



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

PRINCIPALS ACTUACIONS 2004-2005



Generalitat de Catalunya
**Departament de Comerç,
Turisme i Consum**



Presentació

Em plau de presentar-vos el balanç resultant de dos anys d'actuacions del Departament de Comerç, Turisme i Consum, una feina que amb compromesa dedicació va començar el Conseller Pere Esteve i que, a partir d'octubre de 2004, vaig assumir jo.

L'equador de la legislatura és un bon moment per presentar la feina feta. Més enllà dels debats mediàtics que s'han establert a l'entorn del projecte d'un nou Estatut d'Autonomia per a Catalunya hi ha un programa de govern, amb grans i petites mesures i que s'ha anat aplicant, dia a dia, en les àrees on el Departament és competent.

Moltes d'aquestes actuacions despleguen, d'una manera clara, les pautes estratègiques contingudes en l'Acord del Tinell en els àmbits d'actuació del Departament. D'altres van més enllà i responen als criteris establerts per l'equip directiu del Departament i que giren a l'entorn de l'economia de la creativitat i la identitat com a conceptes programàtics per establir un marc competitiu on els diferents sectors econòmics catalans actuïn amb eficiència, capacitat de resposta front els competidors exteriors i flexibilitat en un món cada vegada més canviant.

En aquest sentit, s'està reforçant la trama de comerç urbà que vertebra i dona personalitat a les nostres ciutats i al nostre país. Es fomenta una oferta turística de qualitat, respectuosa i arrelada a l'entorn ambiental i cultural. S'impulsa que les empreses catalanes afrontin el repte de la internacionalització sortint amb empena a l'exterior. S'estan dissenyant mecanismes per a que la moda catalana sigui als aparadors reconeguts internacionalment. S'ha endegat una política activa en la defensa dels drets del consumidor que alhora persegueix una oferta comercial de qualitat i un consum responsable i de proximitat. S'està dotant el sector artesà d'un marc legal propi que l'enforteixi i l'ajudi a crear un mercat on hi tinguin cabuda els productes catalans artesans de qualitat. En definitiva un conjunt d'actuacions destinades a enfortir una gran part del teixit econòmic del país, a fer-lo més competitiu i a garantir que les lleis de la competència no vagin en contra de la ciutadania ni de l'empresa.

M'agradaria constatar per últim dues qüestions: la primera és que darrera la feina feta hi ha l'esforç de tots els treballadors i treballadores del Departament a qui vull expressar, de manera ben sincera, el meu agraïment. La segona és un reconeixement pel desaparegut Conseller Pere Esteve, qui va endegar algunes d'aquestes línies d'actuació i que va dedicar els seus esforços a treballar per Catalunya des de l'àmbit del Departament de Comerç, Turisme i Consum. Per ell, un record ben viu i ben sentit.



Josep Huguet i Biosca
Conseller de Comerç,
Turisme i Consum



Sumari

COMERÇ	4-9
➤ Llei d'equipaments comercials	
➤ Programes d'orientació dels equipaments comercials (POEC)	
➤ Horaris comercials	
➤ Potenciar el model de comerç català	
➤ Fundació Privada Escola Superior de Comerç i Distribució	
FIRES	10-11
➤ Modernització i dinamització de les fires	
MODA	12
➤ Suport al nou model de moda	
ARTESANIA	13-14
➤ Nou impuls a l'activitat artesana	
INTERNACIONALITZACIÓ	15-28
➤ Pla per a la internacionalització de l'empresa catalana 2005-2008	
➤ Diagnosi empresarial	
➤ Assessorament internacional	
➤ Polítiques sectorials	
➤ Polítiques de mercats exteriors	
➤ Cooperació internacional	
➤ Potenciació de la xarxa exterior	
➤ Xarxa d'Agències a la Internacionalització	
➤ Observatori de Mercats Exteriors	
➤ Anella Internacional	
➤ Formació i ajuts a la internacionalització	
➤ Ajuts a la internacionalització	
➤ Promoció i sensibilització	
TURISME	29-38
➤ Presentació: model turístic de Catalunya	
➤ Foment de la qualitat	
➤ Pla Estratègic de Turisme de Catalunya	
➤ Plans de dinamització i excel·lència turística	
➤ Observatori de Turisme de Catalunya	
➤ Marca Catalunya	
CONSUM	39-47
➤ Presentació	
➤ Agència Catalana de Consum (ACC)	
➤ Informació i formació al consumidor	
➤ Mediació i arbitratge	
➤ Control i inspecció del mercat	
➤ Foment en defensa del consumidor	
➤ Altres actuacions a destacar	
ACORD DEL TINELL EN ELS ÀMBITS D'ACTUACIÓ DEL DEPARTAMENT	48-50



