



La Agencia Catalana de Turismo promueve la innovación y la sostenibilidad en sus acciones

- La Agencia realiza un viaje de prospección en la Toscana y la Emilia Romagna para conocer casos de éxito en turismo enogastronómico y trasladará los aprendizajes en el sector en dos sesiones virtuales
- Esta nueva modalidad de actividad permite un ahorro económico, una mayor conciencia medioambiental y llegar a un mayor número de asistentes

Miércoles, 19 de octubre de 2022.— Un equipo de la Agencia Catalana de Turismo (ACT), del Departamento de Empresa y Trabajo, se ha desplazado a la Toscana y la Emilia Romagna para conocer casos de éxito en turismo enogastronómico con el objetivo de transmitir este aprendizaje al sector turístico catalán. Lo hará en dos sesiones virtuales (*streaming*).

Hasta ahora los viajes de prospección que organizaba la ACT eran presenciales, con la participación de unas 20 personas. El elevado coste que suponía su organización, tanto económico como medioambiental, ha hecho que se opte por fórmulas innovadoras que van en sintonía con la apuesta por la sostenibilidad.

El pasado año se hizo una prueba piloto con un viaje de prospección virtual a Eslovenia para conocer buenas prácticas en cicloturismo. La buena aceptación por parte de los asistentes, con más inscritos que si la sesión se hubiera hecho presencialmente, el ahorro en gastos y la reducción de la huella de carbono han hecho que la opción virtual se haya convertido en la preferente a la hora de organizar este tipo de acciones.

Según el director de la Agencia, Narcís Ferrer i Ferrer, **“nuestro objetivo es mejorar la competitividad de los servicios que ofrecemos para alcanzar un modelo de turismo responsable bajo los principios de sostenibilidad medioambiental y económica”**.

Esta acción se enmarca en la Estrategia de turismo enogastronómico en Cataluña 2022-2027 y se ha organizado de forma cooperada con los patronatos de Turismo de las diputaciones.



Buenas prácticas en turismo enogastronómico en la Toscana y la Emilia Romagna

Hoy y el viernes, 21 de octubre, se realizarán dos sesiones en *streaming* para conocer los puntos clave del éxito de los mejores establecimientos gastronómicos, bodegas, productores y proyectos enogastronómicos de la Toscana y la Emilia Romagna, como [Finca Dievole](#), la [Antica Macelleria Falorni](#) o la [Casa Artusi](#), entre otros. Las personas que participarán virtualmente, un centenar, podrán seguir en directo las entrevistas a los representantes locales, interactuar con ellos y hacerles preguntas, además de visualizar píldoras de vídeo de las visitas que la ACT ha realizado en la zona. Gracias a este nuevo formato se ha podido multiplicar por 5 el número de personas que podrán seguir las sesiones.

La finalidad de esta acción es que las personas asistentes conozcan las mejores prácticas del sector enogastronómico de estas dos regiones consideradas referencias mundiales en cuanto a este tipo de turismo, y obtengan aprendizajes que les permitan mejorar su oferta en Cataluña.

Para el director de la Agencia, **“la Toscana ha hecho del recurso del aceite un producto turístico dinamizador del territorio; su paisaje singular ofrece bodegas con experiencias enoturísticas de alto nivel y su gastronomía es sinónimo de calidad. Aprender de aquellos que lo están haciendo bien nos debe permitir situar a Cataluña como un referente en turismo enogastronómico, ya que tiene todos los ingredientes para serlo”**.

Estrategia de turismo enogastronómico en Cataluña 2022-2027

El pasado mes de junio se presentó la Estrategia de turismo enogastronómico que debe permitir situar a Cataluña como una zona de referencia imprescindible del turismo enogastronómico de Europa en los próximos 5 años.

Por este motivo, se está trabajando para estructurar una oferta de valor atractiva, competitiva y segmentada por tipos de público, y basada en el modelo 4D (desestacionalización, diversificación, desconcentración y aumento del gasto) y 4S (segura, saludable, singular y sostenible) mediante 6 ámbitos: infraestructuras y equipamientos de la región enogastronómica, transición digital y destino inteligente, atractividad y competitividad del producto turístico, identidad y cultura enogastronómica, marketing táctico de producto y red de destinos y empresas. El despliegue de este plan prevé contar con 12 millones de euros.

*Los medios interesados en seguir las sesiones pueden enviar un correo electrónico a premsa.act@gencat.cat



Síguenos en las redes

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