

# avui és notícia

DIFFUSIÓ

## Turisme inicia una campanya interna per conscienciar i formar la població

*La iniciativa, anomenada 'Andorra, conèixer-la per estimar-la', s'allargarà fins al 26 de març*

MARIÀ MIÑO / AGÈNCIES  
ANDORRA LA VELLA

El Govern estrena avui la campanya interna *Andorra, conèixer-la per estimar-la*, amb l'objectiu de conscienciar i formar la població sobre la importància del turisme. A més de reclamar una millora en el tracte personal amb els visitants, la iniciativa inclou una sèrie d'actuacions perquè la ciutadania i els agents turístics coneguin les diferents realitats del país. La difusió de la campanya, que s'allargarà fins al 26 de març, es farà a través d'un espot que s'emetrà per la televisió i a les sales de cinema, falques de ràdio, anuncis de premsa en els diaris nacionals i una pàgina web amb l'adreça [www.andorraenamora.com](http://www.andorraenamora.com).

El ministre de Turisme, Comerç i Indústria, Claudi Benet, va constatar ahir, durant l'acte de presentació, que en els últims anys s'ha fet "molta promoció exterior, però de cara endins potser no som prou conscients de la importància del turisme i potser no hi hem treballat com ho hauríem hagut de fer". En aquest sentit, el ministre va recordar que l'última iniciativa d'aquest tipus es va fer l'any 2005. Així mateix, va destacar que es tracta de la primera campanya interna que engloba accions de sensibilització i de coneixement.

Benet va explicar que, d'una banda, s'ha de "marcar la diferència" mitjançant "el respecte, l'amabilitat i la cortesia", i va argumentar que "la promoció turística depèn de tots nosal-



Sergi Nadal, Claudi Benet i Pere Moles presenten la campanya de conscienciació interna sobre la importància del turisme.

### Ski Andorra calcula que les estacions d'esquí generen un impacte directe de 340 milions d'euros a tot el país

Ski Andorra va presentar ahir, a la Taula de Turisme i Comerç, un estudi comparatiu que conclou que les estacions andorranes generen un impacte directe de 340 milions d'euros i donen treball a prop de 2.000 persones. L'estudi indica que el 46% de la despesa que fa un esquiador durant la seva estada al país es destina a allotjament i restauració, mentre que es gasta un 17% en compres i un 16% en transport. Així, queda un 6% de la despesa que es destina a altres sectors, i només un 15% és el que es gasta l'esquiador en el forfet.

El document també determina que s'ofereix preus competitiu en relació amb els quilòmetres esquiables de què es disposa, i conclou que a Andorra hi ha la concentració més elevada de remuntadors mecànics per metre quadrat del món, que suposa que entre Grandvalira i Vallnord poden transportar fins a 156.390 esquiadors per hora.

Durant la Taula de Turisme i Comerç, el ministre Claudi Benet també va fer un balanç positiu de la participació a Fitur, mentre que els agents van reiterar el neguit per tenir l'observatori turístic.

tres, no només de les institucions". D'altra banda, el ministre va insistir en la necessitat de conèixer el país, en considerar que

"sovint no el coneixem prou, i per saber explicar el nostre país abans l'hem de conèixer". El titular de Turisme va concloure

que "hem de trametre el potencial que té Andorra, i no sempre ho sabem fer".

Per aconseguir aquesta fita,

el Govern ha previst algunes accions a les escoles, en què es difondrà la campanya entre tots els alumnes dels tres sistemes educatius d'entre 14 i 16 anys i es demanarà la participació activa a través de concursos de fotografia i de vídeo.

Així mateix, el director del departament de Turisme, Sergi Nadal, va explicar que "els recepcionistes dels allotjaments turístics tindran el bus turístic gratuït perquè puguin conèixer la ruta i explicar-la millor" i va afegir que posteriorment es pot fer formacions a altres agents turístics. Finalment, el departament també preveu fer altres accions al carrer per dinamitzar l'activitat comercial. En aquest sentit, Nadal va posar en relleu que el Govern compta "amb el suport dels comuns i de les associacions per tenir la màxima repercussió".

#### DETALLS DE LA INICIATIVA

De la seva banda, el dissenyador de la campanya, Pere Moles, va explicar que la iniciativa consta de tres fases, basades en les persones, els paisatges i llocs emblemàtics i els detalls de la cultura andorrana. Així, els diferents espots parteixen de situacions quotidianes de relació entre la població i els visitants, com ara el tracte entre una cambrera, una monitora d'esquí o un ciutadà amb un turista. La campanya ha costat 80.000 euros, 44.000 dels quals s'han dedicat a la difusió a través dels mitjans de comunicació. ■