunya	Benelux	Fam Trip	Cultura
28-09-09	29-09-09	TC Golf – Londres - Dublín	Regne Unit i Irlanda	Workshop	Golf
28-09-09	30-09-09	Bicentenari Guerra del francès – Catalunya	França	Fam Trip	Cultura
29-09-09	29-09-09	Jornades Països àrabs – Marbella	Emirats Àrabs	Presentació	Wellness - Luxe
29-09-09	05-10-09	Blu Itàlia – Bcn	Itàlia	Press Trip	Cultura
30-09-09	05-10-09	Bert Sitters – CB	Benelux	Press Trip	Actiu
Octubre					
01-10-09	04-10-09	Jornades Països àrabs – Bcn - CD	Emirats Àrabs	Fam Trip	Cultura - Reun. - Well
01-10-09	05-10-09	Spartacus Traveller – Bcn - CG	Alemanya	Press Trip	Gay
02-10-09	05-10-09	Challenge (triatló) – Calella	Diversos	Press Trip + P	Esportiu
03-10-09	03-10-09	Jornades portes obertes Circuit Catalunya – Montmeló	Catalunya	Presentació	Esportiu
03-10-09	06-10-09	Omega European Masters – Crans Montana	Suïssa	Fira	Golf
04-10-09	08-10-09	Undiscovered Spain – Bcn - CG	Canadà	Press Trip	Genèric
04-10-09	10-10-09	enRoute Magazine – CD - CG	Canadà	Press Trip	Gastronomia
06-10-09	08-10-09	ABTA – Bcn	Regne Unit i Irlanda	Presentació	Genèric
06-10-09	10-10-09	Ukraine – Kiev	Rússia i Països de l'Est	Fira	Genèric
07-10-09	10-10-09	Wellness Costa Daurada – CD	França	Fam Trip	Wellness
07-10-09	11-10-09	Turisme Accessible – Catalunya	Regne Unit i Irlanda	Press Trip	Accessible
10-10-09	12-10-09	Sorteig Blanquerna – CB	Espanya	Fam Trip	Cultura
12-10-09	23-10-09	Jornades Mercats Emissors – Catalunya	Diversos	Jornades	Genèric
13-10-09	18-10-09	Revista V&S – CC - CD - CB	Itàlia	Press Trip	Genèric
13-10-09	24-10-09	Jornades Mercats Emissors – Catalunya	Diversos	Workshop	Genèric
14-10-09	14-10-09	Parc Astronòmic Montsec – Perpinyà	França	Presentació	Cultura
16-10-09	18-10-09	Thermatalia – Orense	Espanya	Fira	Wellness
16-10-09	18-10-09	TTG Incontri – Rimini	Itàlia	Fira	Genèric - Cultura
16-10-09	25-10-09	Periodista txeca - Rutes catalanes – CD - CG - TE - TLL	Rússia i Països de l'Est	Press Trip	Cultura
17-10-09	18-10-09	Festa dels Súpers – Barcelona	Catalunya	Presentació	Familiar
19-10-09	23-10-09	Inter-home Elypsos – Bcn - CB	Itàlia	Press Trip	Genèric
20-10-09	20-10-09	Spa – Moscou	Rússia i Països de l'Est	Workshop	Wellness
23-10-09	25-10-09	Sorteig Blanquerna – Bcn	Espanya	Fam Trip	Cultura

Inici	Final	Nom de l'acció i lloc	Mercat	Tipologia	Producte
23-10-09	26-10-09	Klaus Englert - Any Cerdà – Bcn	Alemanya	Press Trip	Cultura
24-10-09	26-10-09	Viatge conseller a Líbia i Algèria – Algèria i Líbia	Àfrica	Presentació + AR	Genèric
26-10-09	28-10-09	World Health Congress – Los Angeles	Estats Units	Presentació	Wellness
27-10-09	27-10-09	Mice – Amsterdam	Benelux	Fira	Negocis
27-10-09	30-10-09	Pirineus – Pirineus	AI - Àustria - S	Fam Trip	Actiu
30-10-09	30-10-09	TC Pirineus – Pirineus	AI - Àustria - S	Workshop	Actiu
30-10-09	01-11-09	Esquí Ertzog – Moscou	Rússia i Països de l'Est	Fira	Neu
30-10-09	04-11-09	Cultura - City Break – Bcn - CB - CG	Rússia i Països de l'Est	Press Trip	Cultura

Novembre

06-11-09	08-11-09	Agrotur – Cornellà	Catalunya	Fira	Genèric
06-11-09	08-11-09	Ski Mountain – València	Espanya	Fira	Neu
07-11-09	08-11-09	Bcn Esquí Show – Barcelona	Catalunya	Fira	Neu
09-11-09	12-11-09	World Travel Market – Londres	Regne Unit i Irlanda	Fira	Genèric
09-11-09	12-11-09	GTA Travel – Bcn - CC - CG	Estats Units	Fam Trip	Genèric
09-11-09	12-11-09	TV ORF – Bcn	Àustria	Press Trip	Urbà
12-11-09	12-11-09	Blanquerna Pirineu Comtal + Abad Oliva – Madrid	Espanya	Presentació	Cultura
13-11-09	15-11-09	Esquí Montaña-Naturiva – Madrid	Espanya	Fira	Neu
14-11-09	20-11-09	Gastronomia – Catalunya	Rússia i Països de l'Est	Press Trip	Gastronomia
16-11-09	19-11-09	IGTM – Màlaga	Espanya	Fira	Golf
17-11-09	19-11-09	Red Table Meeting – Frankfurt - Colònia - Munic	Alemanya	Workshop	Negocis
18-11-09	21-11-09	Women Trendy Holidays – Catalunya	Benelux	Fam Trip + PT	Cultura
18-11-09	22-11-09	Touristik & Caravaning – Leipzig	Alemanya	Fira	Genèric
19-11-09	22-11-09	CITM – Kunming	Xina	Fira	Genèric
19-11-09	22-11-09	Escape – Bcn	Països Nòrdics	Press Trip	Urbà
23-11-09	26-11-09	Àustria – Klagenfurt - Graz - Viena - Linz	Àustria	Workshop	Genèric
23-11-09	26-11-09	TTG Gay & Lesbian – Milà - Florència - Roma	Itàlia	Workshop	Gay
24-11-09	26-11-09	TTG Crals – Torí - Milà - Verona	Itàlia	Workshop	Cultura
26-11-09	26-11-09	PortAventura – París	França	Workshop	Negocis
27-11-09	29-11-09	Interturis – Catalunya	Argentina	Fam Trip	Genèric
28-11-09	29-11-09	Bebés & Mamás – Madrid	Espanya	Fira	Familiar
28-11-09	29-11-09	Icex-Prodeca – Bcn	Xina	Press Trip	Gastronomia
28-11-09	04-12-09	Cyts – Bcn - CB - CC - CD - CG	Xina	Fam Trip	Negocis

Desembre

01-12-09	03-12-09	EIBTM – Barcelona	Diversos	Fira	Negocis
02-12-09	02-12-09	EIBTM Xina – Barcelona	Xina	Fam Trip	Negocis
02-12-09	02-12-09	TUI Grup - Sopar de gala – Barcelona	Regne Unit i Irlanda	Presentació	Genèric
03-12-09	03-12-09	Blanquerna Observatori Astronòmic – Madrid	Espanya	Presentació	Cultura
03-12-09	03-12-09	Guardons de Turisme – Barcelona	Catalunya	Presentació	Genèric
03-12-09	06-12-09	EIBTM I – Catalunya	Diversos	Fam Trip	Negocis
03-12-09	06-12-09	EIBTM II – CB	Diversos	Fam Trip	Negocis
07-12-09	10-12-09	ILTM – Cannes	França	Fira	Luxe
07-12-09	13-12-09	TTOO xinesos – Catalunya	Xina	Fam Trip	Negocis
09-12-09	09-12-09	FC Barcelona – Kiev	Rússia i Països de l'Est	Presentació	Esportiu
09-12-09	19-12-09	Mundialet FC Barcelona – Abu Dhabi - Dubai	Emirats Àrabs	Presentació	Gastro - Luxe - Neg
10-12-09	10-12-09	TC TTOO xinesos – Girona	Xina	Workshop	Negocis
10-12-09	13-12-09	Neu TTOO portuguesos – Pirineus	Portugal	Fam Trip	Neu
11-12-09	11-12-09	Neu Pirineus – P	Portugal	Workshop	Neu
11-12-09	14-12-09	Norwegian – Bcn	Països Nòrdics	Press Trip	Urbà
17-12-09	20-12-09	Bloggers – Bcn - CB - CC	Diversos	Press Trip	Accessible - Gastro

L'any 2010, l'**Agència Catalana de Turisme**
pren el relleu a Turisme de Catalunya com a
organisme de promoció del país.

2009

Resumen
memoria

Annual report
summary

Resumen memoria 2009

Índice

Presentación	74
1. Acciones de promoción	74
2. Centenario de la Costa Brava	76
3. Centros de Promoción Turística	77
4. Acciones de marketing y comunicación.....	79
5. Productos turísticos, programas y proyectos de desarrollo.....	83
6. Colaboración institucional	90
7. Publicación de anuncios y convocatorias.....	91
8. Datos básicos de la entidad y presupuesto 2009	93

Presentación

El año 2009 se ha caracterizado por la crisis económica internacional. El sector turístico, como el resto de las actividades, ha sufrido las consecuencias de la desaceleración económica global; pero Catalunya como destino y las empresas turísticas del país han resistido esta coyuntura compleja mejor que otros destinos y actividades.

Conscientes de las dificultades, el organismo Turisme de Catalunya (futura Agència Catalana de Turisme) ha centrado su actuación en dar apoyo directo al sector, priorizando las acciones que consiguen mayor eficiencia promocional y más rentabilidad comercial. También hemos hecho una apuesta decidida por poner en el mercado nuevos productos turísticos, pero sin olvidar aquellos en los que estamos bien posicionados. Es nuestra obligación abrir nuevas líneas de oferta y nuevos mercados que complementen los ya existentes y consoliden el destino. Esta vía es del todo necesaria en un destino maduro como el nuestro.

La *Memoria de Actividades de Turisme de Catalunya* recoge en muy buena parte estas líneas de trabajo. Es la materialización en acciones concretas que vienen marcadas por el Plan Estratégico del Turismo 2005-2010, así como por las necesidades coyunturales fruto de la situación de crisis. En conjunto son unas trescientas acciones, que van desde la participación en ferias internacionales hasta los viajes de familiarización, pasando por las acciones de alto contenido comercial como son los workshops. Pero siempre destacando la originalidad e identidad en nuestras propuestas; lo que nos hace diferentes en materia turística es nuestra ventaja competitiva principal.

Asimismo, quiero mencionar un aspecto sobre el que hemos hecho hincapié en 2009 y que está relacionado

estrechamente con la política turística que impulsamos: un modelo de turismo sostenible y responsable que respeta el territorio donde se desarrolla la actividad y que permite un desarrollo integral del país, y todo ello, basado en la promoción de los valores propios y distintivos de Catalunya.

Por último, añadir que el futuro de la promoción vendrá marcado en Cataluña por la puesta en marcha en 2010 de la Agència Catalana de Turisme. Se abrirá, pues, un nuevo paradigma en la promoción de nuestro país. Empresas e instituciones formaremos parte de un mismo organismo responsable de llevar adelante la promoción; entre todos marcaremos prioridades, diseñaremos las acciones y financiamos la actividad promocional.

Josep Huguet y Biosca

Presidente del Consejo General de Turisme de Catalunya

Conseller de Innovación, Universidades y Empresa

1. Acciones de promoción

Durante 2009 Catalunya ha reforzado su presencia como marca turística con una serie de acciones dirigidas a los diferentes mercados emisores.

Las ferias, las jornadas de comercialización, los viajes de prensa y de familiarización y las presentaciones son las principales acciones que se han llevado a cabo, dirigidas tanto a los profesionales del sector turístico como al público final.

Ferias

La presencia y participación activa a las ferias es una de las herramientas de marketing turístico más utilizadas. Hace ya casi treinta años que Catalunya está y sigue estando presente en

los salones y ferias de turismo más importantes de Europa.

En el territorio catalán se ha participado en siete ferias a lo largo del año 2009, una genérica y las otras seis especializadas en producto. Una de ellas, la EIBTM, tiene especial relevancia por su carácter profesional en el segmento de negocios. Este año se ha consolidado su sexta edición en la capital catalana. En la edición de este año ha recibido más de 3.750 *hosted buyers* (compradores invitados) procedentes de todo el mundo, entre los cuales se encuentran destacados organizadores de congresos y empresas turísticas dedicadas al producto MICE.

En el mercado español también se apuesta por las ferias que ofrecen una diferenciación en productos. La especialización de los certámenes permite la segmentación del público, y esto es fundamental cuando se quiere incidir más directamente. De las ocho ferias en las que Turisme de Catalunya ha participado este año, únicamente dos son de carácter general.

En cuanto a las ferias internacionales se ha mantenido la participación de Catalunya, en la misma línea que en los años anteriores. Es importante destacar la fuerte presencia de la marca Catalunya en las ferias turísticas más destacadas. Catalunya invita a estar presente bajo su paraguas tanto al sector público como a empresas privadas del sector turístico catalán.

Jornadas de comercialización

Durante el año 2009 Turisme de Catalunya ha organizado numerosos *workshops*, con el objetivo de poner en contacto la oferta turística catalana con la demanda, tanto extranjera como del resto del Estado.

El turismo activo ha sido uno de los protagonistas de estas acciones de promoción, con la organización de dife-

rentes workshops directos en Madrid, Valencia, Bilbao y Toulouse (Francia), que son mercados de proximidad, y también en Ámsterdam. Asimismo, se ha celebrado una jornada de comercialización en Venecia, coincidiendo con la Biennale, que sirvió para poner punto final al Año de Catalunya en Italia iniciado el 2008.

Se ha seguido apostando por los mercados lejanos que abren nuevas rutas directas hacia Barcelona. Canadá y Estados Unidos son un ejemplo, y por este motivo se han celebrado tres encuentros profesionales en ciudades de la costa oeste: Los Ángeles, Seattle y Vancouver.

En cuanto a los workshops organizados en Catalunya, en los cuales los invitados pueden disfrutar de los diversos viajes de familiarización que se les ofrece, cabe destacar especialmente el que se efectuó el mes de mayo, una jornada profesional multimercado en la cual se mostraron dos productos, el cultural y el gastronómico, a los más de cincuenta prescriptores. La acción generó 850 entrevistas con el sector catalán.

En el último trimestre, tuvieron lugar dos clásicos de los encuentros con los profesionales catalanes. El Workshop Pirineus y el de los operadores turísticos chinos con la oferta catalana, en unas jornadas de comercialización que este año han llegado a la tercera edición.

Presentaciones

En 2009 se han hecho más de sesenta presentaciones.

En el extranjero, los lugares en los que Catalunya ha tenido mayor presencia durante 2009 han sido tan diversos como Nantes, Cerdeña, Fráncfort y Múnich, y tan lejanos como Kiev, Moscú, Helsinki, Abu Dhabi-Dubai y Los Ángeles.

El mercado catalán y del resto del Estado es uno de los principales, pero también cabe mencionar los actos di-

rigidos al mercado chino, africano, de los Países del Este, los Emiratos Árabes o Estados Unidos, entre otros.

Centro Cultural Blanquerna de Madrid

El año 2009 ha sido el segundo en que se ha organizado un ciclo de presentaciones de nuevos productos turísticos, vinculados básicamente al turismo cultural y activo-naturaleza, en el Centro Cultural Blanquerna de Madrid.

Catalunya en el sur de Francia

Entre las diferentes acciones de promoción que Turisme de Catalunya ha llevado a cabo durante el año 2009 destaca la campaña en el sur de Francia. La entidad contó con el apoyo del sector turístico catalán, y se realizaron diversas acciones a lo largo de seis semanas en la región francesa de Mediodía-Pirineos (Midi-Pyrénées).

Las acciones de promoción turística se han concretado en la región de Mediodía-Pirineos y se han inscrito en el marco de la Eurorregión y del fortalecimiento de las relaciones entre ambas regiones vía un proyecto de partenariado europeo para el período 2009-2012.

Así, gracias a la proximidad geográfica entre esta región francesa y el Principado, y también por la tipología del mercado, Catalunya apostó por acen- tuar la ejecución de acciones dirigidas, principalmente, al público final. No obstante, también se hicieron acciones de comunicación, de promoción y de comercialización dirigidas a los medios de comunicación regionales y a los intermediarios turísticos de Mediodía-Pirineos.

Dirigidas al gran público, se llevaron a cabo 41 acciones. Entre estas, destaca la celebración del Día de Sant Jordi, Día Mundial del Libro, jornada durante la cual Catalunya instaló un

centro de información turística en Place du Capitole, de Toulouse, centro neurálgico de la ciudad francesa. Se contó también con la presencia de Catalunya en Miniatura, una degustación gastronómica de arroz DOP del Delta del Ebro, la actuación de los *castellers* (torres humanas) de la Colla Vella dels Xiquets de Valls, y una pantalla gigante que proyectaba imágenes de las diferentes demarcaciones catalanas, entre otras acciones.

De las 15 acciones dirigidas a los medios de comunicación locales y regionales destaca el viaje de prensa multiproducto con medios televisivos, radiofónicos y de prensa escrita para dar a conocer Catalunya.

En cuanto a los operadores e intermediarios turísticos franceses se hicieron ocho acciones. La actuación más destacada fue el workshop de turismo activo organizado el 28 de abril, cuyo principal objetivo era incentivar la comercialización en Francia de las actividades y de la oferta de turismo activo de Catalunya.

También se llevaron a cabo cuatro acciones de cariz institucional, como el acto de promoción enmarcado en el Día de Europa, el 9 de mayo, durante el cual Turisme de Catalunya promovió un lanzamiento de un globo sobre el cielo de Toulouse.

El ciclo de conferencias *Via Nostra*, la muestra fotográfica *La Catalogne, paradis naturel*, muestras gastronómicas, varias presentaciones y las campañas de publicidad en los diferentes medios locales son otras actuaciones llevadas a cabo durante las semanas de celebración de Catalunya en el sur de Francia.

Viajes de prensa y familiarización

En 2009 se han organizado más de 40 viajes de familiarización, entre los que destacan los de cariz más cultural, fruto de su priorización, que se vieron re-

forzados por el workshop multiproducto. Se ha dado a conocer la historia de los orígenes de la Catalunya medieval, los genios más famosos, las rutas literarias más conocidas y, además, se ha querido revivir la Guerra del Francés para conmemorar su bicentenario.

Se han organizado más de ochenta viajes de prensa. Los más estratégicos, han sido los siguientes:

- **El presstrip con motivo de la Copa del mundo femenina de esquí para discapacitados.**
- **Centenario de la Costa Brava.** Se ha difundido de manera transversal, a través de todos los viajes, la efeméride de cuando el escritor y periodista Ferran Agulló bautizó el litoral gerundense con el nombre de Costa Brava.
- **El viaje de prensa multimercado que se ha hecho coincidir con el Foro Gastronómico de Girona,** en el que se han dado a conocer, por una parte, la riqueza de los productos gastronómicos de Catalunya y, por otra, la gran cantidad de colectivos de cocina, muchos de los cuales con estrellas Michelin.
- **El viaje organizado para los bloggers,** cuya opinión los convierte en prescriptores para miles de internautas.

2. Centenario de la Costa Brava

El mes de septiembre de 2008 se cumplieron cien años de la publicación del artículo «Per la Costa Brava» (Por la Costa Brava), de Ferran Agulló, en el diario *La Veu de Catalunya*. En este artículo se denominaba por primera vez «Costa Brava» al litoral gerundense comprendido entre la desembocadura del río Tordera y Portbou.

Actividades de promoción

Para conmemorar esta efeméride, Turisme de Catalunya llevó a cabo en 2009 un plan de acciones de soporte a la celebración del Centenario de la Costa Brava. Este plan ha contado con más de 700.000 €, que han permitido efectuar numerosas actividades, como la organización de viajes de prensa y de familiarización, presentaciones a la prensa y la proyección de la imagen del Centenario por todo el mundo.

Las actividades promocionales desarrolladas por Turisme de Catalunya durante 2009 con motivo del Centenario de la Costa Brava han sido:

- Aplicación de la marca del Centenario a todas las acciones de Turisme de Catalunya.
- Incorporación del logotipo del Centenario y priorización de imágenes de la Costa Brava en las acciones de Turisme de Catalunya en mercados como Canadá y Estados Unidos.
- Destacado del Centenario en la web (www.catalunya.com) de Turisme de Catalunya y en las webs de producto.
- Patrocinio del Open de España de Golf, que se llevó a cabo en el PGA Golf de Catalunya (Caldes de Malavella), como plataforma de difusión del Centenario. Se organizaron un workshop, un viaje de familiarización y una rueda de prensa.
- Festival Heineken Jazzaldia de San Sebastián (22-26 de julio). Turisme de Catalunya promocionó la oferta cultural y gastronómica catalana, especialmente sobre el Centenario de la Costa Brava. También se llevó a cabo la presentación profesional «Costa Brava: 100 años de Turismo Cultural en Catalunya».
- La marca del Centenario también ha tenido presencia en todas las presentaciones hechas en el Centro Cultural Blanquerna de Madrid.
- Encarte en la revista *Lonely Planet* de un calendario monográfico con imágenes de la Costa Brava.
- Diez acciones de prensa, entre las que destacan la publicación de un reportaje en la revista *Món.cat*; elaboración de varias notas de prensa y contenidos para los dossiers de prensa y los boletines de Turisme de Catalunya, y gestión de entrevistas en emisoras de radio catalanas.
- En el marco del Foro Gastronómico: patrocinio del Centenario, stand propio, organización de un viaje de prensa y participación en el Congreso de Colectivos de Cocina.
- Promoción del Centenario en el Festival de Cine Español de Nantes (Francia).
- Presentación del Triangle Dalinià (Triángulo Daliniano) y rueda de prensa del Centenario de la Costa Brava en el Centro Cultural Blanquerna de Madrid.
- Presencia de la marca del Centenario en: Fitur, ITB Berlín, MITT Moscú, Expovacaciones Bilbao, World Travel Market, Agrotur y Bebés y Mamás, entre otras.
- Participación de Turisme de Catalunya en la muestra Girona Viva, junto con la Diputación de Girona y el Patronato de Turismo Costa Brava Girona.
- En el marco del acuerdo firmado entre Turisme de Catalunya y Mediodía-Pirineos, se han efectuado diversas actividades: presentación del Centenario a la prensa francesa, workshop de turismo activo y promoción del Centenario en la Rue Alsace Lorraine, de Toulouse.
- Promoción de la imagen del Centenario en los siguientes workshops: Cultura y Gastronomía (Girona), Mercado Chino (Girona), Turismo Activo (Madrid, País Vasco y Valencia), y Golf (Londres y Dublín).

3. Centros de Promoción Turística

Las dos acciones más destacadas de los Centros de Promoción Turística (CPT) durante 2009 han sido la campaña promocional de Catalunya en la región francesa de Mediodía-Pirineos, y el Workshop de Cultura y Gastronomía, que tuvo lugar en Girona. Pero son muchas las actuaciones en las que han participado los CPT para promocionar el destino catalán en los respectivos mercados.

Los CPT forman la red exterior de oficinas de Turisme de Catalunya y su objetivo es la promoción de Catalunya en los mercados donde se ubican, que actualmente son: Francia, Reino Unido e Irlanda, Benelux, Países Nórdicos, Países del Este, Alemania, Italia y China, además de un Punto de Información Turística en el Centro Cultural Blanquerna de Madrid.

Los CPT gestionan todos los aspectos relacionados con la ejecución, el seguimiento y la evaluación de las acciones de promoción que lleva a cabo Turisme de Catalunya, y también dan asistencia al sector turístico catalán en los mercados exteriores.

La acción exterior más importante del año 2009 ha sido la campaña de promoción de Catalunya en la región francesa de Mediodía-Pirineos, con motivo de la cual se hicieron, principalmente en la ciudad de Toulouse, más de cincuenta actos y acciones promocionales durante seis semanas seguidas, del 23 de abril al 31 de mayo. Estas acciones iban dirigidas tanto al gran público como a los medios de comunicación y a los profesionales del sector turístico.

