

La consejera Chacón anima a los agentes locales a liderar el proyecto europeo Med Pearls

- La Anoia es una de las tres comarcas catalanas escogidas para la prueba piloto en Cataluña por su rico patrimonio cultural y natural.
- La Agencia Catalana de Turismo lidera el Med Pearls (Perlas del Mediterráneo) y cuenta con la colaboración de la Diputación de Barcelona y el Consejo Comarcal de La Anoia.
- En esta primera jornada se ha reunido conjuntamente al sector público y privado para decidir juntos qué pasos seguir en la creación de este nuevo producto turístico.
- Los productos Med Pearls se desarrollan en zonas de baja densidad turística pero de alto potencial para desarrollar productos de turismo *slow*.

Viernes, 28 de febrero de 2020 — La consejera de Empresa y Conocimiento, Àngels Chacón, ha inaugurado hoy, en el Centro de Innovación Anoia, el proyecto europeo Med Pearls y ha animado a los agentes locales tanto públicos como privados a liderar estas experiencias que se desarrollarán en zonas de baja densidad turística pero con mucho potencial. En este sentido ha declarado que **“los actores locales, tanto públicos como privados, que trabajáis cada día por La Anoia debéis estar al frente de estos proyectos que demuestran el potencial turística de Cataluña y que apuestan por la sostenibilidad y el bienestar de los ciudadanos”**. Chacón ha destacado que **“es muy positivo que una comarca como La Anoia se sume a este turismo responsable, que pretende diversificar las actividades, desestacionalizar y desconcentrar la oferta, incrementar el gasto y activar los sectores productivos de su entorno”**.

El acto de presentación del programa Med Pearls ha reunido unos ochenta miembros del sector público y del sector privado de La Anoia. La jornada ha contado también con la presencia del director de la Agencia Catalana de Turismo (ACT), David Font; el diputado delegado de turismo de la Diputación de Barcelona, Juan Luis Ruiz; el vicepresidente del Consejo Comarcal de La Anoia, Jordi Cuadras, y la alcaldesa de Vilanova del Camí, Noemí Trucharte.

El proyecto Med Pearls está liderado por la ACT, del Departamento de Empresa y Conocimiento, y tiene como objetivo la creación de 26 experiencias turísticas en diversos países del Mediterráneo, como Egipto, Grecia, Jordania, Palestina e Italia. En

el caso de Cataluña, la inversión para crear estos productos a lo largo de los próximos tres años irá destinada, además de a La Anoia, a La Ribera d'Ebre y a Les Garrigues. En cada una de las tres comarcas, la ACT trabaja conjuntamente con los respectivos patronatos de turismo de las diputaciones y los consejos comarcales para dar continuidad al proyecto y trabajar con los diferentes agentes y actores del territorio que serán los que aportarán el valor de proximidad a los proyectos.

La jornada se ha dividido en dos partes: una primera sesión en la que se ha explicado cuáles son los objetivos del proyecto, los beneficios que aportará a la comarca y cómo acceder a las ayudas que se pondrán a disposición de los involucrados, y una segunda sesión de trabajo que ha consistido en realizar un análisis DAFO del destino, seguido de un *mapping* de la oferta turística de la comarca. La jornada ha finalizado con la puesta en común de las conclusiones de las respectivas sesiones de trabajo para trazar los siguientes pasos.

Las bases del proyecto Med Pearls establecen que las experiencias se han de desarrollar en zonas de baja densidad turística, pero que dispongan de un alto potencial para desarrollar estos productos de turismo *slow*. De esta manera, se busca atraer a un público interesado en una tipología de turismo responsable y sostenible, que pone énfasis en promover e involucrar las economías locales para dar a conocer experiencias turísticas culturales y naturales y que respeta los destinos y apuesta por una relación natural entre el turista y la población local. Estas experiencias han de tener como finalidad posicionar internacionalmente el Mediterráneo como destino de calidad y excelencia para este tipo de turismo, a partir de la cooperación público-privada.

En relación con esto, cabe destacar el Med Pearls como una iniciativa que busca un crecimiento y en la que los agentes locales adopten un papel activo en el diseño del producto y en la experiencia turística. Su implicación asegura la autenticidad y genuinidad del producto al mismo tiempo que contribuye a fomentar la interacción entre el local y el visitante, generando un enriquecimiento mutuo y un éxito en la consolidación del producto.

El objetivo final es la creación de estos productos de turismo *slow*, por esto está dirigido a agencias de turismo receptivo o Destinations Management Companies (DMC). Por otro lado, también será esencial la participación de *startups* y emprendedores del sector de las TIC para proveer soluciones tecnológicas que complementen estos productos turísticos. Las empresas que formen parte de esta prueba piloto recibirán formación en creación de producto turístico; podrán realizar viajes de *benchmarking* con las otras experiencias que formen parte del proyecto; recibirán asesoramiento tecnológico; participarán en ferias, *workshops* y otras actividades de promoción turística, y entrarán a formar parte de un programa de venta cruzada (*cross selling*) con el resto de los socios, dirigido a terceros mercados como los países nórdicos, Estados Unidos y Canadá, Rusia y Asia. Además, se podrán presentar en la convocatoria de ayudas para el desarrollo de estos productos.

La Anoia, una comarca con un rico patrimonio cultural y natural

La Anoia es una de las tres comarcas escogidas por el hecho de tener un fuerte patrimonio tanto natural como cultural, que la convierte en un punto de partida ideal para convertirse en uno de los proyectos piloto para el desarrollo de los productos

turísticos del Med Pearls. Aparte de estos atractivos, el turismo es un sector emergente en una comarca que ya apuesta por la sostenibilidad y la accesibilidad universal, alineada con los valores del turismo *slow*, de cara a conseguir un destino turístico atractivo tanto para la población local como para los visitantes.

Esta situación, además, sigue la línea estratégica que marca el Plan de marketing turístico de Cataluña 2018-2022 de la ACT con las 4D: desconcentración, desestacionalización, diversificación y aumento del gasto (por su definición en catalán). Los objetivos de estos proyectos en La Anoia buscan dar un impulso hacia este modelo de turismo sostenible, inclusivo y competitivo, basado en la innovación y contribuyendo al desarrollo de la economía local para aumentar el flujo turístico hacia un destino con potencial.

Síguenos en las redes

- Twitter: [@turismecat](#) | [@empresacat](#) | [@coneixementcat](#)
- YouTube: <https://www.youtube.com/turismecat>