COMERÇ

Llei d'equipaments comercials

La Llei 18/2005, de 27 de desembre, d'equipaments comercials, vol fomentar un sistema de distribució eficient que asseguri l'aprovisionament dels consumidors amb el millor nivell de serveis possible i el mínim cost de distribució. També pretén la modernització del model de comerç urbà, com a eix de l'equilibri territorial de Catalunya en l'àmbit comercial, així com la introducció de noves mesures per evitar concentracions empresarials susceptibles de distorsionar la lliure i lleial competència entre les petites, les mitjanes i les grans empreses.

- Acord de Govern de 28 de desembre de 2004, pel qual se suspèn l'atorgament de les llicències comercials durant un any mentre s'està preparant una nova Llei d'equipaments comercials.
- ➤ Aprovació pel Parlament el 27 de desembre de 2005 de la Llei d'equipaments comercials i publicació al DOGC el 3 de gener de 2006.

Programes d'orientació dels equipaments comercials (POEC)

Els programes d'orientació per als equipaments comercials (POEC) són uns instruments idonis perquè els ajuntaments contribueixin a adaptar l'equipament comercial de les poblacions respectives a les necessitats dels consumidors.



- Decret 287/2004, d'11 de maig, pel qual es suspèn temporalment la tramitació i l'aprovació de determinats programes d'orientació comercial.
- Aprovació amb condicions del Pla d'Orientació d'Equipaments Comercials de Badalona amb un creixement de superfície comercial màxim de 25.000m², dels quals 7.500m² s'assignen al projecte "Badalona, ciutat europea del bàsquet". En conseqüència, es limita 17.500m² a la superfície del gran magatzem a l'antiga fàbrica "Can Llamas". Aquesta limitació és per a tot el període de vigència del POEC (mínim de 4 anys, amb possibilitat de pròrroga)(Octubre de 2004).
- Decret 475/2004, de 28 de desembre, pel qual es prorroga la suspensió temporal de la tramitació i l'aprovació de determinats programes d'orientació comercial.

Horaris comercials

Per mantenir una política activa de preservació de les competències del Govern de la Generalitat en matèria de comerç interior es dóna cobertura al desplegament de la Llei d'horaris comercials per recuperar el marc horari d'obertures de 72 hores setmanals i 8 festius anuals.

- Aprovació de la Llei 8/2004, de 23 de desembre, d'horaris comercials.
 - Resolució del conflicte competencial mitjançant l'acord amb el Govern de l'Estat sobre la regulació dels horaris comercials (Març de 2005).
- Aprovació del calendari d'obertura dels establiments comercials en diumenge i dies festius per a l'any 2005 i 2006.
 - Inici de les inspeccions dels horaris comercials amb "caràcter informatiu", realitzades als comerços de 48 municipis, principalment autoserveis d'alimentació, basars, carnisseries i fruiteries (13 de febrer de 2005).



- Realització de sessions informatives a les comarques per tal d'implicar al sector i a l'administració local en el compliment de les lleis d'horaris comercials i de política lingüística (2005).

Potenciar el model de comerç català

Cal potenciar el model de comerç català, basat en PIMES autòctones, establertes en trama urbana, amb elevada densitat d'establiments i pluralitat de formats comercials i garantir la suficiència d'obertura i la satisfacció de les necessitats dels consumidors.

- ➤ El Departament ha destinat 1'2M€ per a l'aprovació de la signatura del conveni de col·laboració amb l'Administració de l'Estat del 'Pla Marc de Modernització del Comerç Interior' que inclou els següents programes: 'Foment del Comerç Urbà', 'Millora del comerç Rural', 'Foment de la Cooperació Empresarial' i 'la Qualitat dels establiments comercials'. El 40% de la inversió és finançat per l'Estat (Desembre de 2005).
- ➤ Convocatòria dels premis de la Generalitat de Catalunya a la iniciativa comercial i als establiments comercials centenaris 2004 i 2005. Aquests premis han estat atorgats a 14 empreses i entitats del sector del comerç que han destacat per la seva innovació i qualitat del servei al consumidor. També s'ha reconegut la trajectòria de 139 establiments centenaris pels més de 100 anys d'activitat ininterrompuda en el comerç, durant aquest període.
- ➤ Presentació a la Cambra de Barcelona del "Decàleg d'un model de comerç competitiu" en què s'expliquen les principals característiques del model català de comerç català (28 de novembre de 2005).
- ➤ 19.000 comerços de Catalunya adherits als programes de dinamització comercial del Departament de Comerç, Turisme i Consum participen en campanyes comercials de Nadal invertint 2M€ en activitats de promoció i culturals amb l'objectiu d'animar les compres en els comerços de proximitat i incrementar els

