

Presentació del pla de màrqueting i competitivitat turística de Sant Sadurní

04-09-2013



El Patronat de Turisme va presentar aquest dimarts el pla de màrqueting i competitivitat turística de Sant Sadurní, un treball que ha comptat amb el suport de la Diputació de Barcelona i executat per l'empresa de consultoria turística **Ros Development & Planning**.

L'acte es va celebrar al **celler de la Fassina de Can Guineu** i va comptar amb la participació de l'alcalde de Sant Sadurní i presidenta del Patronat de Turisme, **Susanna Mérida**, el regidor de Comerç i Turisme, **Jep Bargalló**, així com **Ramon Riera**, diputat delegat de Turisme de la Diputació de Barcelona i alcalde de Torrelavit; i **Josep Ros**, director general de Ros D&P. Una quarantena de representants institucionals a nivell comarcal i regional i del sector empresarial i comercial de la vila van assistir a la presentació.

El document elaborat és un extens informe que inclou una diagnosi de la realitat de Sant Sadurní i aporta les estratègies i pla d'acció a curt i mig termini perquè Sant Sadurní pugui convertir-se en una destinació turística.

Jep Bargalló va estendre la mà a tots els agents locals i comarcals per "*participar i treballar en xarxa, per tal de consensuar el full de ruta perquè Sant Sadurní sigui una destinació turística madura*". En aquest sentit també es va pronunciar **Ramon Riera**. "*Amb la crisi el turisme ha estat un dels sectors beneficiats. És important tenir una guia per saber a on volem anar i amb quins objectius. Hi ha un gran potencial, cada any visiten les dues grans caves de Sant Sadurní 180.000 persones, però que difícilment entren a la vila*", va recordar. "*Cal fer esforços plegats per aconseguir un enoturisme de qualitat*".



Model de vila

Josep Ros va realitzar una extensa exposició acompanyada d'una projecció per repassar algunes de les línies principals que traça el pla de màrqueting i competitivitat turística. El director general de l'empresa encarregada de l'elaboració de l'informe va insistir en la necessitat d'acostar al visitant al nucli de Sant Sadurní i donar a la vila un caràcter i una identitat que s'associïn plenament al cava.

"Ningú li pot discutir a Sant Sadurní la capitalitat del cava. Es troba a menys d'una hora de Barcelona i d'altres importants focus turístics com Sitges o la Costa Daurada, són grans potencialitats que hem de saber aprofitar", va insistir. *"La vila s'ha de convertir en un aparador del producte cava, ha de ser un poble amb encant, que ofereixi al visitant una experiència"*. En aquest sentit, Rosa va subratllar la necessitat d'aprofitar recursos com el paisatge i l'entorn, dinamitzar el centre urbà i adaptar l'oferta comercial, de restauració i de serveis. *"Per atraure el públic i que es quedi, Sant Sadurní ha de ser un poble bonic i agradable per passejar"*, va sentenciar. Ros va alertar de la pèrdua de competitivitat del sector comercial, amb una oferta molt orientada al mercat local i el dèficit d'allotjaments. També va plantejar la necessitat de dissenyar un calendari de festes i esdeveniments per trencar amb l'estacionalitat de les visites i una major participació del sector privat.

A la part final es va obrir un curt torn de paraula en què alguns dels assistents van poder aportar algunes idees per rellançar i dinamitzar el municipi.



Susanna Mérida va ser l'encarregada de tancar l'acte abordant algunes reflexions. L'alcaldesa va defensar l'aposta de l'actual equip de govern per potenciar la dinamització econòmica i el foment de l'ocupació del municipi i va repassar algunes de les iniciatives realitzades en aquets mandat com el Centre de Serveis a les Empreses. Mérida va plantejar als assistents si es creu en les possibilitats d'un nou model econòmic per fer de Sant Sadurní una destinació turística, si el sector privat participarà i es responsabilitzarà en aquesta transformació, de la mà de l'administració pública i les institucions i, en darrer terme, si es vol preservar el dinamisme i la prosperitat que des de fa molts anys ha caracteritzat el municipi.

Primeres accions

L'elaboració del pla de màrqueting i competitivitat turística ja ha activat algunes primeres actuacions, com la creació d'un pla integral de senyalització o una nova imatge corporativa de Sant Sadurní.