

# Pirineos frente a costa

La Generalitat apuesta por el turismo de calidad de las comarcas de la montaña

ORIOI TORRELLAS | RIPOLL

**E**l turismo va a crecer sobre un 5 por ciento en Cataluña durante el año 2000, según los datos de que dispone la Generalitat de Catalunya, pero esta cifra podría incrementarse hasta un 30 por ciento en las zonas de montaña. Conscientes de este potencial turístico de las comarcas del interior, Turespaña y las comunidades autónomas de Navarra, Aragón y Cataluña han lanzado una gran campaña de promoción en Europa de una nueva marca que ha sido bautizada con el nombre de Pirineos.

Ayer, las líneas básicas de este nuevo proyecto turístico fueron presentadas al sector empresarial de la Garrotxa y el Ripollès y el

---

La promoción de la campaña Pirineos costará 140 millones, de los cuales Turespaña asumirá el 50%; la Generalitat, un 19% y el resto, entre Navarra y Aragón

viernes se presentará en la Cerdanya, para que sean los propios profesionales los que se impliquen en su promoción y ayuden a mejorarlo. De esta primera toma de contacto entre los promotores del proyecto y el sector turístico ya se sacó una primera conclusión: que en el caso de Cataluña habrá que traducir el nombre de la marca al catalán.

Pirineos nace con el objetivo de hacerse un hueco en el mercado europeo dentro de los destinos de montaña de primer orden y quiere incluso competir directamente con los Alpes. Pero, ¿cómo competir con montañas de hasta 4.000 metros de altitud y de mucha mayor extensión que los Pirineos? La respuesta hay que buscarla, sin duda, en el logotipo que completa la marca: "The sunny side" (La cara soleada). Y es que el sol, las costumbres mediterráneas de los habitantes de los Pirineos españoles, así como la escasa explotación turística de sus parajes —a diferencia de la masificación que sufren los Alpes— van a utilizarse como principales reclamos en los mercados extranjeros. El director general de Turisme de la Generalitat, Xavier Civit, aseguró ayer en Ripoll

## ■ EL DATO

### El precedente de la "España verde"

La promoción de la marca Pirineos consiste en venderla en ferias y mercados, así como entre los principales turoperadores y las revistas especializadas. Para la presente campaña, los cuatro mercados elegidos son Francia, Bélgica, Holanda y Alemania. Pirineos no es una idea sin precedentes, sino que se ha lanzado después de constatar el éxito de la "España verde", un proyecto de parecidas características promovido por las comunidades de Galicia, Cantabria,

Euskadi y Asturias. Junto al proyecto Pirineos, el sector turístico del Ripollès dio a conocer ayer su propia guía de servicios de la comarca. El folleto informativo —que ofrece explicaciones en cuatro idiomas— divide la oferta en cinco grandes áreas: paisaje, ocio y deporte, cultura y patrimonio, gastronomía y fiestas tradicionales. Para cada una de estas ofertas se ha presentado un eslogan distinto acompañado de direcciones de hoteles y otros servicios turísticos

que a pesar de que "la costa todavía tiene potencial de crecimiento, en las zonas de montaña éste es mucho mayor, porque se parte de más abajo". La Generalitat ve en los Pirineos no sólo la posibilidad de atraer a los visitantes que ya están hartos de la playa, pero buscan sol, sino también una fórmula para desestacionalizar la temporada y diversificar la oferta. Para que este objetivo se convierta en realidad, Turisme de Catalunya aportará un 19 por ciento del presupuesto del proyecto Pirineos correspondiente al año 2000, de un montante superior a los 140 millones de pesetas. De esta cantidad, Turespaña costeará el 50 por ciento; un 19 por ciento, el citado Turisme de Catalunya, otro 19 por ciento Aragón y el 12 por ciento restante la comunidad de Navarra. ●