serveis al consumidor en aquest període comercial (Novembre de 2005).

- Presentació de la campanya de comunicació 'Comerç al teu ritme' de suport al comerç i que té per objectiu potenciar el model català de comerç urbà d'entre els més de 110.000 comerços donant a conèixer als ciutadans l'esforç en modernització, l'adaptació de l'oferta comercial als nous hàbits de consum i l'increment del valor afegit al servei dels clients. El cost de la campanya ha estat de 850.000€ (12 de setembre de 2005).
- Destinació d'11.301€ per a la remodelació i millora dels mercats de Balàfia i Fleming de Lleida; 15.346€ per a l'arranjament de l'Eix comercial de Sort i 11.546€ per a la remodelació de la plaça dels Àlbers, a Tàrrrega (Agost de 2005).
- Atorgament de 216.454€ per a les associacions de comerciants de les comarques de Lleida com són: Associació de Comerciants de les Borges Blanques, 18.000€; Associació de Comerciants 'Endavant' de Cervera, 19.000€; Federació de Comerciants de l'Eix Comercial de Lleida, 35.000€; Associació de Comerciants de Mollerussa, 23.500€; Associació de Comerciants i Industrials de La Pobla de Segur, 10.750€; Consorci de Promoció Comercial i Turística de la Pont de Suert, 18.714€; Unió de Botiguers de la Seu d'Urgell, 25.000€; Associació de Comerciants de Solsona, 21.490€; Foment Targarí de Tàrrrega, 26.000€ i Comerç Associat de Tremp-Cat, 19.000€ (Agost de 2005).
- S'ha destinat 471.000€ a la remodelació de l'Eix comercial de Lleida, i a la millora de les vies peatonals (Juliol de 2005).
- Signatura d'un conveni amb el Consell de Cambres per al reforçament de la competitivitat i expansió de les petites i mitjanes empreses comercials, amb un import de 800.000€ (2004) i 890.000€ (2005).
- Signatura d'un conveni per a la creació d'un programa d'assistència i suport tècnic adreçat als gremis i associacions de comerciants. S'han destinat un total de 89.780€. Aquest pla s'emmarca en el pla d'actuacions de promoció i foment de la petita i empresa comercial impulsat pel Departament a través del Pla de Dinamització del Comerç Urbà (22 de juny de 2005).



- Aportació del COPCA de 92.500€ al nou portal web 'Eixos comercials de Barcelona, la millor botiga @ de la Fundació Barcelona que agrupa l'oferta de més de 6.000 comerços de la ciutat. El cost total ha estat de 370.000€ (25 d'abril de 2005).
- Signatura d'un conveni amb l'Ajuntament d'Igualada per dinamitzar el sector tèxtil a la comarca i el potencial d'atracció del comerç urbà amb una destinació total de 18.000€ (20 d'abril de 2005)
- Realització d'un estudi per impulsar un pla de dinamització comercial conjunt entre 12 municipis de la Selva (5 d'abril de 2005).
- Destinació de 14M€ el 2004 i 17'8M€ el 2005 per impulsar la competitivitat de les petites i mitjanes empreses comercials.
 - Realització de les 'Quartes Jornades Europees del comerç urbà' (2 i 3 de juliol de 2004).
- Destinació de 800.000€ a impulsar el model comercial de Catalunya (10 de maig de 2004).
- Convocatòria per a la concessió d'ajuts per a la renovació de l'activitat comercial i el foment de la cooperació empresarial en els comerços de Catalunya 2004 i 2005, gestionats mitjançant l'Agència per a la Promoció del Comerç, amb un import màxim de 15,5M€, respectivament.
- En relació a la directiva Bolkestein, s'han dut a terme accions amb la comissió Europea i el Parlament Europeu per tal de fer arribar esmenes a la directiva. Aquestes esmenes, fruit de la col·laboració de la conselleria amb el sector comercial català, han millorat el possible impacte de la directiva sobre el comerç i permeten la utilització del test econòmic quan la regulació sigui amb finalitats socials i urbanístiques.



