Una vuitantena d'empreses gironines, amb el nou pla de màrqueting turístic

El director de l'Agència Catalana de Turisme, David Font, va presentar ahir a Girona les línies estratègiques
Desestacionalitzar el turisme, un dels reptes

Una vuitantena de professionals d'empreses i entitats del sector turístic del Gironès, la Selva, l'Alt Empordà, el Baix Empordà i el Pla de l'Estany, de la marca turística Costa Brava, van assistir ahir a l'acte de presentació del pla de màrqueting turístic de Catalunya 2018-2022 que es va fer a la Casa de Cultura. Els assistents van poder conèixer els principals reptes que planteja el pla, explicats pel director de l'Agència Catalana de Turisme (ACT), David Font. "Aquest pla planteja sumar esforços del sector públic i privat i va molt enfocat no només a captar turisme dels mercats internacionals sinó també a fidelitzar-los", va explicar ahir Font.

El nou pla inclou una vintena d'iniciatives, entre les quals Font va destacar els nous productes anomenats 4D, encaminats a la desconcentració, desestacionalització, diversificació i increment de la despesa; el desenvolupament d'una estratègia de màrqueting digital, treballant intensament amb el web i les xarxes socials, i també l'aprofitament al màxim els centres de promoció turística de Catalunya. El pla també inclou la creació de la marca Gran Tour de Catalunya, un projecte que involucrarà també les comarques gironines, i que es concretarà en diverses rutes de descoberta del territori en 5-10 dies amb serveis d'alta qualitat i una atenció personalitzada. Aquest projecte, però, encara està en fase embrionària.

Entre els objectius a assolir per al 2022, destaquen incrementar un 9% els viatges dels turistes durant els mesos de març, març, abril i octubre, i un 11% el nombre de viatgers que s'allotgen en establiment turístics fora de la costa. També es vol consolidar la destinació turística de Catalunya com una de les tres primeres de la Mediterrània.

El vicepresident primer executiu del Patronat de Turisme Costa Brava, Jaume Dulsat, va indicar que el paper d'aquesta entitat respecte del nou pla estratègic "no pot ser altre que molt actiu". "Cal veure com inserim els interessos dels grans ens locals de promoció turística. I estem buscant l'encaix de les 870 empreses que formen part dels clubs de producte. Hem de passar de la competició a la cooperació", va exposar Dulsat.

Publicat a:
-El Punt Avui. Girona 14-02-2019, Pàgina 27

Font del document:
http://www.elpuntavui.cat/economia/article/18-economia/1553747-una-vuitantena-d-empreses-gironines-amb-el-nou-pla-de-marqueting-turistic.html