Otra de las acciones destacadas fue el Workshop de Cultura y Gastronomía, en la línea de las «grandes acciones» que se han ido llevando a cabo en los

últimos años. En la jornada, celebrada el 7 de mayo en el Palacio de Congresos de Girona, participaron 60 empresas catalanas y unos cincuenta operadores europeos.

Otras acciones

CPT Benelux

Las acciones promocionales de Catalunya en Benelux durante 2009 tuvieron como principal objetivo dar a conocer la oferta del territorio catalán, especialmente el referente al turismo espiritual, el turismo activo y las vacaciones para mujeres.

Se organizó un viaje de prensa y de familiarización relacionado con el bienestar integral para dar a conocer la vertiente más espiritual de Catalunya.

El 29 de septiembre se hizo un workshop en la localidad holandesa de Wijk Aan Zee para presentar la oferta de hiking, cycling y nórdico walking en el territorio catalán. Durante la jornada se hizo *networking* entre los empresarios, se practicó spinning con la proyección de un tramo de vía verde y se hizo una sesión de marcha nórdica.

Por otro lado, las mujeres fueron el público objetivo de otro viaje organizado para dar a conocer la oferta específica dirigida a las vacaciones para mujeres (que viajan solas o en grupos de mujeres) en Catalunya: Women Trendy Holidays. También se organizó un workshop con el objetivo de plantear las pautas que se deben seguir cuando se quiere comunicar con efectividad al segmento de la mujer y las tendencias en el mundo de los viajes hacia este colectivo. Participaron tanto empresarios catalanes como profesionales del Benelux.

CPT Países Nórdicos

Con motivo del Open de España 2009, del 26 de abril al 2 de mayo, se organizaron un viaje de familiarización y un

workshop inverso para operadores turísticos de golf de los Países Nórdicos y también del Reino Unido. Junto a Turisme de Barcelona, se realizaron dos presentaciones, una en la ciudad de Estocolmo y la otra en Gotemburgo, los días 15 y 16 de junio, respectivamente. En Estocolmo asistieron 35 agentes y en Gotemburgo, 30 personas. En ambos casos se sirvió una comida gastronómica.

CPT Reino Unido e Irlanda

Por tercer año consecutivo, Turisme de Catalunya acudió a la British Birdfair, celebrada en Rutland, el acontecimiento más importante del ámbito de la observación de aves a nivel internacional.

La costa catalana fue el escenario de «Gimme a break», un programa televisivo de la cadena BBC dirigido al público familiar. Turisme de Catalunya contó con la colaboración de los DTF (Destinos de Turismo Familiar) para conseguir ser el destino escogido para la grabación del programa, que se efectuó en mayo en Salou, Cambrils, Santa Susanna, Torroella de Montgrí-l'Estartit y Blanes.

Catalunya también fue la protagonista de tres documentales para emitir en las principales cadenas de televisión de 40 países. Los reportajes son: *Globe Trekker*, centrado en la cultura, los atractivos turísticos y las tradiciones de Barcelona; *Metrópolis*, que presenta la capital catalana como un emblema a nivel arquitectónico, y *Planet Food*, que hace un recorrido por la gastronomía catalana y las tradiciones culinarias de nuestro país.

CPT Italia

El workshop celebrado en Venecia fue la acción de clausura del Año de Catalunya en Italia, que se había iniciado en el mes de febrero de 2008. Esta jornada comercial puso en contacto unas quince empresas catalanas con más de cuarenta agentes de viajes del norte de Italia.

Durante el año 2009 Turisme de Catalunya participó, de la mano de Turespaña y la revista *TTG*, en varios *roadshows*. En el mes de marzo se hicieron dos workshops en campos de golf de Varese (cerca de Milán) y Padua, con la presencia de 120 agentes de viajes interesados en profundizar en el conocimiento de la oferta de golf en Catalunya. En abril, se visitaron cuatro ciudades del norte de Italia: Bolonia, Padua, Brescia y Turín, donde se presentó la oferta turística catalana a cerca de doscientas agencias de viajes italianas.

El CPT de Italia también participó en los workshops de turismo LGBT organizados por *TTG* que tuvieron lugar en Milán, Florencia y Roma, así como en los workshops dirigidos a los CRALS, que son asociaciones que programan actividades de ocio y viajes para los trabajadores en el marco de las empresas italianas. Durante los workshops llevados a cabo en Turín, Milán y Verona, el CPT pudo contactar con cerca de cien CRALS italianos, e hizo una presentación de la oferta turística de Catalunya.

Por otro lado, un grupo de seis periodistas italianos participó en un viaje de prensa cuya finalidad era presentar una muestra del mejor arte románico de Catalunya.

CPT Francia

De todas las acciones organizadas por Turisme de Catalunya en el extranjero durante 2009, la promoción en el sur de Francia ha sido la más relevante. Durante seis semanas se han desplegado todos los medios para llegar al máximo número de personas posible, tanto profesionales del turismo como, y muy especialmente, el público final. La celebración del Día de Sant Jordi en Place du Capitole de Toulouse de Languedoc, un viaje de prensa en torno a cuatro productos (turismo cultural, gastronómico, científico e industrial, y activo y de naturaleza), viajes de familiarización para presentar la amplia

oferta turística de las demarcaciones catalanas y un workshop sobre turismo activo, en la capital tolosana, que permitió a los empresarios catalanes vender su producto a los operadores turísticos franceses, son algunas de las acciones más destacadas.

El 13 de mayo, la revista *Geo* publicó un número dedicado íntegramente a Catalunya, acompañado de una guía práctica del destino catalán, *Geoguide Catalogne*, con 120 páginas referidas a todas las marcas turísticas catalanas y con un apartado especial dedicado a los Pirineos catalanes. Previamente a la elaboración de la guía, Turisme de Catalunya organizó tres viajes de prensa para ofrecer información para elaborar los contenidos.

En el mes de diciembre, Turisme de Catalunya participó como coexpositor dentro del stand de Turespaña en la 8ª edición del salón ILTM (International Luxury Travel Market) de Cannes, uno de los salones-workshop de más prestigio internacional en materia de turismo de lujo. Con motivo de esta feria se editó un catálogo específico con 39 propuestas de empresas y entidades catalanas, todas miembros de los Clubes de Producto de Turisme de Catalunya, donde se ofrece a los profesionales asistentes una exclusiva oferta de lujo y calidad en el Principado. En el marco de la feria también se entregó a los más de sesenta operadores turísticos internacionales entrevistados la versión inglesa de la guía de turismo de lujo *Catalonia Chic*, que forma parte de la colección «The Chic Collection», que recoge una muestra del producto de lujo y de calidad más exclusivo de Catalunya.

CPT China

Un grupo de más de quinientos cincuenta delegados de Michelin China visitó Catalunya en un viaje de incentivo como resultado de la apuesta por el segmento MICE del mercado chino. También se organizó un viaje de familiariza-

ción, en el que participaron seleccionados clientes corporativos del mercado chino interesados en Catalunya. Para promocionar Catalunya como destino de lujo, este año Turisme de Catalunya ha participado en el ALTAM de Shanghai y en las jornadas de comercialización de Turespaña en Japón y Taiwán.

CPT Países del Este

En octubre, una delegación de Aeropuertos de Catalunya visitó Moscú para presentar al sector emisor ruso el nuevo aeropuerto Lleida-Alguaire y atraer vuelos chárter desde Rusia. La delegación se reunió con diferentes medios de comunicación rusos y mantuvo negociaciones con los directivos de los diez principales operadores turísticos del mercado ruso interesados en las perspectivas que esta apertura podía significar para impulsar el turismo ruso hacia Catalunya.

Por otro lado, en diciembre se hizo en Ucrania una presentación conjunta Turisme de Catalunya-FC Barcelona sobre el potencial turístico de Catalunya, en especial los Destinos de Turismo Deportivo. Al acto asistieron 25 operadores turísticos y 13 medios de comunicación ucranianos.

CPT Alemania, Suiza y Austria

El hotel El Castell de Ciutat de La Seu d'Urgell acogió la sexta edición del Workshop Pirineus, una jornada comercial en que participaron una treintena de operadores de los mercados de Alemania, Suiza y Austria, y cerca de sesenta empresas y entidades catalanas con producto turístico vinculado a los Pirineos. Los días 28 y 29 de octubre los operadores turísticos participaron en un viaje para conocer los recursos turísticos de la comarca del Alt Urgell.

Turisme de Catalunya participó en el *road show Red Table Meeting the World*, junto a otros destinos de Dinamarca, Ir-

landa, Suecia, Malta, Montenegro y Graubünden (Suiza). El *road show*, en el que se dio especial relevancia al turismo de reuniones e incentivos, pasó por Múnich, Fráncfort y Colonia. Cada uno de los destinos, acompañados de sus *partners*, se pudo entrevistar con los compradores de cada ciudad e intercambiar impresiones con los otros destinos organizadores.

Punto de Información Turística en Madrid

En el Punto de Información Turística que Turisme de Catalunya tiene en el Centro Cultural Blanquerna de Madrid se organizó, a lo largo del año, un ciclo de presentaciones turísticas para dar a conocer las diferentes marcas y destinos turísticos de Catalunya al resto del Estado. Los asistentes a las presentaciones pudieron conocer lugares y temáticas diversas como el Circuito de Catalunya, los Petits Grans Hotels de Catalunya (Pequeños Grandes Hoteles de Cataluña), el Turismo Accesible, la Ruta dels Tres Monts, los Col·lectius de Cuina de Catalunya (Colectivos de Cocina de Cataluña) y la Ruta del Pirineu Comtal i Abat Oliba, entre otros.

Con una importante asistencia de público, Catalunya estuvo presente los días 6 y 7 de junio en Las Rozas Village, donde se hizo una particular celebración de la fiesta de Sant Jordi. Las personas que visitaron este centro comercial situado cerca de Madrid aquellos dos días pudieron degustar productos típicos de Catalunya, y hacerse fotografías en diferentes destinos de las comarcas catalanas.

Jornadas de los Mercados Emisores

Casi doscientas empresas catalanas participantes y cerca de ochocientas entrevistas individualizadas son las cifras de las Jornadas de los Mercados Emisores que se celebraron en octubre en las ciudades de Lleida, Tarragona,

Barcelona y Olot. Estas jornadas tienen la finalidad de poner en contacto los directores de las oficinas de turismo que Catalunya tiene en el exterior y los empresarios del sector turístico catalán.

De esta manera, los profesionales del turismo en Catalunya pueden recibir información de primera mano sobre las tendencias de la demanda y las novedades de los principales mercados emisores, una información fundamental a la hora de decidir el posicionamiento y la comercialización de los diferentes productos, y poder adecuarlos a las peculiaridades de los diferentes mercados.

Las Jornadas de los Mercados Emisores se celebran cada dos años. En esta ocasión, el sector turístico catalán se ha mostrado especialmente interesado por los mercados francés y alemán, así como por los de Benelux y el Reino Unido.

Becas Turisme de Catalunya

El año 2009 se adjudicaron siete becas Turisme de Catalunya de investigación de mercados y de acciones de promoción y comercialización turísticas: dos en el Reino Unido-Londres, tres en Bélgica-Bruselas, una en Francia-Perpiñán y una en España-Madrid. La plaza de Italia-Milán ha quedado desierta. La duración de las becas, que en 2009 han llegado a la 12ª promoción, es de catorce meses, con la posibilidad de renovación por doce meses más.

Antes de incorporarse a sus destinos, los nuevos becarios recibieron una intensiva y sólida formación sobre el funcionamiento del organismo al que representan, y se pudieron entrevistar con los directivos y diferentes unidades de la entidad.

Aparte de los nuevos becarios que se han incorporado en 2009, Turisme de Catalunya ha prorrogado siete becas de la convocatoria de 2008 por un plazo de un año, hasta el 31 de marzo de

2010, cuatro de ellas en Francia-París, dos en Alemania-Fráncfort y una en España-Madrid.

Programa CITIUS

Turisme de Catalunya y la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) colaboran en el programa CITIUS de inserción profesional, que combina la formación académica en la UAB con la formación profesional en la entidad de turismo. Los objetivos del programa CITIUS son ofrecer una formación actualizada y de alto nivel mediante un título de Posgrado en Gestión Empresarial; dar apoyo al acceso al mundo laboral del titulado universitario, mediante la oferta de prácticas en empresas de diferentes sectores y mercados, y también ayudando a las empresas en la búsqueda de potenciales talentos con voluntad de aprender y formarse en la teoría y la práctica.

Tres becarios CITIUS han iniciado su colaboración en 2009, dos en la unidad de Marketing y otro en la de Operaciones, cuya beca acaba el año 2010.

Los becarios CITIUS reciben una remuneración mensual y se les subvenciona totalmente el curso de posgrado.

4. Acciones de marketing y comunicación

Los principales objetivos de las acciones de marketing y comunicación que se han llevado a cabo este 2009 han sido aumentar la notoriedad y mejorar la imagen de la marca Catalunya y del consorcio. Campañas de publicidad, acuerdos estratégicos con medios de comunicación y la apuesta decidida por las nuevas tecnologías, entre otras iniciativas, han servido para dar soporte y difusión a la tarea promocional y de marketing que lleva a cabo Turisme de Catalunya.

Campañas de publicidad

Dar a conocer la oferta turística catalana es el principal objetivo de Turisme de Catalunya. Una manera muy significativa de conseguirlo es mediante la publicidad.

El año 2009 se ha llevado a cabo una nueva campaña de publicidad con el mensaje «Hazte fan de Catalunya». Estaba dirigida al mercado español y, además de presentar al público y al sector la oferta turística catalana, tenía como principal objetivo reforzar el posicionamiento de la marca Catalunya como un destino multiproducto y de calidad.

La campaña publicitaria ha seguido las últimas tendencias web 2.0 y ha querido interactuar con el público objetivo utilizando las herramientas más innovadoras en el campo de la comunicación *on line*. Con este objetivo se ha creado un *microsite*, www.haztefandecatalunya.com, que funciona como una red social en la que los usuarios se han convertido en una parte activa de la creación de contenidos e, incluso, han podido hacerse fans de Catalunya en la red social Facebook, compartiendo sus experiencias, sugiriendo visitas y colgando imágenes de sus vacaciones en Catalunya. El *site* se puede consultar en seis idiomas: catalán, castellano, vasco, gallego, inglés y francés.

Para conseguir visitas y nuevos perfiles de usuarios, además de contenidos, se ha elaborado una estrategia de medios que contempla los siguientes soportes: acciones especiales en televisión; inserciones en la prensa y en suplementos de viajes; publicidad *on line* en los principales portales de viajes, en la prensa *on line*, en los buscadores, y en las redes sociales, como Facebook. Los resultados de la campaña han sido muy positivos, y hay que destacar las 200.000 entradas al *site* y las más de 9.000 personas adheridas al grupo «fans de Catalunya».

Campaña Pirineus

Reforzar la imagen de la marca Pirineus es la finalidad de esta campaña que durante 2009 se ha concretado en inserciones en la prensa y revistas de viajes. Es el caso de la creación y publicación de un monográfico en la revista *National Geographic* con el nombre «Pirineus de Catalunya», una acción que ha durado todo el año con diferentes reportajes e inserciones publicitarias. Los mensajes de la campaña están vinculados a las marcas turísticas que configuran el territorio pirenaico.

Campaña en el mercado catalán

En 2009 se ha continuado con la campaña con el mensaje «Que no t'ho expliquin» (Que no te lo expliquen). Es una campaña básicamente gráfica, con anuncios en la prensa y en las revistas de viajes, que tiene como objetivo hacer que los catalanes consideren su territorio como la mejor opción a la hora de programar las vacaciones. Como novedad se ha creado un *microsite* donde los usuarios han podido desarrollar su creatividad elaborando ellos mismos un anuncio para incorporarlo a la campaña de publicidad.

Campaña de nieve

El turismo de nieve ha recibido este año 2009 una atención relevante por lo que respecta a su promoción publicitaria. Se ha continuado con el mensaje de la campaña genérica www.festefandecatalunya.cat. Concretamente, se han hecho acciones especiales en televisión –TV3, Canal 3/24 y 8TV–; inserciones gráficas en la prensa, revistas y publicidad exterior; cuñas en la radio y en Internet, con presencia en portales de viajes, prensa y *sites* especializados en el mundo de la nieve, que tienen como objetivo impactar en el público objetivo y dirigir a los usuarios al *microsite* de campaña. En el *site* se ha creado una aplicación-juego con la que

los usuarios pueden jugar y bajar esquiando por todas las estaciones de esquí catalanas. En referencia a la parte gráfica de la campaña, como novedad se ha incorporado un código *bidy* para que el público se pueda descargar el juego directamente al móvil. En la publicidad exterior se ha utilizado tecnología *bluetooth* para la descarga del juego.

Innovación y Servicios de Información

El año 2009 ha sido un ejercicio especialmente intenso, con nuevos contenidos y desarrollo de proyectos, en todo lo que hace referencia a la innovación y a los servicios de información de Turisme de Catalunya.

En cumplimiento del Plan de Tecnologías de la Información y Comunicación TIC 2005-2009, se ha consolidado la puesta en funcionamiento del nuevo modelo de gestión y de presencia en canales y, de esta manera, se ha hecho operativa una nueva plataforma de infraestructuras propia de Turisme de Catalunya que debe garantizar la agilidad y la dimensión adecuadas de los futuros proyectos de la Agència Catalana de Turisme.

La plataforma da cabida, entre otras, a las nuevas herramientas de gestión corporativa desarrolladas con un CRM (*Customer Relationship Management*), un ERP (*Enterprise Resource Planning*), un gestor de proyectos, un gestor documental y una intranet que enlaza con la herramienta de gestión del banco de contenidos (InfoTur) y la herramienta de gestión de canales (publicaciones, Internet, dispositivos móviles, TV interactiva, etc.). Todos estos recursos permiten hacer una gestión integral de los clientes, el negocio, los proyectos y los servicios, y se puede asegurar la máxima eficacia y eficiencia de los nuevos procesos que se han puesto en marcha en el organismo.

Por lo que respecta a los canales, se han acabado de desarrollar las versiones beta de los nuevos portales institucionales dirigidos al usuario final, que entrarán en funcionamiento con la creación de la Agència Catalana de Turisme: catalunya.com, cultura.catalunya.com, gastronomia.catalunya.com, actiu-natura.catalunya.com y golf.catalunya.com. No obstante, se ha continuado trabajando en el mantenimiento del portal turismedecatalunya.com y de las webs de los productos hasta la liberación de los nuevos portales.

Paralelamente, se ha lanzado una plataforma para gestionar la presencia en las redes sociales, el Catalunya Experience (experience.catalunya.com), y se han creado canales en Flickr, YouTube, Facebook y Twitter.

En el ámbito de los profesionales del sector, se ha continuado gestionando en Internet todo el proceso de inscripción y organización de la agenda en los workshops de Turisme de Catalunya con nuevas webs, así como las Jornadas de los Mercados Emisores, y se ha puesto en servicio un generador de webs de workshops y jornadas integrado con el gestor de canales (con el CRM y el ERP).

Con relación a InfoTur, el banco de contenidos, se mantiene en 18 idiomas, se ha pasado de 7.000 a 10.000 fotografías, se han producido ocho vídeos en ocho idiomas y se han georreferenciado los 15.000 POI (*Points of Interest*) del banco de contenidos para permitir la explotación con cartografía a todos los canales digitales (móviles, PC, TV interactiva, etc.). En paralelo a la puesta en marcha de la nueva plataforma de sindicación de contenidos, se han atendido más de trescientas solicitudes de contenidos en InfoTur.

Por lo que respecta a la innovación, se ha puesto en marcha el proyecto Creación de Nuevos Escenarios para la Innovación en Diseño de Productos y Servicios Turísticos, que incluye un es-

tudio de tendencias y mejores prácticas de innovación en servicios turísticos, diferentes talleres en colaboración con el sector para la definición de nuevos escenarios de innovación y el desarrollo del modelo de negocio de dos de los escenarios en función de su viabilidad.

Prensa y comunicación

Turisme de Catalunya utiliza diferentes herramientas de comunicación para informar de todas y cada una de sus actuaciones, ya sea mediante comunicados de prensa, la elaboración de publirreportajes, dossiers de prensa, el boletín electrónico, acuerdos con medios y otros. Todo este material se puede encontrar en la web www.catalunya.com.

Boletín electrónico

Este es el segundo año de funcionamiento del boletín electrónico, de periodicidad trimestral, que se hace llegar a todos los profesionales del turismo de Catalunya, un instrumento fundamental a la hora de comunicarse con el sector. Por esta vía, las personas vinculadas al sector turístico reciben puntualmente información detallada de las actividades de Turisme de Catalunya, así como de los Centros de Promoción Turística, lo cual facilita su implicación en la proyección de la marca Catalunya.

El boletín se ha consolidado y ha registrado un aumento del 17 por ciento del número de visitantes en este segundo año. Se distribuye entre unas nueve mil direcciones de profesionales del sector turístico catalán, como son las instituciones turísticas, los colectivos profesionales, empresas, oficinas de turismo, universidades, líderes de opinión y los diferentes órganos de gobierno de Turisme de Catalunya.

Otras herramientas de comunicación

Durante 2009 se han redactado cerca de noventa comunicados de prensa

que se han distribuido a los medios de comunicación de Catalunya, del resto del Estado y también, de manera puntual, en el extranjero, en acciones directas a los mercados emisores. Asimismo, se han celebrado una treintena de rueda de prensa. Las noticias generadas por el sector turístico catalán se han publicado en las principales revistas profesionales especializadas, y en la radio se han hecho cerca de ciento cuarenta entrevistas con empresas y entidades dedicadas al turismo de todo Catalunya.

Todo ello es fruto de unos acuerdos con los medios, una estrategia cuyo objetivo es poner al alcance de las empresas, acontecimientos y marcas catalanas un instrumento de comunicación que al mismo tiempo sirve para potenciar la comunicación corporativa de Turisme de Catalunya.

Como cada año, se ha actualizado el *Dossier de Prensa* de la entidad, con una revisión de los contenidos. De este dossier se ha hecho una versión en CD que se puede consultar en seis lenguas: catalán, castellano, inglés, francés, alemán e italiano, y también incluye imágenes.

Además, se han elaborado numerosos publirreportajes que han aparecido en diversos medios escritos de todo el Estado español y también extranjeros, tanto generalistas como especializados. Como novedad, este año se ha empezado a coordinar la sección de Turismo de la revista *Món.cat* (cuatrimestral), que elabora el consorcio Patronat Catalunya Món.

También se ha colaborado en la convocatoria y organización de tres viajes de prensa: Petits Grans Hotels (Pequeños Grandes Hoteles), Cuina i Golf (Cocina y Golf) y Pirineus. Asimismo, Turisme de Catalunya ha continuado la comunicación directa con el sector iniciada en 2006, para facilitar a las empresas e instituciones informes de valoración de las acciones de promoción

de Turisme de Catalunya (workshops, ferias, famtrips y presstrips) en las que participan.

Premios de Promoción Turística 2008

Un año más, Turisme de Catalunya ha otorgado los Premios de Promoción Turística. Esta es la octava edición de unos galardones que valoran los trabajos periodísticos que fomentan la promoción de Catalunya.

Este año optaban unos cincuenta trabajos procedentes de Catalunya, del resto del Estado español, de Francia, Italia, Rusia, el Reino Unido, Benelux y China. Esta variada procedencia evidencia la consolidación internacional de los premios.

El jurado, formado por profesionales del sector turístico y del periodístico, ha valorado los trabajos publicados entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2008. La dotación de los premios es de 6.000 euros.

La lista de los periodistas y de los trabajos galardonados con los Premios de Promoción Turística 2008 es la siguiente.