Fundació privada Escola Superior de Comerç i Distribució

L'Escola Superior de Comerç i Distribució té per objecte la formació d'empresaris comercials i d'aquelles persones que desitgin iniciar-se en aquesta activitat, així com del personal i treballadors vinculats amb l'activitat comercial en el seu sentit més ampli de distribució i vendes.

- Acord de Govern de 30 de novembre de 2004, pel qual s'autoritza una aportació de capital de 36.000€ a la Fundació privada Escola Superior de Comerç i Distribució (ESCODI).

L'any 2000, el Govern de la Generalitat va acordar participar en la constitució de la Fundació Privada Escola Superior de Comerç i Distribució (FUNDACIÓ PRIVADA ESCODI). Aquesta Fundació dota de personalitat jurídica l'Escola Superior de Comerç i Distribució, amb seu a la ciutat de Terrassa, creada per conveni signat entre el Departament d'Indústria, Comerç i Turisme, l'Ajuntament de Terrassa i la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Terrassa el setembre de 1999.

Aquesta Escola té per objecte la formació d'empresaris comercials i d'aquelles persones que desitgin iniciar-se en aquesta activitat, així com del personal i treballadors vinculats amb l'activitat comercial en el seu sentit més ampli de distribució i vendes.



FIRES

Un dels objectius és la modernització i dinamització de les fires de Catalunya, mitjançant l'augment tant de la seva projecció interior com exterior i la millora de les seves infraestructures.

- Celebració del Congrés de Fires de Catalunya al municipi de Tremp (Pallars Jussà) i a Calella (Maresme) amb l'objectiu de conèixer la problemàtica dels operadors firals i contrastar les opinions que es plantegin per arribar a actuacions que impulsin l'activitat firal a Catalunya (Desembre 2004 i 2005). L'any 2006 s'ha previst el desenvolupament de 411 fires: 36 d'àmbit internacional i estatal i 375 comarcals i locals.
- Signatura d'un acord de col·laboració amb el Saló Internacional de la Logística (SIL) per a la seva promoció a l'exterior, a través de la xarxa de Centres de Promoció de Negocis del Consorci de Promoció Comercial de Catalunya (Novembre de 2005).
- Presentació dels Premis a la Innovació del sector firal català, que seran atorgats per primera vegada l'any 2005. Aquests premis tenen com a objectiu el reconeixement públic de les entitats firals excel·lents de Catalunya, divulgar la qualitat i la innovació, i ser font d'informació i guia per establir sistemes de gestió competitiu (28 d'octubre de 2005).
- Convocatòria dels premis a la innovació de les fires de Catalunya per a l'any 2005 (5 de juliol de 2005)
- Aportació de 396.500€ (l'any 2005) i de 132.000€ (l'any 2004) a la Fundació Fira de Girona.
- Desembre de 2004. Conveni amb Televisió de Catalunya que preveu la difusió setmanal de l'**Agenda de Fires** amb l'objectiu de promocionar les més de 400 fires tradicionals i d'artesanía que se celebren anualment a Catalunya. S'han destinat a aquesta actuació de promoció comercial un total de 180.000€, amb l'objectiu



principal de reforçar la projecció de l'activitat firal a Catalunya com a dinamitzador del comerç i la cultura del les comarques catalanes.



MODA

Suport al nou model de moda

El principal objectiu del Departament és donar un impuls tant a la creació i innovació que es fa a Catalunya, implicant també a la indústria, com a la projecció dels dissenyadors catalans més consolidats des del punt de vista de mercat internacional.

- Inauguració de la nova edició de la “Barcelona Fashion Week”. Aportació de 7,4M€ per al 2005 (31 de gener de 2005).
- Realització d'un informe elaborat per Comerç on es constata una manca d'efectivitat de les passarel·les i els salons en la promoció del sector tèxtil, i l'escassa repercussió mediàtica en els mercats internacionals. Arrel d'aquest informe Barcelona Fashion Week es transforma apostant pels dissenyadors emergents i per la projecció internacional de les empreses consolidades del sector (28 d'octubre de 2005).
- Acord de Govern de 26 de juliol de 2005, pel qual s'atorga una subvenció de 2,5 M€ a l'Associació Moda Barcelona per tal de finançar les accions de promoció de Gaudí Home, Gaudí Dona, Espai Gaudí Intibany, Espai Gaudí Dissenyadors i la Passarel·la Gaudí.



