

# Trobades entre 250 operadors per buscar experiències úniques a la Costa Brava



Trobades entre compradors i operadors a Peralada  
ACN / GEMMA TUBERT.

Uns 125 operadors d'arreu del món i 125 compradors es reuneixen Peralada per buscar i crear experiències "úniques" per a clients d'alt poder adquisitiu a la Costa Brava. El castell de Peralada, segons informa l'ACN, és l'escenari de les trobades –que s'allargaran fins demà– per tancar negocis i donar a conèixer els productes. Es tracta del Connections Luxury Europe i és la segona convocatòria d'aquestes característiques que es fa a Catalunya –la primera va ser a Barcelona– de la mà de l'Agència Catalana de Turisme i l'associació Connections Luxury, que agrupa operadors de luxe de tot el món. La jornada inclou speed datings i tallers. N'hi ha per aprendre a fer ceràmica, mosaics, caganers o per familiaritzar-se amb el ball de bastons.

Aprendre a pintar caganers, com es fa un ball de bastons, utilitzar el torn per fer ceràmica o a fer mosaics. Aquestes són algunes de les experiències "úniques" que els participants del Connections Luxury Europe han pogut viure en primera persona en el marc de l'esdeveniment que se celebra aquest dilluns i dimarts al castell de Peralada. És la segona vegada que es fa a Catalunya i busca consolidar la "captació" de les principals associacions de viatges destinades al turisme "premium" que des de l'Agència Catalana de Turisme van engegar l'any passat.

"Es tracta de 125 operadors d'arreu del món, però principalment d'Europa, i 125 compradors que es troben per crear experiències turístiques per als seus clients", explica el seu director, Narcís Ferrer. "El que busca el turisme Premium són experiències molt manufacturades, fetes a mida i amb un alt poder adquisitiu. Busquen coses, no tant que siguin costoses sinó que siguin úniques", remarca Ferrer.

La trobada, a més, persegueix el doble objectiu de "desestacionalitzar" i "desconcentrar" l'oferta turística per "explicar Catalunya en la seva totalitat".

Amb aquest objectiu, durant tot el dia es fan trobades en format similar al de l'speed dating per fer contactes i engegar negocis. Així ho explica Robert Szulc, que ve de Polònia, a buscar experiències per als seus clients. Diu que sovint es coneix Catalunya per Barcelona com a destinació turística però que hi ha "molt més" i que cal donar-ho a conèixer.

A l'altra banda, hi ha en Sebastià Morató, que és el director d'una agència de lloguer cases i apartaments a Tamariu. "Nosaltres venim a buscar contactes nous d'agències internacionals que ens ajudin a expandir la nostra agència. Aquest tipus d'esdeveniments ens ajuden molt, especialment a empreses petites com nosaltres que no tenim grans infraestructures", explica Morató. Entre la seva cartera de serveis hi ha tots els serveus d'un hotel en una casa: des de tastos de vi, a tranfers a l'aeroport o cuiners a casa. "Qualsevol necessitat que pugui tenir el client, nosaltres li podem oferir en unes cases espectaculars enmig de la Costa Brava", afegeix.

Amb la sequera de teló de fons

Però i com casar el turisme de luxe en un episodi d'extrema sequera com l'actual? El director de l'Agència Catalana de Turisme diu que es treballa amb l'objectiu en la "conscienciació". "És un turisme no massificat, que té una estima pel territori", afegeix Ferrer. Per això, diu, "el primer que aspirem és a explicar-los la realitat que tenim perquè quan ens visitin siguin el màxim de respectuosos".

Morató, per la seva banda, admet que la sequera els pot dificultar la temporada turística però que s'estan "fent passos endavant" per estalviar l'aigua. "S'ha de capejar el temporal com puguem, a veure com passem la temporada", explica. En aquest sentit, diu que en general els turistes estan conscienciats.

Publicat a:

Font del document:

<http://www.elpuntavui.cat/economia/article/18-economia/2409541-trobades-entre-250-operadors-per-buscar-experiencies-unesiques-a-la-costa-brava.html>