- El libro *Le guide du routard-Catalogne 2008*, por aportar una información cultural y práctica sobre Catalunya y sus marcas turísticas, ha ganado el premio en la categoría de mejor libro, en cualquier idioma, que fomente el turismo catalán.
- El artículo «Triangolo di natura», publicado en la revista italiana *Plein Air*, y los periodistas Federica Botto y Alessandro de Rossi, por su artículo y fotografías dedicadas al Delta del Ebro y al turismo activo, han sido galardonados en la categoría de mejor artículo o conjunto de artículos, difundidos a través de los medios de comunicación nacio-

nales o internacionales, que promuevan el turismo en Catalunya.

- El programa *Ikh Nrvay* del periodista Kirill Zvagin, del Canal NTV de la televisión rusa, por haber mostrado la identidad catalana y el conjunto de fiestas tradicionales que hay en Catalunya. Este premio corresponde a la categoría de mejor programa, trabajo o conjunto de trabajos en formato multimedia (radio, televisión, Internet y otros canales), difundidos por los soportes de comunicación nacionales o internacionales, que promuevan el turismo en Catalunya.
- La periodista Antonia Justicia, redactora del reportaje «A Santiago desde casa» publicado en la sección «Vivir» de *La Vanguardia*. El artículo hace un recorrido por el territorio catalán del Camino de Santiago (Camí de Sant Jaume), potenciando esta nueva propuesta turística en Catalunya. El galardón corresponde a la categoría de mejor trabajo o conjunto de trabajos periodísticos, difundidos o emitidos por los medios de comunicación catalanes, que fomenten el turismo en Catalunya entre los catalanes.

Galardones del Turismo de Catalunya 2009

El empresario Jaume Soteras y el Patronato de Turismo Costa Brava Girona han recibido los Galardones de Honor del Turismo 2009.

Los Galardones del Turismo son un reconocimiento de la Generalitat a la trayectoria de personas, empresas y entidades que contribuyen al desarrollo del turismo en Catalunya.

Este año han llegado a su 24ª edición y se han otorgado 22 galardones: dos premios de honor, diez medallas turísticas y diez diplomas turísticos.

Jaume Soteras, del Grup Soteras, recibió la medalla de honor por su dedicación a la restauración, mediante la cual ha potenciado la cocina y los productos mediterráneos catalanes.

La placa de honor 2009 se concedió al Patronato de Turismo Costa Brava Girona, por la tarea de promoción turística de las comarcas de Girona, y de las marcas Costa Brava y Pirineus de Girona, que lleva a cabo desde hace años. Este año, el Patronato ha conmemorado el Centenario de la Costa Brava, con la organización de numerosos actos, actividades y acciones promocionales tanto a escala estatal como internacional.

La Generalitat de Catalunya ha otorgado las medallas y los diplomas turísticos a las siguientes personas y entidades:

Medallas turísticas

- José Pérez Chillida, por su larga trayectoria en el mundo de las agencias de viajes y la formación.
- Joaquim Marqués i Bernat, pionero y empresario del sector del camping.
- Antonio Ruiz Roldán, del parque acuático Water World, de Lloret de Mar.
- Lluís Camós i Provencal, por su dedicación al mundo de la hotelería y la restauración.
- Esteve Hugas i de Batlle, impulsor turístico en el sector de los apartamentos en la Costa Brava.
- Josep Lloret Collell, director del Festival de Músiques de Torroella de Montgrí y creador del Festival de Músiques Religioses del Món.
- Indaleci Salas i Graset, promotor turístico en la Costa Daurada.
- Francisco Soler i Barrera, del restaurante centenario Casa Poldo, en las Valls d'Àneu.

- Joaquim Domato i Bua, dinamizador del turismo sostenible y respetuoso con el medio ambiente en las Terres de l'Ebre.
- Josefa Ribes i Tomàs, por su trayectoria profesional de más de cincuenta años en el Bar Restaurant Nicanor (Terres de l'Ebre).

Diplomas turísticos

- Confortel Hoteles
- Viatges Alegret, SL
- Solmar Tours
- Hotel Llafranc, SL
- Masia Mas Fuselles
- Pirineu Emoció, agència de viatges, SA
- Restaurant Era Plaça
- Consorci Memorial dels Espais de la Batalla de l'Ebre
- Gaudí Centre Reus
- Museu Industrial del Ter

5. Productos turísticos, programas y proyectos de desarrollo

Turisme de Catalunya segmenta la oferta turística catalana por productos y, a través de diferentes herramientas, da soporte a su comercialización. Los clubes de producto y los sellos de especialización Destino de Turismo Familiar y Destino de Turismo Deportivo son dos de las herramientas más destacadas para llevar a cabo esta tarea, que tiene como principal objetivo mejorar la competitividad de empresas y municipios catalanes.

Turismo Accesible

Durante el año 2009 Turisme de Catalunya ha apostado de forma clara y de-

cidida por el Turismo Accesible. Por eso se han organizado actos, viajes y otras acciones para dar a conocer la oferta de Catalunya a las personas con problemas de movilidad, y se han incorporado dos nuevos destinos accesibles: Enoturisme Penedès y Turismo Industrial.

Algunas de las actuaciones más destacadas son las siguientes:

- Presstrip Costa Daurada. Periodistas ingleses participaron en este viaje para conocer la oferta accesible de la Costa Daurada y las Terres de l'Ebre.
- Copa del Mundo de Esquí adaptado en La Molina. Coincidiendo con este acontecimiento, Turisme de Catalunya invitó a periodistas y agencias de viajes del mercado español, francés y alemán.
- Open de Catalunya de Vela Accesible en l'Escala.
- Ponencia en Viena sobre la oferta turística accesible catalana. Catalunya es miembro del European Network for Accessible Tourism (ENAT).
- Ponencia en La Pedrera, en el marco de una jornada dedicada al arte accesible.
- Presentación en Madrid de la oferta de Turismo Accesible en Catalunya.
- También se ha firmado un convenio con la Fundación ONCE y el ENAT.

Otras acciones

- Actualización de recursos. A lo largo de 2009, se ha recopilado información sobre la adaptación de unos cuatrocientos recursos.
- Nuevas incorporaciones. Los dos destinos accesibles recientemente incorporados, Enoturisme Penedès y Turismo Industrial, y toda la infor-

mación de accesibilidad tanto física como sensorial incorporada en el Camí de Sant Jaume (tramo del Camino de Santiago en Catalunya), forman parte de las novedades en la próxima guía de destinos accesibles.

Turismo de Sol y Playa

El producto sol y playa es el más importante para Catalunya y, por tanto, la tarea de promoción que lleva a cabo Turisme de Catalunya se basa, en gran medida, en este segmento.

La presencia en numerosas ferias del Estado español, acciones en mercados como el británico, el alemán o el ruso, y diferentes campañas de publicidad tienen como elemento básico el sol y playa.

Turismo familiar

Una de las estrategias de promoción que Turisme de Catalunya hace del turismo de sol y playa se fundamenta en la implantación, difusión y ayuda a la comercialización de la marca Destino de Turismo Familiar (DTF).

Destinos de Turismo Familiar

Esta marca de especialización creada por Turisme de Catalunya se concede a destinos especialmente sensibles al turismo familiar. Catalunya tiene diez DTF y tres más se encuentran en proceso de certificación. A finales de 2009 se ha certificado Rosas como DTF, uniéndose así a las ya certificadas Blanes y Torroella de Montgrí-l'Estartit, en la Costa Brava; Calella, Malgrat de Mar, Pineda de Mar y Santa Susanna, en la Costa de Barcelona-Maresme, y Calafell, Cambrils y Salou, en la Costa Daurada. Los municipios que actualmente se encuentran en proceso de certificación son Calonge-Sant Antoni y Lloret de Mar, en la Costa Brava, y Deltebre, en las Terres de l'Ebre.

El año 2009 se ha estructurado y puesto en marcha el nuevo Modelo de Gestión público-privado de los DTF, fruto de una serie de reuniones de sensibilización con el sector y encuentros de trabajo con los representantes municipales de las diferentes marcas turísticas, que han permitido definir una estructura organizativa simple, representativa y operativa que posibilita en empresas privadas y entidades públicas participar y decidir en el PAO de los DTF.

Las acciones de promoción llevadas a cabo el año 2009 se han dirigido principalmente a los mercados de proximidad. Destacan las siguientes:

- Viajes de prensa.
- Feria Bebés & Mamás de Madrid.
- Club Super3. Los DTF estuvieron presentes en la Fiesta dels Súpers, en la Anella Olímpica de Barcelona, a la que asistieron 350.000 personas.
- Presentaciones de los DTF en San Sebastián y Toulouse.
- Día Internacional de las Familias. Participación en esta jornada festiva celebrada en el parque de la Ciutadella de Barcelona.

Convenios de colaboración

- Club de fidelización Sapos y Princesas. Mensualmente, los DTF han protagonizado la sección «Escapadas» en la edición de Madrid de la revista para niños *Sapos y Princesas*.
- Patrocinio de My Family Day en el centro comercial Heron City (Las Rozas, Madrid).

Otras acciones

- DVD promocional.
- Distribución de nuevas placas identificativas de la marca.
- Edición y distribución del mapa infantil de carreteras de Catalunya en el periódico *El Pùblico*.

- Los DTF en la BBC. En el programa «Gimme a Break».
- Realización del Catálogo de los DTF y actualización de la web.

Turismo náutico

Dos acciones fundamentales en la promoción del turismo náutico catalán son los convenios de colaboración con las asociaciones catalana y española de estaciones náuticas.

Estaciones Náuticas de Catalunya.

Una de las acciones de este acuerdo de colaboración es la Jornada de Puertas Abiertas-Fiesta del Mar que las estaciones náuticas catalanas organizan cada año. El objetivo de esta iniciativa es dar a conocer las actividades que se realizan en las estaciones náuticas y acercarlas al público como una propuesta de ocio alternativa. Estas jornadas se organizan a lo largo de diferentes fines de semana para favorecer la visita de cada una de las seis estaciones náuticas catalanas: L'Estarrit-Illes Medes (Costa Brava), Badia de Palamós i Calonge-Sant Antoni (Costa Brava), Santa Susanna (Costa de Barcelona-Maresme), Vilanova i la Geltrú (Costa de Garraf), Salou-Cambrils-Mont-Roig/Miami Platja (Costa Daurada), i Sant Carles de la Ràpita-Delta de l'Ebre (Terres de l'Ebre).

Asociación Española de Estaciones Náuticas.

Se ha renovado el convenio con Turespaña y la Asociación Española de Estaciones Náuticas para continuar dando impulso al turismo náutico.

Turismo Cultural

Es importante destacar la apuesta por el turismo industrial que se está haciendo en relación al Turismo Cultural, como también la innovación de los productos en los viajes de prensa. Igualmente, se ha continuado con la tarea de promoción del patrimonio cultural de Catalunya mediante todo tipo de actuaciones.

Club de Turismo Cultural

Las empresas y entidades adheridas al Club de Turismo Cultural son 127. A lo largo del año se han organizado una serie de acciones de promoción en el marco del club, y se ha participado en diferentes ferias, entre las que hay las siguientes:

- Famtrip y workshop de Cultura y Gastronomía. En el workshop de Cultura y Gastronomía que tuvo lugar en Girona, se organizaron famtrips de turismo cultural, sobre Patrimonio de la Humanidad, *city-breaks*, el Triangle Dalinià y la oferta cultural de las Terres de l'Ebre.
- Viajes de familiarización con operadores turísticos del Benelux. Uno literario y otro sobre los indios.
- Viajes de prensa. Este año, las temáticas de los viajes de prensa han sido muy novedosas y variadas: románico del Vall de Boí, música, indios y la Guerra del Francés.
- Feria JOSP de Turismo religioso.
- Feria City Breaks.
- Feria y Workshop de Turismo Cultural en Málaga.
- Festival de Jazz de Donostia.
- Jornadas profesionales y *networking*: – 2ª Jornada Técnica del Club de Turismo Cultural. Se celebró el primer workshop interno, con entrevistas y reuniones entre los miembros del club.

Creación de mesas de trabajo

Turismo Industrial y turismo religioso. Acuerdo para crear mesas de trabajo para buscar nuevas formas de gestión y promoción de estos segmentos.

Museos y monumentos. la mesa de trabajo cuenta con la participación de la Universidad de Barcelona, la Subdirección General de Museos, la Universidad

de Girona, Monumenta y todos los museos que gestionan de forma conjunta el Art-Ticket.

Convenios de colaboración

- Patrocinio de festivales internacionales de música. Como en años anteriores y para vincular la marca Catalunya a los acontecimientos musicales de carácter internacional, se patrocinaron los festivales de música siguientes: Festival Internacional de Música de Torroella de Montgrí, Festival Internacional de Música del Castell de Peralada, Festival Internacional de Música de Cantonigròs (todos ellos integrados en el European Festivals Association) y la Cantada de Habaneras de Calella de Palafrugell.
- Convenio con el MNAC. Continúa vigente este convenio marco, firmado el año 2007, entre el Museo Nacional de Arte de Catalunya, Turisme de Barcelona y Turisme de Catalunya.

Otras acciones

- Benchmark de Turismo Industrial en la región francesa del Loira.
- Ciclo de presentaciones en el Centro Cultural Blanquerna de Madrid. Entre otras, se vieron la Ruta dels Tres Monts, el Triangle Dalinià y la Ruta del Pirineu Comtal i Abat Oliba.
- Publicaciones. Se ha reeditado el *Catálogo del Club de Turismo Cultural*, con nueva conceptualización y diseño. Se ha editado el *Mapa-guía de Turismo Cultural*. Se han hecho dos reediciones del *Patrimonio de la Humanidad*. Y se ha publicado el *Calendario de Festivales de Música en verano*.

Turismo Enogastronómico

Las actuaciones relacionadas con los Colectivos de Cocina de Catalunya, el Foro Gastronómico, el cierre del Año de

Italia y la celebración de un workshop especializado en gastronomía y cultura son algunas de las acciones desarrolladas durante 2009.

Club de Turismo Enogastronómico

El Club de Turismo Enogastronómico está constituido por aulas de cocina, restaurantes y colectivos de cocina, intermediarios y empresas de servicios relacionadas con el turismo gastronómico, alojamientos y entidades de promoción turística de Catalunya. Al finalizar 2009 forman parte del club 77 empresas y entidades, 18 más de las que había adheridas al final de 2008. Las acciones de promoción más destacadas han sido las siguientes:

- Workshop Cultura y Gastronomía con la participación de más de cincuenta empresarios y unos cuarenta operadores turísticos. Se desarrollaron, además, cinco programas de familiarización paralelos.
- Viajes de prensa con periodistas especializados en gastronomía.
- Foro Gastronómico de Girona. Turisme de Catalunya participó con un espacio de información enoturística, y organizó el II Congreso de Colectivos de Cocina de Catalunya.
- Barcelona Degusta. Por primera vez se participó en la feria Barcelona Degusta, con miembros del club como coexpositores.
- Feria Agosto. Se patrocinó un área integrada por unos diez de productores agroalimentarios catalanes en la Feria Agosto de Bilbao, certamen que sigue la filosofía *slow food*.

Otras acciones

- 2ª Jornada técnica. Los miembros del Club de Turismo Enogastronómico celebraron la segunda Jornada Técnica, para hacer balance de las acciones del año y configurar

el Plan de Acciones y Objetivos para 2010. También se organizó el primer workshop interno con los miembros del club.

- Convenio de colaboración con el Aula Gastronómica del Empordà.
- Cierre del Año de Italia. Se organizó una cena gastronómica en Venecia, a cargo del Colectivo de Cocina Vallès.
- Fitur. El cóctel ofrecido a los empresarios catalanes corrió a cargo del Colectivo de Cocina Joves Cuiners y la gestión del Terrat Gastronòmic, integrado en el stand catalán, de la Escuela de Hostelería de Vilamallà.
- Cena gastronómica en el World Travel Market. Elaborada por el Colectivo de Cocina Penedès Fogons.
- Presentación de los Colectivos de Cocina. Con la celebración en Madrid de una cena gastronómica elaborada por representantes de los Colectivos de Cocina del Empordanet y Joves Cuiners.
- Publicaciones. Durante el 2009 se han editado el *Calendario Gastronómico*, la *Guía de Colectivos de Cocina de Catalunya* y el *Catálogo del Club de Turismo Gastronómico*.

Turismo Deportivo

Turisme de Catalunya fundamenta su promoción del Turismo Deportivo en Catalunya a través de la marca Destino de Turismo Deportivo.

Destinos de Turismo Deportivo (DTD)

Este sello de especialización creado por Turisme de Catalunya se otorga a los destinos que se distinguen por ofrecer recursos y servicios de alta calidad dirigidos a deportistas de élite, profesionales, amateurs y turistas que quieran practicar actividades deportivas.

Actualmente hay 10 DTD certificados en Catalunya: Banyoles-Pla de l'Estany, Blanes, Castelló d'Empúries-Empuriabrava y Lloret de Mar, en la Costa Brava; Calella y Santa Susanna, en la Costa de Barcelona-Maresme; Castelldefels, en la Costa de Garraf, y La Seu d'Urgell, Sort y Val d'Aran, en Pirineus. Los municipios de Amposta (Terres de l'Ebre) y Cambrils (Costa Daurada) se encuentran en proceso de certificación. Las nuevas adhesiones a la marca este 2009 son:

- Blanes.
- Castelldefels.

En 2009 se han hecho diferentes acciones de promoción y comercialización de Catalunya como destino de turismo deportivo, y en particular los DTD.

- Campeonato del Mundo de Eslalon de Aguas Bravas en La Seu d'Urgell. Se organizó un viaje de prensa especializada con periodistas procedentes de Europa oriental y de Rusia.

Convenios de colaboración:

- Challenge Costa Barcelona Maresme. Turisme de Catalunya patrocinó el triatlón que se hizo en la Costa Barcelona Maresme y que contó con la participación de más de 1.800 atletas. Paralelamente se organizó un viaje de prensa internacional especializada.
- Acuerdo con el FC Barcelona.
- Acuerdo con el equipo de Rugby USAP de Perpignan.
- Circuito de Catalunya. Fruto del convenio de colaboración entre Turisme de Catalunya y el Circuito de Catalunya, y en el marco de la Jornada de Puertas Abiertas para los socios del Circuito, se organizó una prueba de habilidad de BTT, promocionando la marca DTD.

Turismo Activo-Naturaleza

Durante este ejercicio, para presentar y promocionar la oferta conjunta de Turismo Activo y de Naturaleza, se han hecho una serie de acciones específicas orientadas a los mercados de proximidad, como son el español y el francés, principalmente, y también en Benelux y en el resto de Europa.

Club Turismo Activo-Naturaleza

En 2009 forman parte del Club de Turismo Activo-Naturaleza cien empresas y entidades. De las actuaciones organizadas por Turisme de Catalunya en relación al producto Turismo Activo-Naturaleza este año destacan las siguientes:

- Cinco workshops específicos:
 - Uno en Toulouse de Languedoc
 - Tres en Valencia, Madrid y Bilbao.
 - Uno en Wijk Aan Zee (Holanda).
- Workshop Pirineus. El producto Turismo Activo-Naturaleza y la marca Pirineus participaron activamente en la sexta edición del Workshop Pirineus, celebrado a La Seu d'Urgell con turoperadores de Alemania, Suiza y Austria.
- Viaje de familiarización en el Pirineo de Lleida.
- Viaje de familiarización Senderismo y Gastronomía, por la Costa Brava.
- Participación en 10 ferias específicas.

Otras acciones

- 2ª Jornada Técnica Club Turismo Activo-Naturaleza. Con la celebración del primer workshop interno del club.
- Presentación de la ruta Els 3 Monts, en el Centro Cultural Blanquerna de Madrid.

- Publicaciones. El año 2009 se ha editado el nuevo *Catálogo del Club Turismo Activo-Naturaleza*.

También se ha iniciado la edición de la *Guía de Turismo Ornitológico* en versión alemana, y la estructuración y definición de contenidos del *Mapa-guía de Turismo Activo-Naturaleza*.

Centros BTT Catalunya

El año 2009 se ha celebrado el décimo aniversario de la inauguración del Centro BTT del Pla de l'Estany-Banyoles, el primero de Catalunya. Con la incorporación este año del Centro BTT Plana de Vic, la red cuenta con 17 Centros BTT y más de 5.300 km señalizados.

- Plan de Promoción de los Centros BTT. Siguiendo con el acuerdo firmado con el Consejo Catalán del Deporte y la Federación Catalana de Ciclismo, el año 2009 Turisme de Catalunya ha ejecutado el Plan de Promoción de los Centros BTT Catalunya.
- Presstrip al valle de Sau Collsacabra.
- Bike Show BCN.
- Jornadas profesionales y *networking*. Encuentro anual con los Centros BTT Catalunya que integran la red.
- Reportaje en la revista *Grandes Espacios*.

Turismo de Golf

Las acciones más destacadas por lo que respecta al Turismo de Golf llevadas a cabo durante 2009 estaban relacionadas con el Open de España de Golf, y también se han organizado workshops específicos de producto.

Club Turismo de Golf

El número de empresas y entidades adheridas al club al finalizar 2009 es de 71. En octubre se hizo en PortAventura

la segunda Jornada Técnica del Club de Golf de Turisme de Catalunya, en que se presentó el plan de acciones para el año 2010.

Las acciones de promoción más destacadas de turismo de golf durante 2009 han sido las siguientes:

- Workshop IGTM. En el workshop que se celebró en Marbella en noviembre participaron varios miembros del Club de Turismo de Golf dentro del espacio de Catalunya.
- Workshop inverso en Navata. Turisme de Catalunya organizó un viaje de familiarización y un workshop con operadores turísticos de los principales mercados emisores en turismo de golf: países nórdicos, Reino Unido e Irlanda.
- Workshop directo en el Reino Unido e Irlanda.
- Workshop TTG.
- Open de España. La 84ª edición del Open de España se celebró en el PGA Golf de Catalunya de Caldes de Malavella. Turisme de Catalunya, junto con el Patronato de Turismo Costa Brava Girona, patrocinó este acontecimiento, en que participaron más de 150 jugadores profesionales del circuito europeo.

Con motivo de este acontecimiento, se organizó un viaje de familiarización con turoperadores nórdicos. El programa empezó en la Costa Daurada y finalizó en la Costa Brava. Turisme de Catalunya también colaboró con el Patronato de Turismo Costa Brava Girona en un viaje de periodistas especializados en turismo de golf que cubrían el acontecimiento.

- Viaje de prensa Cocina y Golf.
- Viaje de prensa Il Mondo del Golf.
- Open de Italia. Se participó por primera vez en este Open, que tuvo lugar en Turín.

- Feria Rheingolf y London Golf Show. Turisme de Catalunya estuvo presente en estas ferias, en Colonia y en Londres, con un stand propio.
- Irish Open, BMW International Open 2009 y Omega European Masters. Durante 2009 Turisme de Catalunya asistió a estos torneos, celebrados en Turnberry (Irlanda), Múnich (Alemania) y Crans Montana (Suiza), respectivamente. Participó con las correspondientes OET.

Turismo de Nieve

Durante 2009 Turisme de Catalunya ha promocionado el Turismo de Nieve con la organización de varias acciones y la participación en acontecimientos especializados.

- Copa del Mundo de Esquí Alpino para Discapacitados. Con motivo de este acontecimiento, que tuvo lugar en La Molina, se organizó un viaje de prensa y familiarización de turismo accesible multimercado, en el que se dio a conocer la oferta accesible de la estación de montaña.
- Viajes de familiarización. Se hicieron famtrips vinculados a los programas de trabajo Pirineus y Pirineos.
- Esquí y Montaña-Naturiva y Ski Mountain. Se participó en estas dos ferias específicas de turismo de nieve, celebradas en Madrid y Valencia, respectivamente.

Otras acciones

- Patrocinio Pirena 2009.
- Patrocinio y participación en el Barcelona Snow Show. Turisme de Catalunya fue copatrocinador de esta competición de snowboard y esquí en la modalidad de Big Air puntuable para la Copa del Mundo de la Federación Internacional de Esquí (FIS), celebrada en el Estadio Olímpico Lluís Companys de Barcelona.

- Campaña publicitaria.
- Publicaciones. Se ha reeditado el catálogo *Catalunya es Nieve*.