ARTESANIA

L'objectiu és impulsar la millora de les condicions de desenvolupament de l'activitat artesana, en aspectes com l'anàlisi de nous canals de comercialització per als productes autòctons, inclosa l'artesania i l'elaboració una llei de reconeixement de les especificitats de la producció artesana.

- Presentació del projecte "Oficios por Encargo" - desenvolupat per la Comissió de Comercialització de l'Observatori de la Artesania -, als representants d'Associacions i Gremis artesans catalans, per mostrar als assistents l'estructura organitzativa d'aquest projecte, que parteix de la venda d'artesania per encàrrec mitjançant la creació d'una Plataforma que utilitza Internet per al seu funcionament (2005).
- S'han desenvolupat dos models de col·laboració amb Turisme de Catalunya i el DARP per a la potenciació de la promoció, difusió i dignificació de la imatge i presència de l'artesania alimentària i artística (2005).
- Nova seu d'Artesania Catalunya (12 de desembre de 2005).
- Presentació de la nova seu i la nova imatge d'Artesania Catalunya (21 de setembre de 2005).
- Creació de la marca catalana d'artesania, que identifiqui i distingeixi als productes artesans de Catalunya que transmetin els valors i la identitat de Catalunya a través d'elements com la història, la tradició, la cultura, el paisatge i la cultura popular pròpies (21 de setembre de 2005).
- ➤ La nova Llei d'Artesania, que ja està en fase d'elaboració, crearà el marc adequat que permeti instrumentar mesures per tal de fomentar i promocionar l'ofici artesà, vetllar per mantenir el prestigi i la qualitat del producte artesanal, sostenir la seva producció i fomentar el desenvolupament d'aquest sector en expansió. (21 de setembre de 2005).



- Decret 380/2004, de 7 de setembre, de quarta modificació del Decret 252/2000, de 24 de juliol, sobre l'activitat artesanal a Catalunya, pel qual amplia el nombre de representants dels sectors artesanals a la Comissió d'Artesania de Catalunya, i també adapta aquesta composició a la reestructuració dels diversos departaments de l'Administració de la Generalitat.



INTERNACIONALITZACIÓ

Pla per a la internacionalització de l'empresa catalana 2005-2008

El Pla per a la internacionalització de l'empresa catalana 2005-2008 és un conjunt d'eixos estratègics, línies d'actuació i iniciatives a desenvolupar per a avançar en la internacionalització de l'economia catalana, fent-la convergir amb els nivells dels països més avançats del nostre entorn econòmic.

- Aprovació del Pla per a la internacionalització de l'empresa catalana 2005-2008, fruit de l'Acord estratègic per a la internacionalització, la qualitat de l'ocupació i la competitivitat de l'economia catalana assolit pel Govern conjuntament amb els agents econòmics i socials de Catalunya. Pressupost del COPCA: 28,26 M€.

Eix 1. Posicionar Catalunya en el seu entorn econòmic com una de les millors pràctiques en comerç exterior.

Eix 2. Impulsar una nova generació d'empreses catalanes de caràcter multinacional.

Eix 3. Desenvolupar polítiques proactives en sectors amb potencial de creixement, especialment en l'àmbit dels serveis.

Eix 4. Fomentar la internacionalització de sectors amenaçats per la competència internacional

Eix 5. Consolidar el COPCA com l'instrument cohesionador dels agents de la internacionalització de Catalunya, amb un model inserit en la societat del coneixement.



Diagnosi empresarial

Eines per a conèixer el perfil, les capacitats i els projectes d'internacionalització de les empreses.

- **El Programa Alpha** té com a objectiu l'assessorament i orientació en l'enfocament del procés d'internacionalització especialment de les petites empreses, en base a la realització d'una diagnosi de competitivitat internacional que permetrà conèixer el grau de preparació de l'empresa, identificar les àrees de millora, i transferir pautes per tal d'abordar el repte de la internacionalització.

