



Cerca de 150 empresas participan en la puesta en marcha del nuevo Plan de Marketing Turístico de Cataluña 2018-2022

- La presentación del Plan, conducida por el director de la Agencia Catalana de Turismo, David Font, y por el director general de Turismo de Barcelona, Joan Torrella, ha contado con la asistencia de empresas y entidades de la marca Barcelona.
- El Plan también incluye la creación de la marca Grand Tour Catalunya (GTC), un itinerario que recorrerá Cataluña y será una excelente oportunidad para descubrir el territorio.
- Otros objetivos marcados por el Plan son incrementar los viajes turísticos a Cataluña durante los meses de marzo, abril, mayo y octubre, y aumentar el gasto medio por turista y día.

Jueves, 28 de febrero de 2019- El director de la Agencia Catalana de Turismo (ACT) del Departamento de Empresa y Conocimiento, David Font, acompañado por el director general de Turismo de Barcelona, Joan Torrella, ha presentado hoy en Barcelona el Plan de Marketing Turístico de Cataluña 2018-2022. El acto ha contado con la asistencia de más de 140 profesionales de empresas y entidades del sector turístico que constituyen el destino. Los asistentes han podido conocer de la mano del director de la ACT los principales retos que plantea el Plan en relación con la promoción turística de nuestro territorio.

El objetivo principal de la Generalitat es posicionar Cataluña como uno de los mejores destinos turísticos del mundo y, a su vez, ayudar al sector a realizar un marketing de alta eficacia. Este Plan de Marketing establece los retos de la ACT para los próximos cuatro años, así como la estrategia y las acciones para la promoción turística de Cataluña en el exterior. Se trata de un documento concretado de forma conjunta con agentes turísticos, entes territoriales de promoción del turismo y el sector privado, que permitirá a la ACT seguir siendo no solo pionera sino también distinguirse en la tarea diaria de promoción turística de nuestro país.

El director de la ACT, David Font, ha destacado que ***“el nuevo Plan de Marketing Turístico de Cataluña 2018-2022 apuesta por un turismo***



■ Comunicado de prensa ■

responsable, sostenible y de calidad para Cataluña, con la vista puesta en el aumento del gasto turístico en nuestro territorio, su desestacionalización en meses de menor afluencia de turistas, la desconcentración distribuyendo los flujos a lo largo y ancho del país y potenciando la diversificación de una oferta de mayor valor". Por otro lado, también ha querido señalar que ***"el Plan se trata de un documento de consenso entre el sector público y el sector privado que nos permite aunar esfuerzos en la promoción turística de Cataluña"***.

El nuevo Plan presenta una veintena de iniciativas que deberán ponerse en marcha, orientadas a resultados. Entre ellas, destacan:

- Los nuevos productos llamados 4D, que deben contribuir a la Desconcentración, Desestacionalización, Diversificación y al aumento del Gasto (*Despesa*, en catalán).
- Ofrecer más experiencias fuera de la temporada alta.
- Generar una comunicación integrada de marketing para no dispersar esfuerzos.
- Desarrollar una estrategia de marketing digital, trabajando intensamente con la web y las redes sociales.
- Aprovechar al máximo el activo que representan los centros de promoción turística de Cataluña.
- Implantar el nuevo sistema de marcas.
- Redefinir los servicios que ofrece la ACT al sector privado y fortalecer las relaciones con los patronatos de turismo de las diputaciones y del Ayuntamiento de Barcelona.
- Creación de la marca Grand Tour Catalunya (GTC), un itinerario que recorrerá Cataluña y será una excelente oportunidad para descubrir el territorio en 5-10 días con servicios de alta calidad y una atención personalizada.

Este nuevo Plan establece como objetivos para 2022 incrementar un 9% los viajes de los turistas durante los meses de marzo, abril, mayo y octubre; aumentar el gasto medio por turista y día; y, en relación con la desconcentración territorial, incrementar un 11% el número de viajeros que se alojan en establecimientos turísticos fuera de la costa. También se trata de aumentar el reconocimiento de la marca Cataluña, así como de consolidar nuestro destino turístico como uno de los tres primeros del Mediterráneo aplicando una estrategia de crecimiento responsable y sostenible.

El Plan de Marketing Turístico de Cataluña 2018-2022 dialoga con la Estrategia de Marketing Turístico del Destino Barcelona que el Ayuntamiento, la Diputación de Barcelona y la Cámara de Comercio de Barcelona están elaborando con Turismo de Barcelona y que tiene como objetivos principales garantizar la



■ Comunicado de prensa ■

sostenibilidad del destino, promover la competitividad asegurando el máximo retorno social, potenciar el efecto multiplicador del turismo en sectores estratégicos y promover la gestión integrada. El documento ya ha concluido la primera fase de diagnóstico a partir del proceso participativo y dará paso a un documento de posicionamiento y estrategia del Plan Operativo que fijará la estrategia y el plan de trabajo para su implementación.

La simultaneidad de los dos procesos es una oportunidad para mejorar la eficiencia y coherencia de las acciones que lleven a cabo las diferentes instituciones.

Síguenos en las redes:

En Twitter de Turismo: <https://twitter.com/turismecat>

En Twitter de Empresa: <https://twitter.com/empresacat>

En Facebook: <https://www.facebook.com/empresacat>

En el canal de YouTube: <https://www.youtube.com/user/sapscom>