Turismo LGBT

Este año Turisme de Catalunya ha editado en francés la *Guía del Turismo LGBT (Lesbianas, Gay, Bisexual y Transexual)*, y actualiza la web periódicamente. Entre las acciones llevadas a cabo en relación al Turismo LGBT durante 2009 destacan las siguientes:

- Viaje de prensa. Turisme de Catalunya organizó un presstrip multimercado a Barcelona y Sitges para presentar la oferta de turismo LGBT en Catalunya con motivo del Día del Orgullo.
- SITC. En el marco del SITC, y dentro de los actos organizados en el Pinkcorner, Turisme de Catalunya presentó una ponencia sobre la oferta turística LGBT.
- Edición de la versión francesa de la Guía del Turismo LGBT (Lesbianas, Gay, Bisexual y Transexual).
- Actualización periódica de la web www.catalunya-lgbt.com

Turismo de Reuniones

Para dar apoyo y promocionar este segmento, Turisme de Catalunya ha asistido a las principales ferias internacionales especializadas en Turismo de Negocios. También se ha dado respuesta a las demandas surgidas en mercados estratégicos, tanto en relación a la organización de viajes de familiarización y prensa centrados en turismo de reuniones, como dando soporte a acontecimientos de gran interés turístico y económico para el territorio.

De las acciones de promoción que se han llevado a cabo destacan las siguientes:

- Workshop de PortAventura en París. Turisme de Catalunya participó en un workshop específico para el sector MICE francés y prensa especializada, organizado por PortAventura Business & Events en París.
- Viaje de prensa para periodistas británicos de la revista *International Event Organizers*.
- Viaje de familiarización para siete operadores de la empresa CYTS MICE, una de las más importantes agencias especializadas en turismo de reuniones de China y emisores internacionales.
- Congreso de la empresa Michelin de China, en Barcelona, al que asistieron 500 operadores.
- Road Show Red Table. Turisme de Catalunya participó en el *roadshow* Red Table en Fráncfort, Múnich y Colonia, las tres principales ciudades generadoras de reuniones de Alemania. La iniciativa se impulsó conjuntamente con otros seis destinos: Graubünden (Suiza), Irlanda, Malta, Montenegro, Suecia y Dinamarca. Los participantes catalanes mantuvieron unas ochenta entrevistas con potenciales compradores.
- EIBTM. Turisme de Catalunya participó en el EIBTM con stand propio, en el que también figuraban como coexpositores los *convention bureaux* provinciales y locales de Girona, Lloret de Mar, Costa Daurada, Sitges, Lleida y Tarragona. Se atendieron unas cincuenta reuniones y visitas de profesionales y se organizaron presentaciones dirigidas a compradores de mercados europeos. Con la colaboración de los CTP, se impulsó un programa de *hosted buyers* propio que comprendía la coordinación, con posterioridad a la feria, de dos viajes de familiarización, uno de ellos dedicado a los mercados de proximidad

(Reino Unido, Francia y Benelux), y el otro íntegramente al mercado francés. Se organizó una cena con presentación de Catalunya y Barcelona a un grupo de 15 agentes compradores chinos especializados en turismo de reuniones.

- IMEX. Esta feria especializada que se celebra en Fráncfort contó con la presencia de Turisme de Catalunya, que en su stand aglutinó la oferta catalana de los *convention bureaux* de Girona, Sitges y la provincia de Barcelona, además del Circuito de Catalunya.
- MICE Business Travel Fair. Turisme de Catalunya, a través del CPT Benelux, participó por primera vez en un stand bajo el paraguas de Turespaña en la feria-workshop MICE Business Travel Fair en Ámsterdam, desde donde se estableció contacto con unos 260 operadores del mercado del turismo de reuniones holandés.

Otras acciones

- Convención Anual de ABTA. Turisme de Catalunya dio soporte a Turismo de Barcelona en la organización de la convención anual de ABTA (Association of British Travel Agencies).
- Congreso ICCA. Turisme de Catalunya participó, a través del CPT Italia, en el congreso anual de ICCA (principal asociación internacional) en Florencia.

Turismo de Salud y Bienestar-Wellness

Las acciones más destacadas en relación al Turismo de Salud y Bienestar desarrolladas durante 2009 han tenido como objetivo promover y ayudar en la comercialización de esta oferta, y potenciar las acciones promocionales dirigidas a este sector, implicando a las empresas que ofrecen este producto.

Club de Turismo de Salud y Bienestar

Mediante este club, Turisme de Catalunya pretende dar apoyo a la comercialización de este segmento específico de turismo y promocionarlo en los principales mercados emisores, para fortalecer así el posicionamiento de Catalunya como destino de turismo de salud y bienestar. Forman parte del mismo una veintena de empresas y entidades, entre las que se encuentran balnearios, centros de wellness, spas, centros de talasoterapia y centros lúdico-termales, intermediarios, alojamientos y entidades de promoción turística de todo el territorio catalán.

Las acciones de promoción más destacadas de Turismo de Salud y Bienestar a lo largo de 2009 han sido:

- Viaje de prensa para el mercado ruso.
- Termatalia. Turisme de Catalunya participó en la feria de Ourense con stand propio.
- Presstrip Programa Salud. Junto al CPT que Turisme de Catalunya tiene en los Países del Este, se organizó un viaje de prensa con el primer canal estatal de la televisión rusa, que emite semanalmente el programa «Zdorovie» (Salud), en el que se tratan temas de salud, nuevas tecnologías médicas y consultas médicas.
- 2nd World Medical Tourism & Global Health Congress. Este congreso, celebrado en Los Ángeles, contó con la presencia de Turisme de Catalunya.
- Adhesión a la Medical Tourism Association.

Pirineus

Para dar a conocer y consolidar la marca Pirineus y el modelo turístico que representa se sigue con el Plan de Promoción de los Pirineos, que pone en valor los recursos turísticos de las co-

marcas que forman parte de la marca y destaca la diversidad y la calidad de la oferta y su capacidad por desestacionalizar la demanda. Este plan está acordado por el Departamento de Política Territorial y Obras Públicas a través del IDAPA, Turisme de Catalunya, el Patronato de Turismo de la Diputación de Lleida, el Patronato de Turismo Costa Brava Girona y el Conselh Generau d'Aran.

Las comarcas que forman la marca Pirineus son Alt Empordà, Alta Ribagorça, Alt Urgell, Berguedà, Cerdanya, Garrotxa, Pallars Jussà, Pallars Sobirà, Ripollès, Solsonès y la Val d'Aran.

Son muchas las acciones que se desarrollan dentro del Plan Pirineus. En 2009 las más destacadas han sido:

- Workshop directo en Madrid. La marca Pirineus aprovechó el *workshop* liderado por el Club de Turismo Activo para colaborar e invitar a las empresas de los Pirineos.
- 6º Workshop Internacional Pirineus. Tuvo lugar en La Seu d'Urgell y se invitó a los mercados alemán, suizo y austriaco. Se organizaron dos famtrips para los turoperadores extranjeros: Activo-Naturaleza y Cultural-Naturaleza. Para los vendedores, se realizó una jornada de formación sobre Turismo y Web 2.0.
- Organización de las Jornadas Inversas de Comercialización. En La Molina, con turoperadores portugueses. También se participó en la de Benasque con turoperadores italianos.
- Presstrips Pirineus. Se han organizado dos viajes por los Pirineos de Lleida y Girona para, principalmente, periodistas de Madrid.

Otras acciones

- Presentación de Pirineus en Milán.
- Publicidad de la marca en diferentes medios.

- Publicaciones y web. Entre otros, se han elaborado los siguientes materiales: una traducción al alemán de la *Guía de Sensaciones*, el *Manual Turístico*, y el *Libro de Viaje*. Se ha actualizado e impreso la *Guía de Sensaciones* y el *Libro de Viaje* en castellano y el mapa de carreteras en catalán y castellano.
- Actualización y mejora de la web www.visitpirineus.com. También se ha traducido la web al alemán.

Tercera Asamblea de Clubes de Producto

En abril, La Pedrera de Barcelona fue el escenario de la Tercera Asamblea de Clubes de Producto, en que, junto a empresarios del sector, se buscaron fórmulas conjuntas para fortalecer la competitividad de la oferta turística catalana y hacer frente a la crisis económica.

Esta asamblea se celebra anualmente con la voluntad de buscar la complicidad e implicar directamente el sector privado en la ejecución de las acciones promocionales y de comercialización de la oferta turística catalana.

Participaron casi ciento cincuenta empresas y entidades catalanas, en una jornada en que se enfatizó la necesidad de continuar apostando por la especialización de productos, así como flexibilizar y adaptar la promoción de cada uno de los productos turísticos a los retos y prioridades de cada mercado, haciendo acciones cada vez más eficientes. Durante la asamblea, Turisme de Catalunya presentó el balance de resultados de 2008, y nuevas propuestas de futuro.

Una de estas propuestas para ayudar a las empresas a encontrar nuevas oportunidades de negocio ha sido la organización de jornadas internas para los clubes de producto, reuniones propicias para hacer *networking*, intercambiar experiencias y establecer sinergias entre empresas de un mismo sector.

Un año después del cambio de modelo en la gestión de los Clubes de Producto de Turisme de Catalunya se valora la mayor implicación de las empresas miembros en la definición del plan de acciones. Actualmente, los cinco Clubes de Producto de Turisme de Catalunya –Activo, Cultura, Enogastronomía, Golf y Salud y Bienestar–, reúnen cerca de trescientos cincuenta miembros.

En los últimos tres años, el número de miembros que forman parte de alguno de estos cinco clubes ha aumentado más de un 30 por ciento.

Publicaciones específicas de productos turísticos

A lo largo del año se ha trabajado con muchas publicaciones específicas de los diferentes productos turísticos, entre nuevas ediciones, reediciones y reimpressiones.

Entre las novedades hay que mencionar la *Guía de Col·lectius de Cuina de Catalunya* (Guía del Colectivos de Cocina de Catalunya); los catálogos *Turismo Activo-Naturaleza*, *Turismo Gastronómico* y *Turismo Familiar*; y el mapa-guía *Camí de Sant Jaume*.

Muchas de las publicaciones de Turisme de Catalunya se traducen al castellano, francés, inglés, alemán e italiano, para llegar a un número más elevado de destinatarios.

Publicaciones en colaboración con la Dirección General de Turismo

En 2009 Turisme de Catalunya y la Dirección General de Turismo han preparado conjuntamente algunas publicaciones, entre las que destaca *Pyrenees - Nature and Culture*, que también ha aparecido en versión francesa y alemana, y también la edición en italiano de *Cerdà*, volumen de la colección «Catalanes Universales», que

se ha reeditado en catalán, alemán, castellano, francés e inglés.

Igualmente se han reeditado muchas otras publicaciones conjuntas. Es el caso de *Rutas del Románico* y *Rutas del Modernismo*, las publicaciones de las diferentes marcas turísticas catalanas o las guías de alojamientos como campings, hoteles y establecimientos de turismo rural, entre otros.

6. Colaboración institucional

Para Turisme de Catalunya la colaboración con otras empresas y entidades es un aspecto muy importante, que contribuye de manera positiva a la promoción de Catalunya en diferentes sectores y territorios, tanto en el ámbito estatal como internacional.

Convenios, acuerdos de colaboración y contratos de patrocinio

Con la finalidad de mejorar y profundizar en los mercados internacionales la oferta turística catalana, durante el año 2009 Turisme de Catalunya ha firmado diversos convenios y acuerdos de colaboración, además de contratos de patrocinio. Los principales sectores beneficiados por estos compromisos han sido la cultura, el deporte, la gastronomía y los campings catalanes.

Entidades con las cuales se han mantenido relaciones institucionales

- ADAC
- Aeroports de Catalunya
- Artesanía Catalunya
- Asociación Española de Estaciones Náuticas
- Asociación Campings de Montaña y del Pirineo Catalán
- Asociación Catalana de Estaciones Náuticas
- Asociación Costa Barcelona-Maresme
- Asociación Profesional de Empresarios de Campings y Ciudades de Vacaciones
- AVIS
- Barcelona Centro Médico
- BCN Snow Show
- Cámara de Comercio de Barcelona
- Cantada de Habaneras de Calella de Palafrugell
- Challenge Costa BCN Maresme
- Circuit de Catalunya
- Clickair
- Comité de Desarrollo de Rutas Aéreas (CDRA)
- Comunidad Autónoma de Aragón
- Comunidad Autónoma de Navarra
- Conselh Generau d'Aran
- Consejo Catalán del Deporte
- Consorcio de Promoción Comercial de Cataluña (COPCA)
- Consorcio de Promoción Turística del Maresme
- Continental Airlines
- Departamento de Acción Social y Ciudadanía
- Departamento de Política Territorial y Obras Públicas
- Departamento de Salud
- Delegación de Turismo de la Diputación de Barcelona
- Federación Catalana de Campings y Ciudades de Vacaciones
- Festival de Música de Cantonigròs
- Festival Internacional de Música de Peralada
- Festival Internacional de Música de Torroella de Montgrí
- Fórum Gastronómico
- Fundació Privada Esport Català
- Fundación ONCE
- Futbol Club Barcelona
- Gestió de Màrqueting de les Comarques de Girona
- Grupo Mahou-San Miguel
- Grupo Torres
- Institut per al Desenvolupament i la Promoció de l'Alt Pirineu i Aran (IDAPA)
- Institut Ramon Llull
- La Roca Village-Value Retail
- Museu Nacional d'Art de Catalunya
- Open de España de Golf
- Patronato de Turismo Costa Brava Girona
- Patronato de Turismo de la Diputación de Lleida
- Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona
- Pirena
- PortAventura
- Renfe-AVE
- Ryanair
- Slow Food Barcelona
- Televisió de Catalunya
- Time out-Sàpiens
- Transat Holidays
- Trenhotel Elipsos
- Turespaña
- Turisme de Barcelona
- Universidad de Girona

- Universidad Rovira i Virgili
- USAP de Perpinyà
- Voyages Auchan
- Vueling
- www.gastroteca.cat

Otras colaboraciones

A escala internacional, este año destaca la integración de Turisme de Catalunya en la asociación ENAT (European Network of Accessible Tourism), así como en la Medical Tourism Association. En este capítulo, hay que añadir otras asociaciones de las cuales ya es miembro, como el ECM (European Cities Marketing) y la IAGTO (International Association of Golf Tour Operators).

También, a través de los CPT, el consorcio forma parte de las asociaciones siguientes:

ABTA Travel Industry Partners, AITO (Association of Independent Tour Operators), AJT (Asociación de Periodistas Turísticos), ANTOR (Asociación de Representaciones Turísticas Nacionales en Rusia), ANVR (Algemene Nederlandse Vereniging van Reisonderneemingen), APCIG (Asociación de Profesionales de Gastronomía), Cámara Oficial de Comercio Española en China, Catalans UK, Corps Touristique (Asociación de destinos turísticos extranjeros), DRV (Asociación de organizaciones turísticas), ETOA (European Tour Operators Association), ITAA (Irish Travel Agents Association), ITT (Institute of Travel & Tourism), MIA (Meeting Industry Association), Press 4 Travel, RDA (Asociación de autocaristas) y con la Spanish Chamber of Commerce en el Reino Unido.

Turisme de Catalunya ha continuado apostando durante 2009 para la formación de profesionales de calidad en el mundo del turismo.

Buscando la mejor preparación teórica-práctica de los estudiantes o de los

nuevos profesionales, ha establecido convenios de colaboración con las siguientes universidades y escuelas: Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), CETA, Escola d'Hosteleria i Turisme de Barcelona, CETT, Universidad de Girona, Escola d'Hosteleria i Turisme de Girona, Universidad Rey Juan Carlos I, Fundació BCN - FP.

Relaciones institucionales y proyectos estratégicos

En cuanto a las relaciones institucionales y los proyectos estratégicos, se pretende conseguir el reconocimiento de la entidad por parte de todos aquellos actores políticos, económicos y sociales que puedan pasar a ser socios estratégicos.

Para alcanzar este objetivo hay que fortalecer las relaciones con los actores del sector turístico catalán, especialmente aquellos que adquirirán protagonismo en la Agència Catalana de Turisme (ACT), y también ampliar la red de relaciones y acuerdos a otros ámbitos.

Esto debe permitir crear alianzas y acuerdos con empresas, entidades y organismos que pueden aportar los valores y ventajas de su conocimiento y de su posición en los mercados.

El despliegue de las tareas propias de las Relaciones Institucionales deben incluir dos ámbitos de actuación, el territorial y el sectorial, para combinar la proyección uniforme de la acción de Turisme de Catalunya sobre el territorio con la identificación y selección de los interlocutores más adecuados para cada relación o acuerdo. Las principales acciones llevadas a cabo por Turisme de Catalunya en este ámbito durante 2009 fueron las siguientes:

- Proyecto Catalunya – Mediodía-Pirineos (Programa POCTEFA de la UE).
- Propuesta de acciones de promoción para las actuaciones del Plan

de Dinamización de las Terres de l'Ebre.

- Misión de consultoría de turismo urbano en el Kazajstán por encargo de la OMT.
- Colaboraciones con la UOC.
- Convenio con la Fundación ONCE para el desarrollo del Turismo Accesible.
- Incorporación en el European Network of Accessible Tourism (ENAT).
- Adjudicación del Plan Estratégico del clúster de Turismo Médico en Catalunya (financiación Segittur).
- Inicio de los trabajos de revisión del Plan Estratégico del Turismo en Catalunya (2011-2015).
- Apoyo al desarrollo de los proyectos de la DGT: Camí de Sant Jaume, Ruta del Pirineu Comtal y sistema de categorización para el Turismo Rural.

7. Publicación de anuncios y convocatorias

Para dar publicidad a las actuaciones de Turisme de Catalunya, durante el ejercicio 2009 el consorcio ha publicado 11 anuncios en el Diario Oficial de la Generalitat, tres en el Diario Oficial de la Unión Europea y varias publicaciones en la plataforma electrónica de contratación de la Generalitat de Catalunya.

Diario Oficial de la Generalitat de Catalunya (DOGC)

1. Adjudicación de las becas Turisme de Catalunya 2009

Nº DOGC: 5305-27.01.2009-
Pág.5630

Turisme de Catalunya hace pública la adjudicación de siete becas (dos en el Reino Unido, tres en Bélgica-

Bruselas, una en Francia-Perpiñán y una en España-Madrid) de la convocatoria de becas Turisme de Catalunya, de investigación de mercados, de acciones de promoción y comercialización turísticas, 12ª promoción, y se deja desierta la plaza de Italia-Milán.

2. Adjudicación de una beca Turisme de Catalunya 2009

Nº DOGC: 5316-11.02.2009-
Pág.10770

El consorcio Turisme de Catalunya hace pública la adjudicación de una beca Turisme de Catalunya, de investigación de mercados, de acciones de promoción y comercialización turísticas, 12ª convocatoria, en España-Madrid, por renuncia del titular.

3. Prórroga becas Turisme de Catalunya 2008

Nº DOGC: 53325-05.03.2009-
Pág.18054

Turisme de Catalunya hace pública la prórroga de siete becas (cuatro en Francia-París, dos en Fráncfort-Alemania y una en Madrid-España) por un plazo de un año, hasta el 31 de marzo de 2010.

4. Veredicto de los Premios de Promoción Turística 2008

Nº DOGC: 5420-14.07.2009-
Pág.56219

Se da publicidad al veredicto emitido por el jurado de los Premios de Promoción Turística del consorcio Turisme de Catalunya correspondientes al año 2008.

5. Convocatoria de la campaña «Que no te lo expliquen»

Nº DOGC: 5424-20.07.2009-
Pág.57795

Se hace pública la convocatoria de un concurso de ideas para la cam-

Plataforma electrónica de contratación de la Generalitat de Catalunya

Objeto	Publicación	Publicación
	Plataforma	Plataforma
	Anuncio	Adjudicación
Oficina técnica TIC	19-12-08	03-03-09
Almacén publicaciones	23-12-08	06-03-09
Autocaristas	26-03-09	18-05-09
Catálogo Turismo Familiar	27-03-09	12-06-09
Reimpresión marcas	06-04-09	13-05-09
Compra maquinaria	08-04-09	14-05-09
Transporte y logística	18-05-09	31-07-09
Vídeos Infotur	29-05-09	04-09-09
Ferias 2010	02-06-09	02-12-09
Oficina Técnica apoyo webs	03-06-09	30-07-09
Creación fotografías para Infotur	30-07-09	28-12-09
Licencias Axapta 2009	07-09-09	06-11-09
Mercado del Este 2010-2014	23-12-09	Pendiente

Acuerdos marco

Objeto	Publicación	Publicación
	Plataforma	Plataforma
	Anuncio	Adjudicación
Campaña Mercado Catalán	20-04-09	18-05-09
Programa y servidores	11-06-09	07-07-09
Campaña Mercado Español	12-06-09	07-07-09
Workshops ISI	04-08-09	31-08-09
Campaña Nieve	12-11-09	01-12-09

paña de publicidad del consorcio Turisme de Catalunya «Que no te lo expliquen».

6. Convocatoria de varios puestos de trabajo en régimen de personal laboral fijo del consorcio Turisme de Catalunya

Nº DOGC: 5426-22.07.2009-
Pág.58557

Se hace pública la convocatoria de diferentes concursos de méritos para la provisión de puestos de trabajo en régimen de personal laboral fijo del consorcio Turisme de Catalunya.

7. Convocatoria para la concesión de las becas Turisme de Catalunya 2010

Nº DOGC: 5428-24.07.2009-
Pág.59026

Se aprueban las bases y se abre la convocatoria para la concesión de las becas Turisme de Catalunya de desarrollo de acciones promocionales y de apoyo a la comercialización de productos turísticos.

8. Convocatoria de varios puestos de trabajo en régimen de personal laboral fijo del consorcio Turisme de Catalunya

Nº DOGC: 5442-13.08.2009-
Pág.63545

El consorcio Turisme de Catalunya hace pública la convocatoria de varios concursos de méritos para la provisión de diferentes puestos de trabajo en régimen de personal laboral fijo.

9. Publicación del convenio del Plan anual de las estaciones náuticas

Nº DOGC: 5531-22.12.2009-
Pág.95603

Se da publicidad al Convenio de colaboración para el Plan anual de actuación 2009 para el desarrollo y promoción turística del producto estaciones náuticas.

10. Publicación del convenio del Plan anual de los Pirineos españoles

Nº DOGC: 5532-23.12.2009-
Pág.96226

Se da publicidad al Convenio de colaboración para el Plan conjunto anual de promoción turística de los Pirineos españoles para 2009.

11. Publicación del Acuerdo marco de promoción de las estaciones náuticas

Nº DOGC: 5536-30.12.2009-
Pág.97346

Se da publicidad al Acuerdo marco de colaboración para el desarrollo y promoción turística de las estaciones náuticas.

Diario Oficial de la Unión Europea (DOUE)

1. Licitación stand de ferias

Anuncio de licitación S103-30.05.2009-Núm.2009/S 103-148391

Contrato de suministro, en régimen de arrendamiento, del montaje, desmontaje, transporte y diseño del stand de Turisme de Catalunya.

2. Adjudicación stand de ferias

Anuncio de adjudicación S236-08.12.2009-Núm. 2009/S 236-337515

Contrato de suministro, en régimen de arrendamiento, del montaje, desmontaje, transporte y diseño del stand de Turisme de Catalunya.

3. Licitación-promoción de la oferta turística en los mercados de Rusia y Países del Este 2010-2014

Anuncio de licitación S244-18.12.2009-Núm. 2009/S 244-349861

8. Datos básicos de la entidad y presupuesto 2009

Régimen jurídico de la entidad, actividad y fondos de financiación

Al final de 2009, el Gobierno aprobó los nuevos estatutos de funcionamiento de la Agència Catalana de Turisme, organismo que sustituye a partir del 1 de enero de 2010 el consorcio Turisme de Catalunya.

Esta última entidad, que ha continuado trabajando en la promoción turística

de Catalunya durante 2009, fue creada mediante el Decreto 13/1986, de 16 de enero. Con el Decreto 83/1987, de 1 de abril, el Consorcio de Promoción Turística de Catalunya cambia su denominación por la de Consorcio Turisme de Catalunya y se redactan sus estatutos. El consorcio Turisme de Catalunya tiene personalidad jurídica propia, independiente de la de sus miembros, y plena capacidad de obrar de derecho público y de derecho privado para el cumplimiento de sus finalidades (art. 1 de los estatutos).