L'any 2005 s'ha dissenyat el programa i s'ha realitzat una prova pilot amb empreses i consultors.
- **L'EIC i la finestreta única d'informació** és un centre d'informació empresarial europeu per a les pimes que dona informació, assessoria i assistència sobre la legislació, els programes i les oportunitats que ofereix la Unió Europea.
- El 9 de maig de 2005 incorporació del COPCA a la xarxa europea d'Euro Info Centres promoguda per la Direcció General d'Empresa de la Comissió Europea.
- En el 1r informe d'avaluació realitzat per la Comissió Europea, s'ha obtingut la millor valoració possible, atorgant-ne la categoria "blue zone".

Assessorament internacional

Polítiques d'iniciació a l'exportació

- 225 empreses han participat en el **Programa de Nous Exportadors (NEX)** que acompanya les petites empreses que volen iniciar la seva presència a l'exterior. La metodologia del Programa NEX del COPCA s'ha aplicat a diversos països de l'Amèrica Llatina amb el finançament del BID: Programa de



diversificació de mercats d'exportació per a petites empreses, Argentina 2004.

- El **Programa de la microempresa** ha facilitat l'accés de 113 microempreses catalanes a les primeres fases del procés exportador. Durant 2 anys consecutius, en el marc de la Setmana de la Internacionalització de Catalunya, el COPCA ha lliurat 175 diplomes a "Nous Emprenedors Internacionals", distingint a empreses catalanes que han iniciat el procés d'internacionalització.

Reflexió estratègica

Amb l'objectiu de fomentar una segona generació de multinacionals que reforcin la presència exterior de Catalunya, s'han creat noves eines que impulsen el creixement de l'empresa amb processos d'internacionalització avançada ajudant-la a consolidar la seva presència permanent i estable a l'exterior. El Programa NEI facilita el salt estratègic d'aquestes empreses.

- S'han realitzat 17 projectes de reflexió i canvi estratègic en el marc del **programa NEI**.
- El 7 de novembre de 2005 es posa en marxa el **Programa de la Propietat Industrial**, concebut com a eina de suport tècnic en la defensa de la Propietat Industrial de les empreses catalanes amb vocació internacional. En el 2005 s'han presentat 118 projectes.

Finançament i inversió

- Mitjançant el Servei Integral per a **Inversions Directes a l'Exterior (IDE)** el COPCA ha ofert assessorament i ha cofinançat 145 projectes d'inversió directa o cooperació empresarial a l'exterior, per un import de gairebé 6M€.
- La **Línia COPCA d'Iniciació a l'Exportació** està pensada per a les empreses més petites que s'inicien en la internacionalització, i la **Línia COPCA d'Internacionalització** té com a funció consolidar la presència a l'exterior de les pimes que ja estan exportant.



Les dues línies de finançament s'instrumenten amb un acord amb més de 20 entitats financeres i han mobilitzat en el període 2004-2005, 510 M€.

Internacionalització i noves tecnologies

- Al 2005 es crea la **plataforma CatalunyaB2B**. Aquesta plataforma constitueix l'evolució natural de la Fira virtual de l'exportador, ampliant les funcionalitats de la fira (bàsicament informatives) amb funcionalitats transaccionals "on line" on les empreses catalanes podran oferir els seus serveis i productes o trobar demandes dels mateixos per part d'empreses a l'exterior. Actualment està en fase d'implementació i es preveu que la presentació pública es realitzi en el període maig-juny de 2006.

Polítiques sectorials

- La **dinamització de clústers** permet endegar un procés de reflexió estratègica entre les empreses membres, arrel d'un anàlisi previ dels diferents segments de negoci existents, les seves opcions estratègiques i les tendències de la seva demanda a nivell global. En el setembre de 2005 es va licitar i desenvolupar el clúster de Química Fina.
- **Plans sectorials**. Un Pla Sectorial és una eina que dona resposta estratègica als reptes i necessitats futures que comparteixen les empreses d'una indústria en particular. L'objectiu és orientar l'estratègia futura d'un sector i alhora emmarcar dins una visió sectorial comuna tota iniciativa originada en entorns públics i privats.
- En el darrer trimestre de 2005 s'ha presentat el Pla per a la Internacionalització del sector Tèxtil i de la Confecció i el Pla per a la Internacionalització de l'Electrònica de Consum.
- Signatura d'un conveni per a l'impuls de la internacionalització del sector sanitari de Catalunya, constituït especialment en l'àmbit dels serveis.



Polítiques de Mercats Exteriors

Avui l'empresa catalana es troba amb múltiples centres d'atracció internacional. Ha d'estar present en una Unió Europea que en fase d'ampliació ofereix totes les oportunitats pròpies de les economies en transició.