La finalidad de la entidad es la realización de acciones en el ámbito del marketing y la comercialización, y la prestación de servicios para incrementar la riqueza y la prosperidad de la industria turística en Catalunya y reforzar su competitividad (art. 2).

Para llevar a cabo sus objetivos, el consorcio dispone de los recursos siguientes (art. 16 de los estatutos):

- Aportaciones realizadas por todas las entidades consorciadas.
- Aportaciones y subvenciones de todo tipo obtenidas de otras entidades oficiales y de los particulares.
- Donativos y otros fondos obtenidos por cualquier otro título admitido en derecho.
- Operaciones de crédito que concierne, previo informe favorable del Departamento de Economía, Finanzas y Planificación.
- Ingresos obtenidos por la prestación de servicios.

Hasta ahora, sin embargo, la práctica totalidad de recursos proviene de las dotaciones del presupuesto aprobado para la Dirección General de Turismo, dentro del presupuesto del Departamento de Innovación, Universidades y Empresa.

La Ley 15/2007, del 5 de diciembre, DOGC núm. 5030 de fecha 17/12/2007,

crea la Agència Catalana de Turisme, una entidad de derecho público de la Generalitat que actúa sujeta al derecho privado, con personalidad jurídica propia, plena capacidad de operar y patrimonio propio para el cumplimiento de sus objetivos (art. 1). La disposición transitoria primera de la ley establece que el consorcio Turisme de Catalunya se disuelve en el momento de constitución de la Agència Catalana de Turisme, la cual se subroga la titularidad de los bienes, los derechos y las obligaciones del consorcio, tanto en Catalunya como en el exterior. El consorcio Turisme de Catalunya mantiene la estructura, la composición y las funciones hasta la constitución de la Agència Catalana de Turisme.

Con la entrada en vigor el 1 de enero de 2010 del Decreto 192/2009, de 9 de diciembre, de aprobación de los Estatutos de la Agència Catalana de Turisme, DOGC núm. 5524, de fecha 11 de diciembre, queda constituida e inicia su actividad la nueva entidad. En esta fecha se produce la subrogación de la Agència Catalana de Turisme en la titularidad de los bienes, los derechos y las obligaciones del consorcio Turisme de Catalunya, de la manera prevista en la disposición transitoria primera de la Ley de la Agència Catalana de Turisme, con disolución del consorcio sin liquidación de su patrimonio, optando por la aplicación del régimen fiscal especial previsto en el capítulo VIII del título VII del texto refundido de la Ley del impuesto sobre sociedades, aprobado por el Real decreto legislativo 4/2004, de 5 de marzo (disposiciones finales primera y tercera del decreto).

Tal y como se menciona en el preámbulo de la Ley 15/2007, el nuevo ente de promoción turística debe permitir dar un impulso cuantitativo y cualitativo al turismo de Catalunya y facilitar la colaboración entre el sector público y el sector privado, la descentralización de la gestión y, en definitiva, la máxima rentabilidad y la máxima racionalización

de los recursos destinados a la promoción turística.

Órganos de gobierno

Los órganos que rigen el consorcio son los siguientes:

- El Consejo General (máximo órgano de la entidad)
- El Comité Ejecutivo (órgano ejecutivo)
- El presidente del consorcio y del Consejo General
- El presidente del Comité Ejecutivo
- El director del consorcio.

Las atribuciones de los diferentes órganos de gobierno así como los miembros que forman parte de este se detallan en los estatutos de la entidad.

Régimen contable

La entidad lleva su contabilidad de acuerdo con el Plan General de Contabilidad, aprobado por el Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre, la normativa de la Generalitat (leyes de presupuestos, Ley de finanzas y Ley de la empresa pública) y las directrices recibidas de la Intervención General del Departamento de Economía y Finanzas de la Generalitat. Hay que mencionar, tal y como establece la normativa, que el año 2008 fue el primer ejercicio en que la entidad formuló sus cuentas anuales de acuerdo con el nuevo Plan General Contable.

En la presentación de las cuentas anuales, y dada su incidencia en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias, hay que mencionar el tratamiento que se da a las transferencias recibidas de la Generalitat. Así, de acuerdo con la normativa aplicable –Ley de presupuestos, Ley de finanzas y Ley de la empresa pública– y las pautas marcadas por el Departamento de Economía y Finanzas, las transferencias corrientes tienen la naturaleza de subvención de explotación en la medida necesaria para

equilibrar la Cuenta de Pérdidas y Ganancias, exceptuando las dotaciones para amortizaciones, provisiones y variaciones de existencias. La no consideración de estos gastos como subvencionables hace que la Cuenta de Pérdidas y Ganancias muestre un resultado negativo por este mismo importe.

A los efectos de control financiero, el Consorcio está sujeto al que dispone el artículo 71 del Decreto legislativo 9/1994, de 13 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de finanzas públicas de Catalunya.

Presupuesto de la entidad

El año 2007, con motivo de la ampliación del ámbito institucional de las entidades del sector público, el presupuesto del consorcio Turisme de Catalunya se publicó por primera vez de manera diferenciada dentro de los presupuestos de la Generalitat.

El objetivo de esta ampliación del ámbito institucional del sector público era y es la adaptación a los requerimientos de las normas del Sistema Europeo de Cuentas SEC 95, y también ganar en transparencia y profundizar en la visión de conjunto de todo el sector público de la Generalitat.

Los presupuestos de la Generalitat de Catalunya para el ejercicio 2009 se aprobaron por la Ley 15/2008, de 23 de diciembre, DOGC núm. 5288 de 31 de diciembre. Los presupuestos de la entidad se publican en esta ley. Las aportaciones de la Generalitat se vehiculan a través de transferencias provenientes de la Dirección General de Turismo, dentro del presupuesto del Departamento de Innovación, Universidades y Empresa. Estos recursos son transferidos a Turisme de Catalunya a través del capítulo IV, transferencias corrientes, y capítulo VIII, variación de activos financieros.

En este sentido, la estructura presupuestaria de la Generalitat –clasificación orgánica, por programas y económica– es diferente y adicional a la estructura presupuestaria de gestión con que trabaja el consorcio, que responde de manera más adecuada a sus necesidades de información para la toma de decisiones. La estructura presupuestaria de gestión que se presenta para la aprobación del Consejo General se corresponde con el plan de acciones y objetivos de la entidad (PAO). (Hay que tener presente que en el presupuesto público, a diferencia del de gestión, no se incluyen las «transferencias pendientes de aplicar de ejercicios anteriores» –remanentes–, puesto que se considera que estas ya se han liquidado en el ejercicio correspondiente.)

De acuerdo con el artículo 8 b) de los estatutos de la entidad, la aprobación del plan anual de actuación con el presupuesto y programas de actuación, de inversiones y de financiación correspondiente atañe al Consejo General. Hay que mencionar que, con la constitución de la nueva entidad, el presupuesto 2009 es el último que se presenta y liquida como consorcio Turisme de Catalunya; el correspondiente al ejercicio 2010 será ya como Agència Catalana de Turisme.

Presupuesto de ingresos 2009

El presupuesto inicial aprobado por el Consejo General (CG) de la entidad, de fecha 21/01/2009, fue de 21.401.678,00€, cifra que incorporaba una previsión de transferencias pendientes de aplicar genéricas –antes del cierre del ejercicio 2008– de 1.000.000,00€.

El Consejo General celebrado el 20/05/2009 aprobó las cuentas anuales y la liquidación del presupuesto del ejercicio 2008, y procedió en el mismo acto a la distribución de 3.016.071,05€ adicionales, de los cuales 200.000,00€ correspondían a transferencias adicionales por capítulo IV del DIUE, 125.000,00€ de previsión de incremento de ingresos propios con motivo de un convenio de colaboración para la gestión conjunta de visados a la India, Rusia y China, y 2.691.071,05€ a transferencias pendientes de aplicar genéricas, resultantes de la diferencia entre la previsión incluida en el presupuesto inicial (1.000.000,00€) y la liquidación definitiva del ejercicio 2008 (2.691.071,05€). Hay que tener presente que el importe liquidado en 2008 de transferencias pendientes de aplicar genéricas incluye 1.867.000,00€ de retención de créditos presupuesta-

rios, según Acuerdo de Gobierno de fecha 15/07/2008, incorporados otra vez al presupuesto del Consorcio en fecha 29/12/2008 (véase Memoria 2008). El presupuesto 2009 resultante aprobado en esta sesión fue de 24.417.749,05€.

Posteriormente, dada la coyuntura económica y para reforzar las acciones de promoción turística de la entidad, la cifra mencionada fue aumentada con varias partidas adicionales transferidas por el DIUE, por valor de 1.813.459,72€.

La última de estas incorporaciones, por valor de 1.072.000,00 €, se hizo el 29/12/2009, por lo que su ejecución se trasladó íntegramente al ejercicio 2010 vía la incorporación de transferencias pendientes de aplicar de 2009. El presupuesto resultante después de estas incorporaciones era de 26.231.208,77€.

Cerrado el ejercicio, el presupuesto de ingresos liquidado ha sido de 26.202.943,49€.

La ligera disminución con respecto al presupuesto antes mencionado viene motivada por una liquidación de ingresos propios inferior a la prevista (1.368.412,72€ liquidados/1.396.678,00€ presupuestados). De manera resumida, las principales partidas que integran el presupuesto de ingresos liquidado son:

	Presupuesto 2008	Presupuesto 2009			Derechos liquidados E y F*	% variación –liquidado 2009/2008–
	liquidado	aprobado inicial	aprobado final	liquidado		
1. TRANSF. GENERALITAT, APORTACIONES E INGRESOS PROPIOS						
1. TRANSFERENCIAS GENERALITAT	20.392.000,00	18.300.000,00	20.313.459,72	20.313.459,72	20.313.459,72	-0,4%
2. APORTACIONES DE OTRAS ENTIDADES	800.000,00	830.000,00	830.000,00	830.000,00	830.000,00	3,8%
3. INGRESOS PROPIOS	1.403.264,33	1.271.678,00	1.396.678,00	1.368.412,72	1.368.412,72	-2,5%
TOTAL 1	22.595.264,33	20.401.678,00	22.540.137,72	22.511.872,44	22.511.872,44	-0,4%
2. TRANSFERENCIAS PENDIENTES DE APLICAR						
1. TRANSF. PENDIENTES DE APLICAR GENÉRICAS	2.180.935,06	1.000.000,00	3.691.071,05	3.691.071,05		69,2%
TOTAL 2	2.180.935,06	1.000.000,00	3.691.071,05	3.691.071,05		69,2%
TOTAL 1 + 2	24.776.199,39	21.401.678,00	26.231.208,77	26.202.943,49	22.511.872,44	5,8%

* Economía y Finanzas

Presupuesto de gastos 2009

La evolución del presupuesto de gastos y su aprobación por parte del Consejo General de la entidad coincide con el que se ha expuesto en el punto anterior.

Finalmente, una vez cerrado el ejercicio, el presupuesto de gastos aplicados ha sido de 21.624.252,95 €, lo cual supone una ejecución del ciento por ciento respecto del presu-

puesto de gasto previsto inicialmente; de un 85,95 por ciento con respecto a los 25.159.208,77 € del presupuesto final antes de la incorporación de la última partida adicional de 1.072.000,00 €, de fecha 29 de diciembre de 2009; y de un 82,52 por ciento respecto del 26.202.943,49 € de presupuesto de ingresos finalmente liquidado.

En relación con el grado de ejecución del presupuesto, hay que mencionar que a final del ejercicio Turisme de Ca-

talunya tenía proyectos/acciones en proceso de ejecución por un valor aproximado de 1.251.294,95 € (4,97 por ciento sobre los 25.159.208,77 €), para los cuales se ha hecho efectiva una reserva específica de presupuesto. Puesto que aún no tienen la consideración de obligaciones reconocidas, no se liquidan como presupuesto aplicado.

De manera resumida, el presupuesto de gasto aplicado por áreas y programas ha sido el siguiente:

	Presupuesto 2008	Presupuesto 2009			Obligaciones reconocidas E y F*	% variación -aplicado 2009/2008-
	aplicado	aplicado inicial	aprobado final	aplicado		
1. ESTRUCTURA	4.682.838,44	5.005.000,00	5.225.000,00	5.186.685,12	5.186.685,12	10,8 %
2. MARKETING, ACCIONES DE PROMOCIÓN, PRODUCTOS E ISI	14.847.842,41	15.816.678,00	19.246.390,65	15.797.243,06	17.694.779,12	6,4 %
2.1 Marketing e investigación de mercados	3.362.828,22	2.104.678,00	4.241.215,25	3.391.344,63	3.605.226,19	0,8 %
2.2 Información, promoción y comercialización	6.897.575,01	6.788.000,00	6.708.000,00	6.392.577,79	6.466.657,79	-7,3 %
2.3 Diseño y desarrollo de productos	3.225.574,49	2.523.000,00	3.626.290,00	2.592.051,78	2.628.051,79	-19,6 %
2.4 Innovación y servicios de información (ISI)	1.361.864,69	4.401.000,00	4.670.885,40	3.421.268,86	4.994.832,36	151,2 %
3. ACCIONES DE APOYO A LA INVERSIÓN, MEJORA Y DESARROLLO DEL SECTOR TURÍSTICO	580.000,00	580.000,00	687.818,12	640.324,77	991.324,77	10,4 %
TOTAL 1 + 2 + 3	20.110.680,85	21.401.678,00	25.159.208,77	21.624.252,95	23.872.789,01	7,5 %
Incorporación de presupuesto adicional procedente del DIUE en fecha 29/12/2009			1.072.000,00			
TOTAL PRESUPUESTO			26.231.208,77			

* Economía y Finanzas

Annual report summary 2009

Table of contents

Presentation.....	98
1. Promotion actions	98
2. Costa Brava Centennial	100
3. Tourist Promotion Centres	100
4. Marketing and communication actions	103
5. Tourist products, programmes and development projects	106
6. Institutional cooperation	113
7. Publication of announcements and calls for tender	115
8. Basic data of the organisation and 2009 budget	117

Presentation

2009 has been a year characterised by international economic crisis. The tourist industry, as the rest of business activities, suffered the consequences of global economic slowdown, but Catalonia as a destination and its tourist businesses stood out this difficult situation better than other destinations and branches.

Being aware of difficulties, Turisme de Catalunya (the future Catalan Tourist Board) focused its activity on providing direct support to the industry, giving priority to actions resulting in a higher promotion efficiency and commercial profitability. We also pushed decidedly for placing new tourist products on the market, yet without forgetting those we are well positioned in. It is our duty to open up new lines of offer and new markets adding to the existing ones and consolidating the destination. This action line is totally necessary with a mature destination as ours.

The *Turisme de Catalunya activity report* reflects a great deal of these working lines. It is the materialisation in specific action set out by the 2005-2010 Strategic Tourism Plan as well as circumstantial needs due to the crisis. In all, there are about 300 actions, from participation at international trade fairs to familiarisation trips, including actions with a high commercial content like workshops. However, our proposals stand out for their uniqueness and identity, so being different in tourist matters becomes our main competitive advantage.

I would also like to point out an aspect we focused on in 2009, being intricately linked to our tourism policy: a sustainable and responsible tourist model respecting the land where business is done and allowing full development of the country, all of which based on promoting Catalonia's own distinctive values.

Finally, the future of promotion in Catalonia will be set by the creation of the Catalan Tourist Board in 2010. This will open a new paradigm in promoting our country. Companies and public authorities will be part of one same body in charge of pushing promotion. We altogether will set priorities, lay out action and finance promotional activity.

Josep Huguet i Biosca

President of the General Tourism Council of Catalonia

Minister of Innovation, Universities and Enterprise

Presentation

1. Promotion actions

Catalonia has strengthened its presence as a tourist brand in 2009 with a set of actions aimed at the different issuing markets in Catalonia, the rest of Spain and many countries abroad.

Trade fairs, marketing meetings, press and fam trips and presentations were the main actions carried out, followed by an agenda full of events that gathered numerous participants, addressed at professionals and the public in general.

Trade fairs

Active presence and participation at trade fairs is one of the most common tourist marketing tools. Catalonia has been at Europe's most relevant tourist shows and trade fairs for almost thirty years, offering a wide range of different yet specific products in order to appeal all kinds of segments on Europe's tourist demand side.

Seven trade fairs have been attended in Catalonia in 2009, a generalist one and the remaining six focused on specific products. One of the latter, EIBTM,

has a specific importance thanks to its focus on business tourism.

The sixth edition was held in Barcelona this year. Since the trade fair moved to the Catalan capital in 2004, it has consolidated year after year, and Barcelona will remain its venue until at least 2013.

This year's edition welcomed over 3750 hosted buyers from all over the world, among which we find outstanding congress organisers and tourist businesses focusing on MICE.

The Spanish market is also going for trade fairs providing product differentiation. Specialisation of these shows allows segmentation of the audience, which is basic to reach higher relevance. Of the eight trade fairs attended by Turisme de Catalunya this year, only two were generalist.

Catalonia's participation in international trade fairs has been kept along the same lines as in previous years. The strong presence of the Catalonia brand at the most relevant tourist shows is noteworthy. Catalonia invites both the public sector as well as the Catalan private tourism industry to be present there under its umbrella.

Marketing events

Turisme de Catalunya organised many workshops in 2009 with the aim of creating a place where the Catalan tourist offer could meet demand from both the rest of Spain and abroad.

Like trade fairs, these workshops had a very specific focus. Active tourism has played a main role in these promotion actions with different workshops held in Madrid, Valencia, Bilbao and Toulouse, considered close markets, as well as Amsterdam. A marketing event was also held in Venice on the occasion of the Biennial, which served to round up the Year of Italy started in 2008.

2009 also saw a further push for far markets opening new direct routes to

Barcelona. Canada and the United States are an example for this, and this is the reason why three professional meetings were held in three cities along the West Coast: Los Angeles, Seattle and Vancouver.

Of the workshops held in Catalonia, where guests can enjoy the different fam trips offered, the multimarket professional meeting held in May is noteworthy as two products, cultural and gastronomic tourism, were shown to more than fifty prescribers. This event generated 850 interviews with the Catalan industry.

Two classics of meetings with Catalan professionals took place in the last quarter. The Pirineus workshop gathered over forty German tour operators in La Seu d'Urgell, to which the area's diverse offer was shown. The other meeting approached Chinese tour operators to Catalonia's offer at a marketing meeting held now for the third time.

Presentations

More than 60 presentations were held in 2009, some of which in places like Vilafranca del Penedès, Sitges and Ripoll. Such events were also held in the rest of Spain, mainly Madrid and further San Sebastian, Marbella, Bilbao and Valencia.

The places abroad where Catalonia had a stronger presence in 2009 were as diverse as Nantes, Sardinia, Frankfurt and Munich, reaching to places as far as Kiev, Moscow, Helsinki, Abu Dhabi, Dubai and Los Angeles.

The markets addressed with these presentations are very diverse as well.

The main markets are to be found in Catalonia and the rest of Spain, but there were also events addressed at China, Africa and Eastern countries, the United Arab Emirates and the United States.

Blanquerna Cultural Centre, Madrid

2009 was the second year in which a presentation cycle of new tourist products basically related with cultural, active and nature tourism was held at the Blanquerna Cultural Centre in Madrid. The event was aimed at tour operators, media and travel agencies.

Catalonia in Southern France

The different promotion actions carried out by Turisme de Catalunya in 2009 include the campaign in Southern France. The organisation was supported by the Catalan tourist industry in holding several events in the Midi-Pyrenees region during six weeks.

In the same way 2007 was the Year of Germany and the selected country for 2008 was Italy, Turisme de Catalunya repeated the experience based on the good outcome of this action and went to France for six weeks.

Tourist promotion action concentrated on the Midi-Pyrenees region within the Euroregion and the strengthened relations between both regions through a European partnership project for the 2009-2012 period.

Thus, thanks to the geographical closeness between this French region and Catalonia as well as the market characteristics, Catalonia set the focus on actions addressed mainly at the final public. Nevertheless, communication, promotion and marketing actions aimed at the regional media and tourist agents in Midi-Pyrenees were also done.

During the six promotion weeks, 53 events were organised, 41 of which for the big public. Among them were St George's Day (Catalonia's patron saint), the World Book Day on which Catalonia set up a tourist information centre on the Place du Capitole in Toulouse, the city's main square, at which 3000

roses were given. Further actions were a Catalonia miniature show, degustation of rice of the Delta de l'Ebre Protected Denomination of Origin, a performance by the Colla Vella dels Xiquets de Valls *castellers* (human tower) and a large screen showing pictures of the different areas in Catalonia, among others.

Among the 15 actions aimed at local and regional media is the multi-product press trip with TV and radio stations and the press to make Catalonia known.

Eight actions were held for French tour operators and agents. The workshop on active tourism on 28 April 2009, the main goal of which was to foster marketing in France of Catalonia's offer in active tourism, was the most relevant one.

Also, four institutional actions were done, such as the promotion action within the Day of Europe on 9 May, during which Turisme de Catalunya raised a hot air balloon over Toulouse.

The *Via Nostra* conference cycle, *La Catalogne, paradis naturel* photographic show, gastronomic shows, different presentations and advertising campaigns in different local media were other actions done during the Catalan weeks held in Southern France.

Press and fam trips

Turisme de Catalunya has still the priority of reaching out its offer to media and different prescribers, so it goes on pushing for making the country known through tourist brands and enjoying different activities.

44 fam trips have been organised, among which rather cultural ones based on the focus given by the multi-product workshop. The history of the origins of medieval Catalonia was made known, as well as the most famous geniuses and the best known

literary routes, and the Napoleonic Wars were revived on the occasion of their Bicentennial.

There have been over 80 relevant press trips. The most strategic according to the 2009 goals were the following:

- **Press trip on the occasion of the ladies' disabled ski world cup, where the effort of the Catalan tourist industry in making their services accessible was shown.**
- **Costa Brava Centennial.** On all trips there was a mention of the moment when writer and journalist Ferran Agulló gave the Girona coast the name Costa Brava.
- **The multi-market press tour during the Girona Gastronomic Forum,** on which the wealth of Catalan cuisine and the big number of Cuisine Associations, many of which feature Michelin stars and are earning international reputation, was made known.
- **The trip organised for bloggers,** whose opinion makes them prescribers for thousands of people browsing through the internet.

2. Costa Brava Centennial

September 2008 saw the commemoration of the centennial of the article «Per la Costa Brava» published by Ferran Agulló in La Veu de Catalunya newspaper. There the name «Costa Brava» was used for the first time to refer to the Girona coastline from the mouth of the river Tordera to Portbou.

Promotion activities

To commemorate this jubilee, Turisme de Catalunya implemented a specific action plan to support the Costa Brava Centennial in 2009, by which more than €700,000 were invested to car-

ry out many activities, among which press and fam trips, presentations before the media and disseminating the Centennial all over the world.

Promotion done by Turisme de Catalunya during 2009 on the occasion of the Costa Brava Centennial included the following:

- Placing the Centennial brand on all actions carried out by Turisme de Catalunya in 2009.
- Including the Centennial logo and highlighting Costa Brava pictures in actions by Turisme de Catalunya in markets like Canada and the US.
- Centennial highlight on the Turisme de Catalunya (www.catalunya.com) and the product websites.
- Sponsorship of the Spanish Golf Open held at PGA Golf de Catalunya, Caldes de Malavella, as a platform to advertise the Centennial. A workshop, a fam trip and a press conference were held.
- Heineken Jazzaldia Festival, San Sebastian (22-26 July). Turisme de Catalunya promoted the Catalan cultural and gastronomic offer, especially regarding the Costa Brava Centennial. A further event held was the professional presentation "Costa Brava: 100 Years of Cultural Tourism in Catalonia" for travel agents, tour operators and the Basque media.
- The Centennial brand was also shown at all presentations held at the Blanquerna Cultural Centre in Madrid.
- Inclusion into the *Lonely Planet* magazine of a specific calendar with pictures from the Costa Brava.
- Ten press actions, among which the publication of a report in the *Món.cat* magazine, several press releases and contents for Turisme de Catalunya press packs and newsletters and arrangement of in-

terviews at different Catalan radio stations.

- Within the Gastronomic Forum, sponsorship by the Centennial, own stand, press trip and participation at the Cuisine Association Congress.
- Promotion of the Centennial at the Spanish Cinema Festival in Nantes, France.
- Presentation of the Dalí Triangle and press conference on the Costa Brava Centennial at the Blanquerna Cultural Centre in Madrid.
- Presence of the Centennial brand at the following trade fairs, among others: Fitur, Toulouse, ITB Berlin, MITT Moscow, Expovacaciones Bilbao, World Travel Market, Agrotur, Bebés y Mamás.
- Participation of Turisme de Catalunya at the Girona Viva tourism and degustation show, together with the Girona Province Council and the Costa Brava Girona Tourism Board.
- Within the agreement signed between Turisme de Catalunya and Midi-Pyrenees several activities were carried out, such as a presentation of the Centennial to the French media, a workshop on active tourism and promotion of the Centennial in rue Alsace Lorraine, Toulouse.
- Promotion of the Centennial image at the following workshops organised by Turisme de Catalunya: Culture and Gastronomy, Girona; Chinese Market, Girona; Active Tourism, Madrid, Basque Country and Valencia; and Golf, London and Dublin.

3. Tourist Promotion Centres

The two most outstanding actions by Tourist Promotion Centres in 2009

were the promotion campaign of Catalonia in the French region of Midi-Pyrenees and the Culture and Gastronomy Workshop held in Girona. Yet there are many more activities in which TPC have participated to promote Catalonia as a tourist destination in different markets.

The Tourist Promotion Centres make the network of Turisme de Catalunya offices abroad, and their goal is to promote Catalonia in the markets they are located in. These are currently France, UK and Ireland, Benelux, Scandinavia, Eastern Europe, Germany, Italy and China, plus a Tourist Information Point at the Blanquerna Cultural Centre in Madrid.

The Tourist Promotion Centres (TPC) manage all aspects related with the implementation, follow-up and assessment of promotion action done by Turisme de Catalunya and provide guidance to the Catalan tourist industry in foreign markets. The main action taken regards presentations, trade fairs, fam and press trips and workshops.

The most relevant action abroad taken in 2009 was the campaign to promote Catalonia in the French region of Midi-Pyrenees, within which over fifty events were held mainly in Toulouse for six weeks, between 23 April and 31 May. Such action was addressed at the big public, the media and the tourist branch.

Another noteworthy action was the workshop on Culture and Gastronomy along the lines of «big actions» done in recent years. The event, held in the Girona Congress Palace on 7 May, was attended by 60 Catalan companies and around fifty European tour operators.

Other actions

TPC Benelux

Promotion action of Catalonia in Benelux in 2009 aimed foremost at advertising the offer in spiritual tourism,

active tourism and holidays for women. A press and fam trip related to comprehensive wellness was organised to show Catalonia's most spiritual side. Three journalists and three wholesalers from Belgium and the Netherlands took part in it, visiting different places in the Barcelona area, specifically Barcelona, Viladrau, Castelladral, Montserrat, Sant Benet and Olivella between 23 and 26 September.

Women were the target of another organised trip aimed at showing Catalonia's specific offer in holidays for women (travelling alone or in groups), Women Trendy Holidays. It was held from 18 to 22 November, with introductions into Catalan companies from the Barcelona, Costa Brava and Catalunya Central tourist brands with an offer for travelling women. A workshop was also held to set the patterns to be followed in order to effectively communicate with the women's segment as well as to determine travelling trends. It was attended by both Catalan entrepreneurs and professionals from Benelux.

A workshop was held in the Dutch town of Wijk Aan Zee on 29 September to present Catalonia's offer in hiking, cycling and Nordic walking. The event was used by entrepreneurs to do networking, a stretch of a green way was used to do spinning and a Nordic walking session was held.

TPC Scandinavian Countries

On the occasion of the 2009 Spanish Open from 26 April to 2 May a fam trip and an inverse workshop for golf tour operators from Scandinavia and the United Kingdom were organised. Together with Turisme de Barcelona, two presentations were held in Stockholm and Gothenburg on 15 and 16 June respectively. 35 agents attended in Stockholm, 30 in Gothenburg. A gastronomic meal was served in both venues.

TPC United Kingdom and Ireland

Turisme de Catalunya attended the British Birdfair in Rutland, the most important international birdwatching event for a third consecutive year with several co-exhibitors from Costa Daurada, Terres de l'Ebre, Terres de Lleida and Costa Brava.

The Catalan coast created the backdrop of Gimme a break, a TV programme on BBC addressed at families. Turisme de Catalunya obtained support to be chosen as the venue of the programme, which was recorded in Salou, Cambrils, Santa Susanna, Torroella de Montgrí-l'Estartit and Blanes in May.

Catalonia was also the subject of three documentaries to be broadcast on the main TV stations in 40 countries. The reports are Globe Trekker, focusing on culture, tourist attractions and traditions of Barcelona; Metropolis, introducing Catalonia's capital as an architectural hotspot; and Planet Food, which goes through Catalan cuisine and cooking traditions.

TPC Italy

The workshop held in Venice was the final event of the Year of Catalonia in Italy that had started in February 2008. This business event brought fifteen Catalan companies in contact with over forty travel agents from Northern Italy and was attended by the Catalan minister of Innovation, Universities and Enterprise, Mr Josep Huguet.

Turisme de Catalunya participated together with Turespaña and TTG magazine at different road shows in 2009. Two workshops were held on golf courses in Varese nearby Milan and Padua in March, with 120 travel agents interested in having a better knowledge of the golf offer in Catalonia. In April four cities in Northern Italy were visited: Bologna, Padua, Brescia and Turin, where Catalonia's tourist offer was

introduced to some 200 Italian travel agents.

The TPC Italy also took part in the LGBT tourism workshops organised by TGT that took place in Milan, Florence and Rome and the workshops aimed at CRALS, associations providing leisure activities and trips for employees of Italian companies. During the workshops held in Turin, Milan and Verona, the TPC got in contact with almost a hundred Italian CRALS and made a presentation of Catalonia's tourist offer.

Further, a group of six Italian journalists took part in a press trip with the aim of showing some of the finest Romanesque art in Catalonia. Places visited included Les Avellanès monastery, Vall de Boí, Val d'Aran, Lleida and the MNAC in Barcelona.

TPC France

Of all actions organised by Turisme de Catalunya abroad in 2009, the promotion in Southern France was the most relevant. All means were deployed during six weeks to reach out to the maximum number of people, both tourism professionals and especially final customers. Celebrations of St George's Day on Place du Capitole in Toulouse, a press trip based on four products (cultural, gastronomic, scientific and industrial as well as active and nature tourism), fam trips to present Catalonia's wide tourist offer and a workshop on active tourism in Toulouse that allowed Catalan entrepreneurs to sell their product to French tour operators are among the most remarkable actions.

On 13 May, Geo magazine published an issue wholly devoted to Catalonia, together with a practical guide of the destination, *Geoguide Catalogne*, with 120 pages on all Catalan tourist brands and a special section on the Catalan Pyrenees. Prior to the edition of the guide, Turisme de Catalunya organised

three press trips in order to provide information to work out the contents.

Turisme de Catalunya participated as a co-exhibitor at the Turespaña stand at the 8th ILTM (International Luxury Travel Market) in Cannes in December, one of the internationally most reputed workshop shows on luxury tourism. On the occasion of this trade fair, a specific catalogue was edited with 39 proposals by Catalan companies and organisations, all members of Turisme de Catalunya Product Clubs, where attending professionals were shown Catalonia's exclusive luxury and top-quality offer. The more than sixty international interviewed tour operators were further given the English version of the luxury tourism guide *Catalonia Chic*, which is part of "The Chic Collection" featuring a sample of Catalonia's most exclusive luxury and top-class products.

TPC China

A group with more than 550 delegates from Michelin China visited Catalonia on an incentive trip following the push for the MICE segment in the Chinese market. A fam trip was also organised with selected corporate customers from the Chinese market interested in Catalonia. To promote Catalonia as a luxury destination, Turisme de Catalunya took part at ALTM in Shanghai and the Turespaña marketing meetings held in Japan and Taiwan this year.

TPC Eastern Europe

A delegation from Aeroports de Catalunya visited Moscow in October to present the new Lleida-Alguaire airport to the Russian market and attract charter flights from Russia. The delegation met with different Russian media and held negotiations with managers from the ten leading Russian tour operators interested in the perspective

this opening could mean to foster tourism from Russia in Catalonia.

In December, a joint presentation by Turisme de Catalunya and FC Barcelona was held in Ukraine on Catalonia's tourist potential, especially the Sports Tourism Destinations. The event was attended by 25 tour operators and 13 Ukrainian media.

TPC Germany, Switzerland and Austria

El Castell de Ciutat hotel in La Seu d'Urgell hosted the sixth Pirineus workshop, a trade meeting with thirty tour operators from Germany, Switzerland and Austria plus around sixty Catalan companies and organisations related to tourism in the Pyrenees. On 28 and 29 October, the tour operators took part in a trip to know tourist resources in Alt Urgell county.

Turisme de Catalunya took part at the *Red Table Meeting the World* road show together with other destinations in Denmark, Ireland, Sweden, Malta, Montenegro and Graubünden, Switzerland. The road show, focussing especially on convention and incentive tourism, visited Munich, Frankfurt and Cologne. Together with its partners, each destination had interviews with customers from each city and exchanged impressions with the other organising destinations.

Tourist Information Point in Madrid

The Tourist Information Point of Turisme de Catalunya at the Blanquerna Cultural Centre in Madrid hosted a cycle of tourist presentations during the year to introduce Catalonia's different brands and destinations to the rest of Spain. Attendants had the opportunity of knowing different places and subjects like the Circuit de Catalunya race-track, Petits Grans Hotels de Catalunya, accessible tourism, the Three Mount

Route, the Cuisine Associations of Catalonia and the Count Pyrenees and Abbot Oliba routes, among others.

Catalonia was present at well-visited Las Rozas Village on 6 and 7 June, where a peculiar celebration of St George's Day was held. Attendants to that shopping mall in the Madrid outskirts had the opportunity of tasting typical products from Catalonia and having pictures of theirs taken at different Catalan destinations.

Issuing Market Meetings

Almost 200 participating Catalan companies and 800 individual interviews are the key figures of the Issuing Market Meetings held in Lleida, Tarragona, Barcelona and Olot in October, the aim of which was to bring together the heads of Catalonia's tourism offices abroad and businesspeople from the Catalan tourist industry.

Tourism professionals in Catalonia can thus obtain first-hand information on demand trends and news from the main issuing markets, a key information to decide how to position and market the different products and adapt them to each specific market.

The Issuing Market Meetings are held every other year. On this occasion, the Catalan tourist industry was especially interested in the French, German, Benelux and British market. Attending companies come from the most varied areas within the tourism branch such as transport, leisure and activities, accommodation, travel agencies and public.

Turisme de Catalunya scholarship

Seven Turisme de Catalunya scholarships were given in 2009 for market research and tourist promotion and commercialisation, two for London, UK, three for Brussels, Belgium, one for Perpignan, France, and one for Madrid, Spain. The scholarship for Milan, Italy,

was not awarded. The length of the scholarships, which went into its 12th year in 2009, is 14 months, extendable by 12 further months.

Before joining their new place of research, the new scholars received intensive, solid training on how the organisation they represent works and had an interview with managers and different units.

During the scholarship, Turisme de Catalunya pays for transport to and from the city of destination as well as travelling home for Christmas. Also, all scholars are insured during the length of the scholarship.

Besides the new scholars in 2009, Turisme de Catalunya extended seven scholarships of the 2008 call for one year until 31 March 2010, four of which in Paris, France, two in Frankfurt, Germany, and one in Madrid, Spain.

CITIUS programme

Turisme de Catalunya and the Autonomous University of Barcelona (UAB) cooperate in the CITIUS programme for professional start-up, combining academic education at the UAB and vocational training at the tourism body. The goals of the CITIUS programme are offering updated, top-class education by means of a post-graduate course in Business Management, providing support for access to the labour market of graduates through placements at companies in different industries and markets as well as helping companies in looking for prospective talent willing to learn and be trained in theory and practice.

Three CITIUS fellows started their co-operation in 2009, two at the Marketing and one at the Operations unit. Their placement will finish in 2010.

CITIUS fellows earn a monthly salary and their post-graduate course is fully funded.

4. Marketing and communication actions

The main goals of marketing and communication actions carried out in 2009 were to increase notoriety and improve the image of the "Catalunya" brand and the consortium. Advertising campaigns, strategic agreements with media and a clear push of ICT, among other initiatives, provided support and helped disseminate the promotion and marketing task carried out by Turisme de Catalunya.

Advertising campaigns

Disseminating Catalonia's tourist offer is the main goal of Turisme de Catalunya. A relevant way of doing so is advertisement. Thus the organisation places all resources to make campaigns able to reach out to a maximum number of people both in Spain and abroad as well as in Catalonia.

A new advertising campaign was launched in 2009 with the message "Hazte fan de Catalunya" ("Become a fan of Catalonia"). It was addressed at the Spanish market and aimed at strengthening the position of the Catalonia brand as a multi-product, top-quality destination, apart from showing Catalonia's tourist offer to the public and the industry.

The advertising campaign followed the latest web 2.0 trends and aimed at interacting with the target audience using the most innovative online communication tools. Thus a microsite, www.haztefandecatalunya.com was created, which works like a social network where users became an active part in creating contents and even fans of Catalonia in Facebook, sharing their experience, suggesting visits and uploading pictures of their holidays in Catalonia. The website is in six languages: Catalan, Spanish, Basque, Galician, English and French.

In order to have new visits and user profiles apart from contents, a media strategy has been worked out with the following supports: special actions on TV, advertisements in the press and travel supplements and online advertising on the main travelling portals, the online press, search engines and social networks such as Facebook. The results of the campaign were very positive, with 200,000 entries to the website and over 9000 members of the «fans of Catalonia» group.

Pirineus campaign

Strengthening the image of the «Pirineus» brand is the aim of this campaign, which led to advertisements in the press and travel magazines in 2009. This is the case of the publication of a monograph in *National Geographic* with the name «Pyrenees of Catalonia», an action that lasted the whole year, with different reports and advertisements. The messages of the campaign are related to tourist brands of the Pyrenees area.

Campaign in the Catalan market

In 2009, the campaign with the message “Don’t have it told by others” went on. It is a basically graphic campaign with advertisements in the press and travel magazines aimed at having Catalans consider their country as the best holiday choice. A new feature is a microsite where users are able to develop their creativity by making an ad on their own to be included in the advertising campaign.

Winter campaign

Winter tourism was paid special attention regarding promotion in 2009. The generic www.festefandecatalunya.cat message was kept, while there were also specific actions for TV (TV3, Canal 3/24 and 8TV), graphical inserts

in the press, magazines and advertising panels, slots on radio and internet, presence on travel portals, press and specialised sites in winter tourism with the aim of striking the target audience and guide users to the campaign microsite. A game application was created on the site with which users can play and ski on any Catalan resort. As to the graphical part of the campaign, a bidy code was included so the audience can download the game directly to their mobile phone. For advertising panels, the Bluetooth technology has been used to download the game.

Innovation and information services

2009 was an especially busy year, full of new contents and with the development of projects on innovation and information services by Turisme de Catalunya.

According to the 2005-2009 ICT Plan, the new management model to be present in channels has been consolidated, thus having a new own infrastructure platform of Turisme de Catalunya operative that shall ensure adequate swiftness and size of future projects of the Catalan Tourist Board.

The platform includes new corporate management tools developed with CRM (*Customer Relationship Management*), ERP (*Enterprise Resource Planning*), a project manager, a documentary manager and an intranet linking to the content bank management tool (InfoTur) and the channel management tool (publications, internet, mobile devices, interactive TV, etc.). All these resources allow integrated management of customers, business, projects and services while ensuring maximum efficacy and efficiency of the new processes set up at the organisation.

Regarding channels, the beta versions of the new institutional portals aimed at

the final user have been completed and will be started together with the Catalan Tourist Board: catalunya.com, cultura.catalunya.com, gastronomia.catalunya.com, actiunatura.catalunya.com and golf.catalunya.com. Nevertheless, the turismedecatalunya.com portal and the product websites will still be updated as long as the new portals are not released.

Also, a platform to manage the presence in social networks, Catalunya Experience (experience.catalunya.com), was launched and channels in Flickr, YouTube, Facebook and Twitter have been created.

As to professionals in the branch, the whole registration and organisation of the agenda for the Turisme de Catalunya workshops and the Issuing Market Meetings has been further managed through the internet with new websites, and a workshop and meeting web generator integrated with the channel manager (CRM and ERP) has been set up.

The InfoTur content bank is kept in eighteen languages, having grown from 7000 to 10,000 pictures, with eight videos produced in eight languages and the 15,000 POI (points of interest) of the content bank georeferenced to be used with cartography in all digital channels (mobile phone, PC, interactive TV, etc.). In addition to the new platform of bundled contents more than 300 information requests have been handled at InfoTur.

Regarding innovation, the Creation of New Scenarios for Innovation in Designing Tourist Products and Services project has been started, including a survey on trends and best innovation practices in tourist services, several workshops in cooperation with the industry to define new innovation scenarios and the development of the business model of two scenarios based on their feasibility.

Media and communication

Turisme de Catalunya uses different communication tools to inform about its different actions through press releases, publicity reports, press packs, the electronic newsletter, agreements with media and others. All this material can be found in www.catalunya.com.

Electronic newsletter

The quarterly electronic newsletter is now in its second year and is distributed to all tourism professionals in Catalonia as a key tool to communicate with the industry. People dealing with tourism receive by this means updated, detailed information on activities by Turisme de Catalunya as well as the Tourist Promotion Centres, thus facilitating their involvement in spreading the «Catalunya» brand.

The newsletter has consolidated with a 17% increase of visitors in the second year. It is distributed at around 9000 addresses of Catalan tourism professionals like tourist organisations, professional groups, companies, tourist offices, universities, opinion leaders and the different managing bodies of Turisme de Catalunya.

Other communication tools

Almost ninety press releases were composed in 2009, being distributed among Catalan, Spanish and occasionally foreign media in direct actions in issuing markets. Furthermore, thirty press conferences were held. News generated by the Catalan tourist industry have been published in the main specialised professional magazines and more than 140 radio interviews have been held with companies and organisations from all over Catalonia dealing with tourism.

All this is the result of agreements with media, a strategy aiming at offering

Catalan companies, events and brands a communication tool that also serves to strengthen corporate communication by Turisme de Catalunya.

Like every year, the *Press Pack* has been updated with a review of contents. A CD version has also been made in six languages: Catalan, Spanish, English, French, German and Italian, which also includes pictures.

Numerous publicity reports were published in different print media in Spain and abroad, both generalist and specialised. As a new feature, coordination of the Tourism section of the four-monthly *Món.cat* magazine made by the Patronat Catalunya Món consortium was started.

Further collaboration took place with the organisation of three press trips: «Petits Grans Hotels», «Cuisine and Golf» and «Pirineus». Besides, Turisme de Catalunya maintained direct communication with the industry that started in 2006 in order to provide companies and institutions with reports to assess promotion action by Turisme de Catalunya (*workshops*, trade fairs, fam trips and press trips) they take part in.

2008 Tourist Promotion Awards

Once again, Turisme de Catalunya organised the Tourist Promotion Awards. This is the eighth edition of an award honouring journalist work promoting Catalonia.

The ceremony was attended by Joan Carles Vilalta, director general of Tourism, Josep Carles Rius, president of the Catalan Journalist Association, at the headquarters of which the event took place, and other jury members.

The call for the awards is national and international. This year there were fifty nominations from Catalonia, the rest of Spain, France, Italy, Russia, the United Kingdom, Benelux and China. This diverse geographic origin is a clear

evidence of international consolidation of the awards.

The jury, made of tourism experts and journalists, evaluated publications made between 1 January and 31 December 2008. The award amounts to 6000 euros.

The winner list at the 2008 Tourist Promotion Awards is the following:

- The book *Le guide du routard-Catalogne 2008*, providing cultural and practical information on Catalonia and its tourist brands, won the award as best book in any language promoting tourism in Catalonia.
- The article «Triangolo di natura» published in the Italian *Plein Air magazine and journalists* Federica Botto and Alessandro de Rossi, with their article and pictures on the Ebro Delta and active tourism, won the award as best article or set of articles published in national or international media promoting tourism in Catalonia.
- The programme *Ikh Nrvy* by journalist Kirill Zvagin from Russian NTV television station, for showing Catalan identity and traditional festivities in Catalonia. The award is given for the best multimedia programme or piece of work (radio, TV, internet and other channels) disseminated through national or international communication supports promoting tourism in Catalonia.
- Journalist Antònia Justícia, author of the report «A Santiago desde casa» published in the «Vivir» section of *La Vanguardia newspaper*. The article looks into the Catalan stretch of St James' Way, promoting this new tourist offer in Catalonia. The award is given for the best journalist piece of work disseminated or broadcast through Catalan media, fostering tourism in Catalonia among Catalans.

2009 Turisme de Catalunya Awards

Entrepreneur Jaume Soteras and the Costa Brava Girona Tourism Board received the 2009 Tourism Honour Awards.

The Tourism Awards are a recognition by the Government of Catalonia to the work of people, companies and organisations contributing to the development of tourism in Catalonia.

The awards went into their 24th edition this year and a total 22 were given: two honour awards, ten tourist medals and ten tourist diplomas. Jaume Soteras from Grup Soteras received the honour medal for his dedication to the restaurant business, by which he fostered Catalan cuisine and Mediterranean products. The 2009 honour plate went to the Costa Brava Girona Tourism Board for their long-standing tourist promotion of the Girona area and the Costa Brava and Pirineu de Girona brands. The Tourism Board celebrated the Costa Brava Centennial, organising numerous events, activities and promotional actions at both national and international level.

The Government of Catalonia also gave tourist medals and diplomas to the following people and organisations:

Tourist medals

- José Pérez Chillida, for his long-standing work for travel agencies and training
- Joaquim Marqués i Bernat, pioneer and entrepreneur in the camping industry
- Antonio Ruiz Roldán, from Water World water park in Lloret de Mar
- Lluís Camós i Provencal, for his dedication for the accommodation and restaurant business
- Esteve Hugas i de Batlle, tourist developer in the apartment industry on the Costa Brava

- Josep Lloret Collell, director of the Torroella de Montgrí Music Festival and creator of the Festival of Religious Musics of the World
- Indaleci Salas i Graset, tourist developer on the Costa Daurada
- Francisco Soler i Barrera, from centenary Casa Poldo restaurant in Valls d'Àneu
- Joaquim Domato i Bua, developer of sustainable and environmentally friendly tourism in Terres de l'Ebre
- Josefa Ribes i Tomàs, for her professional career over more than 50 years at Bar Restaurant Nicanor, Terres de l'Ebre

Tourist diplomas

- Confortel Hoteles
- Viatges Alegret, SL
- Solmar Tours
- Hotel Llafranc, SL
- Masia Mas Fuselles
- Pirineu Emoció, ag. de viatges, SA
- Restaurant Era Plaça
- Memorial Consortium of the Battle of the Ebro Sites
- Gaudí Centre Reus
- Ter Industrial Museum

5. Tourist products, programmes and development projects

Turisme de Catalunya segments Catalonia' tourist offer by products and provides support to their commercialisation with different tools. Product clubs and the Family Tourism Destination and Sports Tourism Destination

specialisation labels are among the most relevant ones, the aim of which is to improve competitiveness of Catalan businesses and municipalities.

Accessible tourism

Turisme de Catalunya decisively pushed accessible tourism in 2009. For this reason, events, trips and other actions to disseminate Catalonia's offer for disabled persons have been organised and two new accessible destinations included: Enoturisme Penedès and Turisme Industrial.