Ha de ser un referent real a l'Àrea Mediterrània no només per raons econòmiques i comercials sinó també per raons socials, estratègiques i socio-polítiques.

Ha de rendabilitzar els recursos humans i econòmics que han esmerçat en tenir una presència creixent als països de l'Amèrica Llatina malgrat les dificultats per mantenir polítiques econòmiques estables que presenten avui aquests països. Sense oblidar les múltiples opcions de negoci que s'han obert amb la creació del NAFTA.

Ha d'esforçar-se en superar el gap presencial en la zona del món amb major potencial de creixement en els propers anys, l'àrea Àsia- Pacífic encapçalada per la Xina.

➤ Missions institucionals i empresarials

- Abril de 2004. Missió institucional a Mèxic DF i Miami encapçalada pel conseller de Comerç, Turisme i Consum, Hble. Sr. Pere Esteve, amb l'objectiu de reforçar la cooperació empresarial.
- Maig de 2004. Missió institucional al Marroc encapçalada pel president de la Generalitat de Catalunya, M Hble. Sr. Pasqual Maragall, acompanyat d'una delegació de 48 empresaris.
- Setembre de 2004. Missió institucional a Brasil i Xile, encapçalada pel Sr. Raimon Serret, director general de Comerç i davant l'assistència de més de 100 empresaris catalans i diferents autoritats brasileres.



- Octubre de 2004. Missió institucional a la Xina i el Japó encapçalada pel president de la Generalitat de Catalunya, el M Hble. Sr. Pasqual Maragall, acompanyat d'un grup d'empresaris amb l'objectiu de refermar els vincles entre Catalunya i aquests països.
- Novembre de 2004. Missió empresarial a la República Txeca i Hongria, amb la presència del secretari general de Comerç, Turisme i Consum, Sr. Alfons Garcia, acompanyat d'un grup d'empreses catalanes amb l'objectiu d'enfortir les relacions comercials entre Catalunya i aquests països.
- Novembre-Desembre de 2004. Missió institucional a Mèxic (Mèxic DF i Guadalajara), encapçalada pel president de la Generalitat de Catalunya, el M Hble. Sr. Pasqual Maragall, el conseller de Comerç, Turisme i Consum, l'Hble. Sr. Josep Huguet, i un grup d'empreses catalanes amb interessos comercials o projectes d'inversió a Mèxic.
- Febrer de 2005. Missió institucional al Mercosur encapçalada pel president de la Generalitat de Catalunya, el M Hble. Sr. Pasqual Maragall, amb motiu de la presa de possessió del Dr. Tabare Vazquez.
- Abril de 2005. Missió institucional a Turquia encapçalada pel President de la Generalitat de Catalunya, el conseller de Comerç, Turisme i Consum, l'Hble. Sr. Josep Huguet i un grup d'empreses catalanes amb interessos comercials o projectes d'inversió a Turquia.
- Maig de 2005. Viatge de prospecció del conseller de Comerç, Turisme i Consum, l'Hble. Sr. Josep Huguet al Veneto per analitzar el model d'Àrees d'Aterratge del Govern i l'empresariat italià.
- Abril-Maig de 2005. Missió institucional a Israel i Jordània encapçalada pel President de la Generalitat de Catalunya, el M Hble. Sr. Pasqual Maragall, i un grup d'empreses catalanes amb interessos comercials o projectes d'inversió a aquest països.
- Juny de 2005. Missió institucional Hongria, Polònia i Txèquia encapçalada pel conseller de Comerç, Turisme i Consum.



➤ **Contractació Pública Internacional (CPI)**

En el mes de setembre de 2005 s'ha presentat el nou Servei de CPI, que permet accedir al mercat de la contractació pública internacional (adquisicions de béns, obres i serveis) ofertat per les autoritats públiques de tot el món inclosos els organismes internacionals:

CPI Informació (acord amb DGMarket, selecció de documentació específica, col·laboració amb premsa especialitzada i newsletter periòdica).

CPI Formació (aules temàtiques, cursos i beques).

CPI Assessorament individualitzat (assessorament a mida, consultoria, diagnòstic i elaboració d'un Pla de Treball).

CPI Suport Internacional a través de la xarxa exterior del COPCA en el seguiment de tot el procés.

- En el desembre de 2005 es signa el **Fons de Consultoria Internacional** amb la Corporació Financera Internacional del Grup Banc Mundial, per un valor d'1M€.