Some of the most outstanding events were the following:

- Costa Daurada press trip. British journalists took part in this trip to know the accessible offer of Costa Daurada and Terres de l'Ebre.
- Adapted Ski World Cup in La Molina. On the occasion of this event, Turisme de Catalunya invited journalists and travel agents from the Spanish, French and German markets to visit the accessible offer in Barcelona, Vic, Garrotxa and the Pyrenees.
- Catalonia Accessible Sailing Open in L'Escala
- Conference in Vienna on the offer in accessible tourism in Catalonia. Catalonia is a member of the European Network for Accessible Tourism (ENAT).
- Conference in La Pedrera, Barcelona, within a meeting on accessible art.
- Presentation in Madrid of Catalonia's offer in accessible tourism.
- An agreement with the ONCE Foundation and ENAT was also signed.

Other actions

- Resource update. During 2009, information on the adaptation of

some 400 resources has been collected, which were evaluated by AccesTurismo, a consulting firm working for the Catalan Tourist Board in this specific segment, before being introduced into the web.

- New inclusions. The two accessible destinations included recently, Enoturisme Penedès and Turisme Industrial, and the whole information on both physical and sensorial accessibility included into St James' Way will be among the new features of the next guide on accessible destinations.

Sun and beach tourism

Sun and beach is the most important tourist product in Catalonia, so promotion done by Turisme de Catalunya is based to a large extent on this segment.

Attendance of numerous trade fairs in Spain, actions in markets like the British, German or Russian ones and different advertising campaigns have sun and beach as their key feature.

Family tourism

One of the promotion strategies Turisme de Catalunya addresses regarding sun and beach tourism is based on implementing, disseminating and supporting marketing of the Family Tourism Destination (FTD) brand.

Family Tourism Destinations (FTD)

Family Tourism Destination (FTD) is a specialisation brand created by Turisme de Catalunya and given to destinations especially open to family tourism. This brand acknowledges municipalities or tourist areas offering top-quality resources and services specifically for families. Catalonia has ten Family Tourism Destinations (FTD) plus three in the process of certification. Roses

was certified as FTD in late 2009, thus joining Blanes and Torroella de Montgrí-l'Estartit on Costa Brava; Calella, Malgrat de Mar, Pineda de Mar and Santa Susanna on Costa de Barcelona-Maresme; and Calafell, Cambrils and Salou on Costa Daurada. Municipalities currently in the process of certification are Calonge-Sant Antoni and Lloret de Mar on Costa Brava and Deltebre in Terres de l'Ebre.

In 2009 the new public-private FTD management model was implemented following several meetings to raise the awareness among the industry as well as working sessions with municipal representatives of the different tourist brands that allowed to set up a simple, representative and operative organisational structure facilitating participation and decision-taking in the FTD action plan by private companies and public institutions.

Promotion actions carried out in 2009 were especially aimed at domestic markets. Here are some relevant examples:

- Press trips.
- Bebés & Mamás trade fair in Madrid. The FTD tourist offer was promoted at an own stand.
- Club Super3. FTD were at the Festes dels Súpers in the Olympic Ring in Barcelona, which was attended by 350,000 visitors.
- Presentation to final customers. Presentations of FTD were made in San Sebastian and Toulouse.
- International Family Day. Participation in this celebration held in Ciutadella Park in Barcelona, organised by the Catalan Department of Social Action and Citizenship.

Cooperation agreements

- Sapos y Princesas loyalty club. FTD have been every month in the «Escapadas» section of the Madrid

edition of the *Sapos y Princesas children's magazine*.

- «My Family Day» sponsorship in Heron City shopping mall, Las Rozas, Madrid.

Other actions

- Promotional DVD. The FTD promotional DVD was produced and distributed to certified organisations and companies. New merchandising items were also edited.
- Distribution of new brand identification plates.
- Edition and distribution of the Catalonia children's road map in *El Público newspaper*.
- FTD on BBC. In the programme «Gimme a Break».
- Publications and web. FTD catalogue and website update.

Nautical tourism

Two key actions in promoting nautical tourism in Catalonia are cooperation agreements with the Catalan and Spanish associations of nautical stations for dissemination.

Nautical stations of Catalonia. One of the most outstanding events within this cooperation agreement is the Open Doors Day – Sea Festival organised every year by Catalan nautical stations. The aim of this initiative is to disseminate activity done at nautical stations and approach it to the public as an alternative leisure proposal. The open doors day is organised over different weekends in order to allow a visit of all six Catalan nautical stations: L'Estartit-Illes Medes (Costa Brava), Badia de Palamós i Calonge-Sant Antoni (Costa Brava), Santa Susanna (Costa de Barcelona-Maresme), Vilanova i la Geltrú (Costa de Garraf), Salou-Cambrils-Mont-Roig/Miami Platja (Costa Daurada) and Sant Carles de la Ràpita-Delta de l'Ebre (Terres de l'Ebre).

Spanish Association of Nautical Stations.

The agreement with Turispanya and the Spanish Association of Nautical Stations has been renewed to go on fostering nautical tourism. Following this agreement, different trade fairs have been attended, press and fam trips organised, online marketing actions implemented and agreements reached with tour operators and travel agents, among others.

Cultural tourism

The push for industrial tourism done within cultural tourism is noteworthy, as is innovation of products in press trips. Promotion of Catalonia's cultural heritage has also been continued with all sorts of actions.

Cultural Tourism Club

Cultural Tourism Club member companies and organisations amount to a total 127, a steadily increasing number. Several promotion actions have been organised within the club during the year, with participation at different trade fairs, among which the following:

- *Fam trip and Culture and Gastronomy workshop.* On the occasion of the Culture and Gastronomy workshop held in Girona, cultural tourism fam trips were organised on World Heritage, city breaks, the Dalí Triangle and the cultural offer of Terres de l'Ebre. It was attended by most club members, having interviews with tour operators from different issuing markets.
- Fam trips with Benelux tour operators. Two fam trips with tour operators from Benelux were organised, a literary one to Barcelona and Costa Brava-Girona and another on *indians* (emigrants to America returned rich) to the Garraf, Maresme and Costa Brava brands.
- Press trips. The subjects of this year's press trips have been quite new and diverse: Romanesque art

in Vall de Boí, music, *indians*, Napoleonic Wars.

- JOSP trade fair on religious tourism. Turisme de Catalunya was at the JOSP trade fair in Rome with an own space at the OET stand and some Cultural Tourism Club members took part in the workshop.
- City Breaks show. The third City Breaks professional show was held in Gothenburg. As a European Cities Marketing member, Turisme de Catalunya shared a stand with Turisme de Barcelona and the Tarragona Tourism Board.
- Trade fair and workshop on cultural tourism in Malaga. Within this show specialising in cultural tourism, a workshop with 60 tour operators mainly from European markets and a meeting on cultural tourism were held.
- San Sebastian Jazz Festival. Turisme de Catalunya attended the San Sebastian Jazz Festival in July.
- Professional meeting and networking
- 2nd Cultural Tourism Club Technical Meeting. This meeting was held at the facilities of Freixenet in Sant Sadurní d'Anoia, a company that joined the club recently. There the first internal workshop was held, with interviews and meetings of club members.

Creation of working panels:

Industrial and religious tourism. Agreement to create working panels to find new ways of managing and promoting these segments. *Museums and monuments.* With the purpose of finding new ways of promoting and commercialising museums and monuments as a tourist product, the working panel is participated by the University of Barcelona, the Subdirectorat General of Museums, the University of Girona,

Monumenta and all museums within the Art-Ticket scheme.

Cooperation agreements:

- Sponsorship of international music festivals. As in previous years, the following music festivals were sponsored to relate the Catalonia brand with music events: Torroella de Montgrí International Music Festival, Peralada Castle International Music Festival, Cantonigròs International Music Festival (all of which being members of the European Festivals Association) and Calella de Palafrugell Havanera Singing.
- Agreement with the MNAC. This framework agreement signed between the National Art Museum of Catalonia (MNAC), Turisme de Barcelona and Turisme de Catalunya is still in force, by which cooperation between the three bodies is set to promote the MNAC and its cultural offer among the tourist industry all over the world.

Other actions

- Industrial tourism *benchmark in the Loire region, France.* This region, leader in France in corporate trips and industrial heritage, hosted an industrial tourism benchmark. It was attended by 14 Catalan companies and several French panelists, with whom commercialisation of this product was discussed.
- Presentation cycle at the Blanquerna Cultural Centre in Madrid. A presentation cycle for new tourist products basically related to cultural and active-nature tourism and addressed at tour operators, media and travel agents was held. The Three Mounts Route, the Dalí Triangle and the Count Pyrenees and Abbot Oliba routes were presented.
- Publications. The Cultural Tourism Club Catalogue, which features

Catalonia's offer in cultural tourism and the commercial offer of club members, has been re-edited following a new concept and design. The unfoldable Cultural Tourism Map Guide has been edited. Two new editions of World Heritage have been made, and the Summer Music Festival Calendar has been published, a leaflet covering the music festivals held in Catalonia in summer, which is available in tourist offices of towns and cities hosting these events as well as at festivals themselves.

Wine and food tourism

Actions related with Catalan Cuisine Associations, the Gastronomic Forum, the closure of the Year of Italy and a workshop focusing on gastronomy and culture were some events held during 2009.

Gastronomic Tourism Club

The Gastronomic Tourism Club is composed of cuisine courses, restaurants and cuisine associations, intermediaries and service companies related with gastronomic tourism, accommodation and tourist promotion bodies from all Catalonia. The club included 77 companies and organisations by the end of 2009, 18 more than the previous year. This increase is partly due to the inclusion of many companies related to wine tourism. The most relevant promotion actions were the following:

- Culture and Gastronomy *Workshop* with the participation of over fifty entrepreneurs and forty tour operators. Also, five parallel family programmes were developed.
- Press trips with journalists specialised in gastronomy.
- Gastronomic Forum in Girona. Turisme de Catalunya attended the show with a wine tourism information

point and organised the 2nd Congress of Catalan Cuisine Associations.

- Barcelona Degusta. This show was attended for the first time, with club members as co-exhibitors.
- Augusto show. An area including ten Catalan agrofood manufacturers was sponsored at the Augusto trade fair in Bilbao, a show that follows the slow food philosophy.

Other actions

- 2nd technical meeting. Gastronomic Tourism Club members held the second technical meeting to draw a balance of action taken during the year and set up the Action and Objective Plan for 2010. Also, the first internal workshop with club members was organised.
- Cooperation agreement with Aula Gastronòmica de l'Empordà.
- Closure of the Year of Italy. A gastronomic dinner was organised in Venice by the Vallès Cuisine Association.
- Fitur. The cocktail offered to Catalan entrepreneurs was made by the Joves Cuiners Cuisine Association and the Gastronomic Roof that was part of the Catalan stand was managed by the Vilamalla Hotel and Restaurant School.
- Gastronomic dinner at the World Travel Market. Made by the Penedès Fogons Cuisine Association.
- Presentation of the cuisine associations. With a gastronomic dinner in Madrid made by members of the Empordanet and Joves Cuiners cuisine associations.
- Publications. The Gastronomic Calendar, the Guide of Cuisine Associations of Catalonia and the Gastronomic Tourism Club Catalogue were published in 2009.

Sports tourism

Turisme de Catalunya promotes sports tourism in Catalonia basically through the Sports Tourism Destination brand.

Sports Tourism Destinations (STD)

This specialisation label created by Turisme de Catalunya is given to destinations standing out for their top-quality resources and services addressed at elite, professional and amateur athletes as well as tourists wishing to do sports. STD comply with some general standard sports requirements, like availability of top-class facilities for doing different sports as well as specific ones for those sports the destination is specialised in. There are currently ten Sports Tourism Destinations (STD) certified in Catalonia: Banyoles-Pla de l'Estany, Blanes, Castelló d'Empúries-Empuriabrava and Lloret de Mar on Costa Brava; Calella and Santa Susanna on Costa de Barcelona-Maresme; Castelldefels on Costa de Garraf; and La Seu d'Urgell, Sort and Val d'Aran in Pirineus. The municipalities of Amposta (Terres de l'Ebre) and Cambrils (Costa Daurada) are in the process of becoming certified. New inclusions into the brand in 2009 were:

- Blanes. With this certification, Costa Brava has now three certified municipalities. Blanes has qualified for team sports, dinghy sailing and football. The New Sports City will furthermore allow to do 30 different sports.
- Castelldefels. The municipality obtained the STD certification for rowing, canoeing, tennis and football. It is the first municipality being certified for tennis.

Apart from these inclusions, different promotion and commercialisation actions were done in 2009 to promote Catalonia as a sports tourism destination, particularly STD.

- Wildwater Slalom World Championship in La Seu d'Urgell. To cover this event, a press tour with specialised journalists from Eastern Europe and Russia was organised. The STD brand had further a vantage position at the championship exhibitors area and different points of the track.

Cooperation agreements:

- Costa Barcelona Maresme Challenge. Turisme de Catalunya sponsored the triathlon that took place on Costa de Barcelona Maresme with more than 1800 athletes and 80,000 spectators from all over the world. A press trip for international specialist media was also organised.
- Agreement with FC Barcelona. Joint presentations were held on the occasion of FC Barcelona visits to different European cities to play Champions League games.
- Agreement with the Perpignan rugby team USAP. The rugby team Union Sportive Arlequins de Perpignan (USAP) and Turisme de Catalunya signed an agreement to promote Catalan sports in international markets.
- Circuit de Catalunya. Based on the cooperation agreement between Turisme de Catalunya and Circuit de Catalunya, a mountain biking skill test was organised on an open doors day to racetrack members to foster the STD brand, where the youngest were able to combine leisure with sports.

Active-nature tourism

A set of specific actions aimed at the closest markets like the Spanish and the French ones as well as Benelux and the rest of Europe were done to present and promote the whole active and nature tourism offer during this year.

Active-Nature Tourism Club

The Active-Nature Tourism Club reached a hundred member companies and organisations in 2009. Within the actions organised by Turisme de Catalunya on active-nature tourism products this year, the following stand out:

- Five specific *workshops*:
 - 1 in Toulouse
 - 3 in Valencia, Madrid and Bilbao
 - 1 in Wijk Aan Zee, the Netherlands
- Pirineus Workshop. The active-nature tourism product and the Pirineus brand took actively part at the sixth Pirineus Workshop held in La Seu d'Urgell with tour operators from Germany, Switzerland and Austria.
- Fam trip to the Lleida Pyrenees.
- Hiking and gastronomy fam trip through Costa Brava.
- Participation at 10 specialist trade fairs.

Other actions

- 2nd Active-Nature Tourism Club Technical Meeting. With the 1st internal club workshop.
- Presentation of the Three Mounts Route at the Blanquerna Cultural Centre in Madrid.
- Publications. The new Active-Nature Tourism Catalogue was edited in 2009. Further, the edition of the *Ornithological Tourism Guide* in German and the elaboration and definition of contents of the Active-Nature Tourism Map Guide was started.

Catalonia Mountain Biking Centres

The tenth anniversary of the opening of the Pla de l'Estany-Banyoles Mountain Biking Centre, the first in Catalonia, was

celebrated in 2009. With the inclusion of the Plana de Vic Mountain Biking Centre this year, the network has a total 17 centres and more than 5300 km of signposted tracks.

- Mountain Biking Centre Promotion Plan. Following the agreement signed with the Catalan Sports Council and the Catalan Cycling Federation, Turisme de Catalunya implemented the Catalonia Mountain Biking Centre Promotion Plan in 2009.
- Press trip to Vall de Sau Collsacabra.
- Bike Show BCN.
- Professional meeting and *networking*. Yearly meeting with Catalonia Mountain Biking Centres network members.
- Report in the *Grandes Espacios* magazine.

Golf tourism

The most noteworthy actions done in 2009 regarding golf tourism were related with the Spanish Golf Open as well as specific product workshops.

Golf Tourism Club

With the Golf Tourism Club, Turisme de Catalunya provides support for commercialising this specific tourist segment, promoting it in the main issuing markets in order to consolidate Catalonia's position as a golf tourism destination. The number of club member companies and organisations was 71 by the end of 2009. The second Turisme de Catalunya Golf Club Technical Meeting took place in PortAventura in October and the action plan for 2010 was presented there. The most outstanding promotion actions for golf tourism done in 2009 were the following:

- IGTM workshop. The workshop held in Marbella in November was

attended by several Golf Tourism Club members from Catalonia. The main golf tourist operators and offer can be found at this international landmark event.

- Inverse workshop in Navata. Turisme de Catalunya organised a fam trip and a workshop with tour operators from the main issuing markets in golf tourism: Scandinavian countries, United Kingdom and Ireland.
- Direct workshop in the United Kingdom and Ireland. With the aim of strengthening Catalonia's position as a golf tourism destination in these markets, workshops were held in London and Dublin.
- TTG workshop.
- Spanish Open. The 84th Spanish Open was held at PGA Golf de Catalunya in Caldes de Malavella. Together with the Costa Brava Girona Tourism Board, Turisme de Catalunya sponsored the event, at which more than 150 professional players from the European circuit took part. On the occasion of this event, a fam trip with Scandinavian tour operators was organised. The programme started on the Costa Daurada and finished on the Costa Brava. Turisme de Catalunya also cooperated with the Costa Brava Girona Tourism Board in organising a trip with journalists specialised in golf tourism who covered the event.
- Press trip on cuisine and golf.
- Il Mondo del Golf press trip.
- Italian Open. This open held in Turin was attended for the first time.
- Rheingolf and London Golf Show. Turisme de Catalunya attended these two shows in Cologne and London with an own stand.
- Irish Open, BMW International Open 2009 and Omega European Masters. Turisme de Catalunya at-

tended these tournaments in 2009, held in Turnberry (Ireland), Munich (Germany) and Crans Montana (Switzerland) respectively. It participated with the corresponding OET.

Winter tourism

Turisme de Catalunya promoted winter tourism in 2009 with the organisation of several actions and participation at specialist events.

- Disabled Ski World Cup. On the occasion of this event in La Molina, a press and fam tour in multi-market accessible tourism was organised during which the accessible offer of the ski resort was shown.
- Fam trips. Fam trips related to Pirineus and Pirineos working programmes were done.
- Esquí y Montaña-Naturiva and Ski Mountain. These two specialist shows on winter tourism in Madrid and Valencia respectively were attended.

Other actions

- Sponsorship of the 2009 Pirena race.
- Sponsorship of and participation at the Barcelona Snow Show. Turisme de Catalunya co-sponsored this Big Air snowboard and ski competition valid for the International Ski Federation (FIS) World Cup, held in the Lluís Companys Olympic Stadium in Barcelona.
- Advertising campaign.
- Publications. Catalonia is Snow was re-edited to cover all promotion action during the season.

LGBT tourism

Catalonia is a leading destination regarding the tourist offer for this market segment.

Turisme de Catalunya edited the LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual and Transsexual) Tourism Guide in French, besides updating its website on a regular basis. Actions on LGBT tourism carried out during 2009 include:

- Press trip. Turisme de Catalunya organised a multi-market press trip in Barcelona and Sitges to present the LGBT tourist offer in Catalonia on the occasion of Pride Day.
- SITC. Within SITC and the events organised at Pinkcorner, Turisme de Catalunya made a presentation on the LGBT tourist offer.
- Edition of the French version of the LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual and Transsexual) Tourism Guide.
- Regular update of the www.catalunya-lgbt.com website.

Convention tourism

To support and promote this segment, Turisme de Catalunya attended the main international trade fairs specialising in convention tourism. It also catered for the demand of strategic markets regarding both organisation of fam and press trips focusing on convention tourism as well as support to events of big tourist and economic interest for the country.

Promotion done includes the following events:

- PortAventura workshop in Paris. Turisme de Catalunya took part in a specific workshop for the French MICE industry and specialist press, organised by PortAventura Business & Events in Paris.
- Press trip for British journalists from the International Event Organizers magazine.
- Fam trip for seven operators from CYTS MICE, one of the most important agencies specialising in

convention tourism in China and international issuers.

- Michelin Congress on China in Barcelona, attended by 500 operators.
- Red Table Road Show. Turisme de Catalunya participated in the Red Table road show visiting Frankfurt, Munich and Cologne, the three main convention cities in Germany. The initiative was held together with six other destinations: Graubünden (Switzerland), Ireland, Malta, Montenegro, Sweden and Denmark. Catalan participants had around eighty interviews with potential buyers.
- EIBTM. Turisme de Catalunya took part in EIBTM with an own stand, where provincial and local convention bureaus from Girona, Lloret, Costa Daurada, Sitges, Lleida and Tarragona attended as co-exhibitors. Some fifty meetings and professional visits were held and presentations aimed at buyers from European markets made. Together with the TPC an own hosted buyers programme was launched, including post-show coordination of two fam trips, one of which devoted to close markets (UK, France and Benelux) and the other aimed at the French market only. A dinner with a presentation on Catalonia and Barcelona was organised for a group of 15 Chinese buying agents specialising in convention tourism.
- IMEX. This specialist show held in Frankfurt was attended by Turisme de Catalunya, which concentrated Catalonia's offer of the Girona, Sitges and Barcelona province convention bureaus plus Circuit de Catalunya on its stand.
- MICE Business Travel Fair. Turisme de Catalunya participated through the TPC Benelux for the first time under the Turespaña umbrella at the MICE Business Travel Fair in

Amsterdam, where contact was made with 260 operators from the Dutch convention tourism market.

Other actions

- ABTA yearly convention. Turisme de Catalunya assisted Turisme de Barcelona in organising the ABTA (Association of British Travel Agencies) yearly convention.
- ICCA Congress. Turisme de Catalunya participated through the TPC Italy at the ICCA (main international association) yearly congress held in Florence.

Health and wellness tourism

The most noticeable actions regarding health and wellness tourism in 2009 were promotion and support to commercialise this offer and foster promotion in this industry, involving companies offering this product.

Health and Wellness Tourism Club

With this club, Turisme de Catalunya intends to support commercialisation of this specific tourist segment and promote it in the different issuing markets to strengthen Catalonia's position as a health and wellness tourist destination. The Health and Wellness Tourism Club is made of twenty companies and organisations, including spas, wellness centres, thalassotherapy centres and thermal leisure centres, intermediaries, accommodation businesses and tourist promotion bodies from all over Catalonia.

The most remarkable promotion actions in health and wellness tourism carried out during 2009 were the following:

- Press trip for the Russian market.
- Termatalia. Turisme de Catalunya took part in the show in Ourense with an own stand.

- Health programme press trip. Together with the TPC Turisme de Catalunya has in Eastern Europe, a press trip was organised with the first Russian public TV channel, where the programme «Zdorovie» (Health) is broadcast every week in relation with health, new medical technologies and medical care.
- 2nd World Medical Tourism & Global Health Congress. This congress held in Los Angeles was attended by Turisme de Catalunya.
- Medical Tourism Association membership.

Pirineus

To disseminate and consolidate the Pirineus brand and the tourist model it represents, the Pyrenees Promotion Plan is implemented to add value to tourist resources in the area and point out the diversity and quality of the offer and its ability to deseasonalise demand. This plan is under supervision of the Catalan Department of Territorial Policy and Public Works through IDA-PA, Turisme de Catalunya, the Lleida Province Council Tourism Board, the Costa Brava Girona Tourism Board and the Conselh Generau d'Aran.

The counties encompassed by the Pirineus brand are Alt Empordà, Alta Ribagorça, Alt Urgell, Berguedà, Cerdanya, Garrotxa, Pallars Jussà, Pallars Sobirà, Ripollès, Solsonès and Val d'Aran. There are many actions done within the Pyrenees Plan. The most remarkable ones in 2009 were the following:

- Direct workshop in Madrid. The Pirineus brand took advantage of the workshop held by the Active Tourism Club to cooperate with and invite businesses from the Pyrenees.
- 6th International Pirineus Workshop. It took place in La Seu d'Urgell and

was addressed at the German, Swiss and Austrian market. Two fam trips for foreign tour operators were organised, active-nature and cultural-nature. A training session on tourism and web 2.0 was held for vendors.

- Organisation of the Inverse Commercialisation Meeting. It was held in La Molina together with Portuguese tour operators. The meeting in Benasque with Italian tour operators was also attended.
- Pyrenees press trips. Two trips to the Lleida and Girona Pyrenees were organised, basically addressed at journalists from Madrid.

Other actions

- Presentation of Pirineus in Milan.
- Brand marketing in different media.
- Publications and web. The following materials have been created, among others: translation into German of the Sensations Guide, the Tourist Manual and the Travel Book. The Spanish version of the Sensations Guide and the Travel Book was updated and printed and the Catalan and Spanish versions of the road map were updated.
- Update and improvement of the www.visitpirineus.com website. The website has further been translated into German.

Third Assembly of Product Clubs

La Pedrera building in Barcelona hosted the Third Assembly of Product Clubs in April, where common ways to strengthen competitiveness of Catalonia's tourist offer and endure the current economic crisis were searched for together with entrepreneurs from the industry.

This assembly is held every year with the aim of looking for cooperation and

involve the private industry directly in promotion and commercialisation of Catalonia's tourist offer.

Almost 150 Catalan companies and organisations took part at a meeting that placed the emphasis on the need of still going for product specialisation and making promotion of tourist products flexible, adapting them to the challenges and priorities of each market, thus making action increasingly efficient. Turisme de Catalunya presented its 2008 balance sheet as well as new future proposals at the assembly.

One proposal to assist companies in finding new business opportunities is the organisation of internal meetings by product club, adequate events for networking, exchanging experiences and creating synergies between companies within the same area.

One year after the change in the management model of Turisme de Catalunya tourist product clubs, higher involvement of member companies in defining action plans has been assessed. The five Turisme de Catalunya tourist product clubs – active, culture, gastronomy, golf and health and wellness – currently have almost 350 members.

The number of club members has increased by more than 30% in the last three years.

Specific publications on tourist products

There has been much work on specific publications of different tourist products during the year, including new editions, re-editions and reprints. New publications include the Cuisine Associations of Catalonia Guide, the Active-Nature Tourism, Gastronomic Tourism and Family Tourism catalogues and the St James' Way map guide.

Many publications by Turisme de Catalunya are translated into different

languages such as Spanish, French, English, German and Italian to reach out to a larger audience.

Publications in collaboration with the Directorate General of Tourism

Turisme de Catalunya and the Directorate General of Tourism prepared some joint publications in 2009, among which *Pyrenees - Nature and Culture*, which was also edited in French and German, and the Italian version of *Cerdà* from the Universal Catalans collection, which was also re-edited in Catalan, German, Spanish, French and English.

Many joint publications have also been re-edited. This is the case of *Rutas del Románico* and *Rutas del Modernismo*, the publications of the different Catalan tourist brands as well as accommodation guides like camp sites, hotels and rural tourist accommodation, among others.

6. Institutional cooperation

Cooperation with other companies and organisations is very important to Turisme de Catalunya as it positively contributes to promote Catalonia in different industries and geographic areas both in Spain and abroad.

Agreements, cooperation arrangements and sponsorship contracts

In order to improve and deepen Catalonia's tourist offer in international markets, Turisme de Catalunya signed several cooperation agreements and sponsorship contracts in 2009. The main beneficiary areas are culture, sports, gastronomy and Catalan camp sites.

Organisations having institutional relations with Turisme de Catalunya

- ADAC
- Aeroports de Catalunya
- Artesania Catalunya
- Asociación Española de Estaciones Náuticas
- Associació Càmpings de Muntanya i del Pirineu Català
- Associació Catalana d'Estacions Nàutiques
- Associació Costa Barcelona-Maresme
- Associació Professional d'Empresaris de Càmpings i Ciutats de Vacances
- AVIS
- Barcelona Centre Mèdic
- BCN Snow Show
- Cambra de Comerç de Barcelona
- Cantada d'Havaneres de Calella de Palafrugell
- Challenge Costa BCN Maresme
- Circuit de Catalunya
- Clickair
- Comitè de Desenvolupament de Rutes Aèries (CDRA)
- Autonomous Community of Aragon
- Autonomous Community of Navarre
- Conselh Generau d'Aran
- Consell Català de l'Esport
- Consorci de Promoció Comercial de Catalunya (COPCA)
- Consorci de Promoció Turística del Maresme
- Continental Airlines
- Department of Social Action and Citizenship
- Department of Territorial Policy and Public Works
- Department of Health
- Delegació de Turisme de la Diputació de Barcelona
- Federació Catalana de Càmpings i Ciutats de Vacances
- Festival de Música de Cantonigròs
- Festival Internacional de Música de Peralada
- Festival Internacional de Música de Torroella de Montgrí
- Fòrum Gastronòmic
- Fundació Privada Catalana per a l'Esport
- Fundación ONCE
- Futbol Club Barcelona
- Gestió de Màrqueting de les Comarques Gironines
- Mahou-San Miguel Group
- Torres Group
- Institut per al Desenvolupament i la Promoció de l'Alt Pirineu i Aran (IDAPA)
- Institut Ramon Llull
- La Roca Village-Value Retail
- Museu Nacional d'Art de Catalunya
- Spanish Golf Open
- Patronat de Turisme Costa Brava Girona
- Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida
- Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona
- Pirena
- PortAventura
- Renfe-AVE
- Ryanair
- Slow Food Barcelona
- Televisió de Catalunya
- Time out-Sàpiens
- Transat Holidays
- Trenhotel Elipsos
- Turespaña
- Turisme de Barcelona
- Universitat de Girona
- Universitat Rovira i Virgili
- USAP Perpignan
- Voyages Auchan
- Vueling
- www.gastroteca.cat

Other cooperations

Accession of Turisme de Catalunya to ENAT (European Network of Accessible Tourism) as well as the Medical Tourism Association is to be remarked at international level. In this respect, other associations it is already a member of are to be mentioned, like ECM (European Cities Marketing) and IAGTO (International Association of Golf Tour Operators). The consortium also takes part in the following associations through its TPC: ABTA Travel Industry Partners, AITO (Association of Independent Tour Operators), AJT (Association of Tourist Journalists), ANTOR (Association of National Tourist Representations in Russia), ANVR (Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen), APCIG (Association of Gastronomy Professionals), the Official Spanish Chamber of Commerce in China, Catalans UK, Corps Touristique (association of foreign tourist destinations), DRV (association of tourist organisations), ETOA (European Tour Operators Association), ITAA (Irish Travel Agents Association), ITT (Institute of Travel & Tourism), MIA (Meeting Industry Asso-

ciation), Press 4 Travel, RDA (Bus Travel Association) and the Spanish Chamber of Commerce in the United Kingdom.

Turisme de Catalunya went on pushing for quality professional training in tourism in 2009. In this respect, by searching the best theoretical and practical preparation of students and new professional workforce, it reached cooperation agreements with the following universities and schools: Autonomous University of Barcelona (UAB), CETA, Hotel, Restaurant and Tourism School of Barcelona, CETT, University of Girona, Hotel, Restaurant and Tourism School of Girona, King Juan Carlos I University and BCN-FP Foundation.

Institutional relations and strategic projects

Institutional relations and strategic projects shall help the organisation become acknowledged by all political, economic and social stakeholders that may become strategic partners.

To reach this goal, relations with Catalan stakeholders in the tourist industry need to be strengthened, especially those that will play a major role in the future Catalan Tourism Board, and the relations network and agreements in other areas expanded.

This shall allow to forge partnerships and agreements with companies, organisations and bodies able to provide the value and advantages of their expertise and market position.

The deployment of tasks regarding institutional relations shall include two fields of action, the geographical and the sectorial, to combine uniform dissemination of the action by Turisme de Catalunya all over the territory with picking the most adequate partners for every single relation or agreement. The main actions carried out by

Turisme de Catalunya in this area in 2009 were the following:

- Catalonia – Midi-Pyrenees Project (POCTEFA programme of the EU)
- Proposal for promotion actions regarding the Terres de l'Ebre Promotion Plan
- Consulting mission on urban tourism in Kazakhstan on behalf of the WTO
- Cooperation with UOC
- Agreement with the ONCE Foundation to develop accessible tourism
- Accession to the European Network of Accessible Tourism (ENAT)
- Allocation of the Medical Tourism Cluster Strategic Plan (Segittur funding)
- Start of review of the Strategic Plan on Tourism in Catalonia (2011-2015)
- Support to developing DGT projects: St James' Way, Count Pyrenees Route and categorisation system for rural tourism.

7. Publication of announcements and calls for tender

In order to make its action public, Turisme de Catalunya published 11 announcements in the Official Journal of the Government of Catalonia, three in the Official Journal of the European Union and several publications on the electronic procurement platform of the Government of Catalonia.

Official Journal of the Government of Catalonia (DOGC)

1. Call for seven Turisme de Catalunya scholarships 2009

DOGC no. 5305-27.01.2009 - p. 5630

Turisme de Catalunya publishes the 12th call for seven scholarships (two in the United Kingdom, three in Brussels, Belgium, one in Perpignan, France, and one in Madrid, Spain) for Turisme de Catalunya scholarships on market research, tourist promotion and commercialisation, leaving the place for Milan, Italy, uncovered.

2. Call for a Turisme de Catalunya scholarship 2009

DOGC no. 5316-11.02.2009 - p. 10770

The consortium Turisme de Catalunya publishes the 12th call for a Turisme de Catalunya scholarship for market research, tourist promotion and commercialisation in Madrid, Spain, due to withdrawal of the grantee.

3. Turisme de Catalunya 2008 scholarship extension

DOGC no. 53325-05.03.2009 - p. 18054

Turisme de Catalunya publishes the extension of seven scholarships (four in Paris, France, two in Frankfurt, Germany, and one in Madrid, Spain) for another year until 31 March 2010.

4. 2008 Tourist Promotion Award verdict

DOGC no. 5420-14.07.2009 - p. 56219

The verdict passed by the jury of the Turisme de Catalunya 2008 Tourist Promotion Awards is published.

5. Call for the campaign «Don't have it told by others»

DOGC no. 5424-20.07.2009 - p. 57795

The call for ideas for the advertising campaign of the consortium

Turisme de Catalunya «Don't have it told by others» is published.

6. Call for several positions as regular staff of the consortium Turisme de Catalunya

DOGC no. 5426-22.07.2009 - p. 58557

The call for different merit competitions to provide several job positions as regular staff of the consortium Turisme de Catalunya is published.

7. Call for awarding the 2010 Turisme de Catalunya scholarships

DOGC no. 5428-24.07.2009 - p. 59026

The rules are approved and the call is opened to award the Turisme de Catalunya scholarships to develop promotion and support to commercialisation of tourist products.

8. Call for several positions as regular staff of the consortium Turisme de Catalunya

DOGC no. 5442-13.08.2009 - p. 63545

The call for different merit competitions to provide several job positions as regular staff of the consortium Turisme de Catalunya is published.

9. Publication of the agreement on the nautical stations annual plan

DOGC no. 5531-22.12.2009 - p. 95603

The cooperation agreement on the 2009 annual action plan for the development and tourist promotion of the nautical stations product is published.

10. Publication of the agreement on the Spanish Pyrenees annual plan

DOGC no. 5532-23.12.2009 - p. 96226

The cooperation agreement on the 2009 joint annual plan on tourist promotion of the Spanish Pyrenees is published.

11. Publication of the nautical stations framework agreement

DOGC no. 5536-30.12.2009 - p. 97346

The framework agreement for cooperation in the development and tourist promotion of nautical stations is published.

Electronic procurement platform of the Government of Catalonia

Concept	Publication Platform	Publication Platform
	Announcement	Award
ICT technical office	19-12-08	03-03-09
Publication warehouse	23-12-08	06-03-09
Bus transport	26-03-09	18-05-09
Family tourism catalogue	27-03-09	12-06-09
Brand reprint	06-04-09	13-05-09
Hardware purchase	08-04-09	14-05-09
Transport and logistics	18-05-09	31-07-09
Infotur videos	29-05-09	04-09-09
Trade fairs 2010	02-06-09	02-12-09
Web support technical office	03-06-09	30-07-09
Infotur photo creation	30-07-09	28-12-09
2009 Axapta licenses	07-09-09	06-11-09
Eastern market 2010-2014	23-12-09	Pending

Framework agreements

Concept	Publication Platform	Publication Platform
	Announcement	Award
Campaing Catalan market	20-04-09	18-05-09
Hardware and servers	11-06-09	07-07-09
Campaign Spanish market	12-06-09	07-07-09
ISI workshops	04-08-09	31-08-09
Winter campaign	12-11-09	01-12-09

Official Journal of the European Union (OJEU)

1. Trade fair stand tender

Call for tender S103-30.05.2009 - no. 2009/S 103-148391

Supply contract on a leasing basis for assembling, disassembling, transport and design of the Turisme de Catalunya stand.

2. Trade fair stand award

Award announcement S236-08.12.2009 - no. 2009/S 236-337515

Supply contract on a leasing basis for assembling, disassembling, transport and design of the Turisme de Catalunya stand.

3. Tender for tourist offer promotion in the Russian and Eastern European markets 2010-2014

Tender announcement S244-18.12.2009 - no. 2009/S 244-349861

8. Basic data of the organisation and 2009 budget

Legal regime of the organisation, activity and financing sources

In late 2009, the Government passed the new statutes of the Catalan Tourist Board, the body that replaces the consortium Turisme de Catalunya from 1 January 2010.

The latter organisation, which went on doing tourist promotion of Catalonia during 2009, was created by the Decree 13/1986 of 16 January. With the Decree 83/1987 of 1 April, the Consorci de Promoció Turística de Catalunya

replaced its name by that of Consorci Turisme de Catalunya and the new statutes were set. Turisme de Catalunya has an own corporate status, independent from that of its members, and full capacity to act by public and private law to pursue its aims (art. 1 of the statutes).

The purpose of the organisation is marketing and commercialisation and providing services to raise the wealth and prosperity of Catalonia's tourist industry as well as to strengthen its competitiveness (art. 2 of the statutes).

To reach its goals, the consortium has the following resources (art. 16 of the statutes):

- Contributions by all member organisations
- Contributions and subsidies of all kind from other official and private bodies
- Donations and other sources through any legally valid instrument
- Any credit operations, subject to a positive report of the Department of Economy, Finance and Planning
- Income from service provision

However, practically all resources have come so far from the budget approved by the Directorate General of Tourism within the budget of the Department of Innovation, Universities and Enterprise.

The Law 15/2007 of 5 December, DOGC no. 5030 of 17.12.2007, creates the Catalan Tourist Board, a public body of the Government of Catalonia operating under private law, with an own corporate status, full acting capacity and own assets to pursue its aims (art. 1). The first transitory provision of the law states that the consortium Turisme de Catalunya is wound up with the establishment of the Catalan Tourist Board, to which ownership of the consortium's assets, rights and obligations is transferred both in Catalonia and

abroad. The consortium Turisme de Catalunya keeps its structure, composition and functions as long as the Catalan Tourist Board is not established.

With entry into force on 1 January 2010 of the Decree 192/2009 of 9 December, approving the statutes of the Catalan Tourist Board, DOGC no. 5524 of 11 December, the new body is established and starts its activity. On this date the transfer of ownership of the assets, rights and obligations from the consortium Turisme de Catalunya to the Catalan Tourist Board takes place according to the terms of the first transitory provision of the Catalan Tourist Board Law, by which the consortium is dissolved without winding up its assets, while applying the special tax regime provided for by chapter VIII of section VII of the amended text of the Corporate Tax Law, approved by the Royal Legislative Decree 4/2004 of 5 March (first and third final provision of the decree).

As is mentioned in the preamble of the Law 15/2007, the new tourist promotion body shall allow to give new quantitative and qualitative momentum to tourism in Catalonia and facilitate cooperation between the public and private sector as well as maximum profitability and rationalisation of resources allocated to tourist promotion.

Managing bodies

The managing bodies of the Consortium are the following:

- The General Council (highest body in the organisation)
- The Executive Committee (executive body)
- The president of the Consortium and the General Council
- The president of the Executive Committee

- The director of the Consortium

The functions of the different managing bodies and of their members are explained in the statutes.

Bookkeeping regime

Bookkeeping at the organisation abides by the General Bookkeeping Plan approved by the Royal Decree 1514/2007 of 16 November, the regulations of the Government of Catalonia (Budget Law, Finance Law and Public Enterprise Law) and guidelines provided by General Intervention of the Department of Economy and Finance of the Government of Catalonia. According to legislation, 2008 was the first year the organisation made its annual balance by the new General Bookkeeping Plan.

Given the relevance of the annual balance for the profit and loss account, the way transfers received from the Government of Catalonia are dealt with needs to be mentioned. Thus, according to the applicable legislation (Budget Law, Finance Law and Public Enterprise Law) and the guidelines set by the Department of Economy and Finance, current transfers are considered operating subsidies as they are necessary to balance out the profit and loss account except for allocations for amortisation, provisions and stock variations. By not considering these expenses as subsidisable, the profit and loss account shows a negative result amounting to this sum.

For financial control, the Consortium is subject to the terms of article 71 of the Legislative Decree 9/1994 of 13 July, by which the amended text of the Public Finance of Catalonia Law is approved.

Budget of the organisation

On the occasion of the enlargement of the institutional framework of public

bodies in 2007, the budget of the consortium Turisme de Catalunya was published separately within the budget of the Government of Catalonia for the first time.

The aim of this enlarged institutional framework of the public sector is adaptation to the requirements of the European System of Accounts ESA 95 as well as to increase transparency and improve the overview over the whole public sector under the Government of Catalonia.

The 2009 budget of the Government of Catalonia was approved with the Law 15/2008 of 23 December, DOGC no. 5288 of 31 December. The organisation budget is published in this law. Funding by the Government of Catalonia is done through transfers from the Directorate General of Tourism within the budget of the Department of Innovation, Universities and Enterprise. These funds are transferred to Turisme de Catalunya through chapter IV (current transfers) and chapter VIII (variation of financial assets).

In this respect, the budgetary structure of the Government of Catalonia (organic classification by programmes and economic classification) is different and additional to the budgetary management structure by which the Consortium works, which is more adequate for its information needs regarding decision-taking. The budgetary management structure that is submitted to approval by the General Council is according to the organisation's action plan. (It needs to be considered that differently from the management budget, the public budget does not include «pending transfers from previous years» as they are considered to have been settled in the according fiscal year.)

According to article 8 b) of the organisation's statutes, the approval of the

annual action plan with the budget and according action, investment and financing programmes is up to the General Council. With the establishment of the new organisation, the 2009 budget is the last to be presented and winds up Turisme de Catalunya as a consortium. The 2010 budget will be of the new Catalan Tourist Board.

2009 income budget

The initial budget approved by the General Council on 21.01.2009 amounted to €21,401,678.00, which provided for pending general transfers (before closing the 2008 fiscal year) of €1,000,000.00.

The General Council session held on 20.05.2009 approved the annual accounts, settled the 2008 budget and distributed the additional €3,016,071.05, of which €200,000.00 amounted to additional transfers according to chapter IV from the Department of Innovation, Universities and Enterprise, €125,000.00 to a planned own income increase following a cooperation agreement for joint visa handling in India, Russia and China, and €2,691,071.05 € to pending general transfers due to the difference between the planned initial budget (€1,000,000.00) and the final settlement of the 2008 fiscal year (€2,691,071.05). The settled amount in 2008 from pending general transfers includes €1,867,000.00 in retention of budget credits according to the Government Agreement of 15.07.2008, included again in the Consortium budget on 29.12.2008 (cf. 2008 Report). The resulting 2009 budget approved in that session amounted to €24,417,749.05. Given the economic situation and to increase tourist promotion action of the organisation, this figure was later increased by several additional sums transferred from the Department of Innovation, Universities and Enterprise amounting to €1,813,459.72. The last transfer of €1,072,000.00 was made

on 29.12.2009, by which its execution was fully passed to 2010 by means of pending 2009 transfers. The resulting budget after these inclusions amounted to €26,231,208.77. After the closure of the fiscal year, the settled income budget amounted to €26,202,943.49. The slight reduction as compared to the previously mentioned budget is due to settlement of own income being lower than planned (€1,368,412.72 settled vs. €1,396,678.00 budgeted).

2009 expenditure budget

The evolution of the expenditure budget and its approval by the organisation's General Council are the same as in the previous item. Once the fiscal year has been closed, the implemented expenditure budget amounts to €21,624,252.95, which means 100% execution of the initially planned budget, 85.95% as to the €25,159,208.77 of the final budget before including the

last additional sum of €1,072,000.00 of 29 December 2009 and 82.52% as to the €26,202,943.49 of the final settled income budget. Related to the budget execution, Turisme de Catalunya had projects/actions under way amounting to €1,251,294.95 (4.97% of €25,159,208.77), for which a specific budget provision has been made. Given that they are not considered recognised liabilities, they are not settled as implemented budget.

2009 income budget

	2008 budget	2009 budget			variation in %	
	settled	first approved	final approved	settled	settled rights	(settled 2009 vs. 2008)
1. TRANSFERS, FUNDING AND INCOME GOVERNMENT OF CATALONIA						
1. TRANSFERS GOVERNMENT OF CATALONIA	20,392,000.00	18,300,000.00	20,313,459.72	20,313,459.72	20,313,459.72	-0.4%
2. FUNDING FROM OTHER ORGANISATIONS	800,000.00	830,000.00	830,000.00	830,000.00	830,000.00	3.8%
3. OWN INCOME	1,403,264.33	1,271,678.00	1,396,678.00	1,368,412.72	1,368,412.72	-2.5%
TOTAL 1	22,595,264.33	20,401,678.00	22,540,137.72	22,511,872.44	22,511,872.44	-0.4%
2. PENDING TRANSFERS						
1. PENDING GENERAL TRANSFERS	2,180,935.06	1,000,000.00	3,691,071.05	3,691,071.05		69.2%
TOTAL 2	2,180,935.06	1,000,000.00	3,691,071.05	3,691,071.05		69.2%
TOTAL 1 + 2	24,776,199.39	21,401,678.00	26,231,208.77	26,202,943.49	22,511,872.44	5.8%

2009 expenditure budget

	2008 budget	2009 budget			variation in %	
	implemented	first approved	final approved	implemented	recognised liabilities	(implemented 2009 vs. 2008)
1. STRUCTURE	4,682,838.44	5,005,000.00	5,225,000.00	5,186,685.12	5,186,685.12	10.8%
2. MARKETING, PROMOTION ACTIONS, PRODUCTS AND IIS	14,847,842.41	15,816,678.00	19,246,390.65	15,797,243.06	17,694,779.12	6.4%
2.1 Marketing and market research	3,362,828.22	2,104,678.00	4,241,215.25	3,391,344.63	3,605,226.19	0.8%
2.2 Information, promotion and commercialisation	6,897,575.01	6,788,000.00	6,708,000.00	6,392,577.79	6,466,657.79	-7.3%
2.3 Product design and development	3,225,574.49	2,523,000.00	3,626,290.00	2,592,051.78	2,628,051.79	-19.6%
2.4 Innovation and information services (IIS)	1,361,864.69	4,401,000.00	4,670,885.40	3,421,268.86	4,994,832.36	151.2%
3. ACTIONS IN SUPPORT OF INVESTMENT, IMPROVEMENT AND DEVELOPMENT OF THE TOURIST INDUSTRY	580,000.00	580,000.00	687,818.12	640,324.77	991,324.77	10.4%
TOTAL 1 + 2 + 3	20,110,680.85	21,401,678.00	25,159,208.77	21,624,252.95	23,872,789.01	7.5%
Inclusion of the additional budget from the Department of Innovation, Universities and Enterprise on 29/12/2009			1,072,000.00			
TOTAL BUDGET			26,231,208,77			

Edició

Agència Catalana de Turisme
Passeig de Gràcia, 105, 3a planta
08008 Barcelona

Disseny

Xavi Garcia per a I.D.E.M. S.L.

Correcció i traducció

Mercè Fabregat, Miquel Arderiu, I.D.E.M. S.L.

Fotografies

ACT, J. Robles, Imagen M.A.S., Nano Cañas, Josep Tió, Oriol Llauredó, Circuit de Catalunya,
Jorge Andreu/RFEG, Servicios Editoriales Georama.

Imatge de portada: Calella de Palafrugell (Costa Brava) © ACT

Impressió

Sanvergrafic

Dipòsit legal

B-26824-2010