Cooperació internacional

El model de suport a la internacionalització de l'empresa desenvolupat a Catalunya s'ha transferit mitjançant l'execució de projectes de cooperació econòmica i desenvolupament, finançats per organismes multilaterals i bilaterals. Fet que reforça l'actual visió del COPCA com a model de referència i bones pràctiques en serveis a la internacionalització de la Pime per part d'aquests organismes internacionals.

El COPCA està registrat i acreditat davant la Comissió Europea, el Banc Mundial, el Banc Interamericà de Desenvolupament, el Banc Asiàtic de Desenvolupament i el Banc Africà de Desenvolupament i forma part de les xarxes TPO-NET, CDE, AL-INVEST, ASIA INVEST i les xarxes tecnològiques. Havent estat considerat com a bona pràctica per la

Comissió Europea, UNCTAD, CEPAL i el Centre de Comerç Internacional.

Així mateix, i en el marc de la Llei 26/2001, de 31 de desembre, de Cooperació al Desenvolupament (Article 29), el COPCA impulsa el paper de l'empresa i les associacions empresarials com agents de la societat civil que participen en el compromís de Catalunya envers la cooperació al desenvolupament, mitjançant la realització de projectes d'assistència tècnica, gestionant el programa d'ajuts per a l'impuls de la participació dels agents empresarials catalans en la cooperació al desenvolupament.

- Setembre de 2004. Programa d'Enfortiment del Comerç Exterior (TEP-A) Lot 2: Promoció internacional i Promoció de les Exportacions, per assessorar al govern egipci en el redisseny de la seva política comercial exterior amb un projecte finançat per la Comissió Europea.
- Novembre de 2004. Programa de Suport a les Empreses. Constitució del "Centre d'Expertise". Comissió Europea (CE)

Contrato marco Meda IB/AMS/450. El Programa dona suport al Govern de Marroc en la seva línia de desenvolupament i modernització del sector privat marroquí, en particular a les seves petites i mitjanes empreses per a preparar al sector industrial per al establiment de la zona de lliure comerç amb la Unió Europea.

- Participació en la trobada empresarial AI-Invest 'Software per a la logística 2004', celebrat a Mèxic el mes de juliol de 2004.
- Participació en la trobada empresarial AI-Invest 'OPTIMA: Partnership in Agrofood Industry', celebrat a París el mes d'octubre de 2004.
- Participació en el projecte AI-Invest 'Capacitació per a Pimes: El disseny com a factor de desenvolupament de la Pime Exportadora a Xile', amb l'objectiu d'integrar a la realitat empresarial xilena la utilització del disseny com a eina de competitivitat en els mercats exteriors (Octubre de 2004-abril de 2005).
- Participació en el projecte AI-Invest 'Capacitació dels Operadors brasilenys', amb l'objectiu d'enfortir les accions de la xarxa



d'Eurocentros brasilers i promocionar la visibilitat del programa Al-Invest al Brasil (Octubre de 2004-març de 2005).

- Participació en la trobada empresarial Al-Invest ES 'Europa - Clúster andí de la Confecció' amb l'objectiu de propiciar contactes entre empreses d'Europa i de la Comunitat Andina i les diferents entitats relacionades amb el sector tèxtil i la confecció a Colòmbia. (Juliol de 2004-agost de 2005).
- ➤ Convocatòria per a la concessió d'ajuts per a l'impuls de la participació dels agents empresarials catalans en la cooperació al desenvolupament. La quantitat màxima destinada l'any 2004 i 2005 és de 1,2M€.

Potenciació de la xarxa exterior

El COPCA està present a 31 països i ofereix serveis a més de 50 mercats a través de la seva xarxa de 38 Centres de Promoció de Negocis (CPNs). En aquesta xarxa hi treballen un equip de 180 professionals (28 nacionalitats, 20 llengües diferents) entre les oficines de Barcelona i les dels mercats exteriors.

- La xarxa de les actuals 38 oficines del COPCA es tradueix en més de 70.000 hores de consultoria especialitzada a la disposició dels projectes de les empreses i associacions catalanes al món per a la prestació de serveis individualitzats, serveis que incideixen clarament en l'escurçament del temps de penetració als mercats i en minimitzar els riscos inherents al projecte internacional. Els serveis prestats per les oficines tenen la certificació de qualitat ISO 9001.
- Al llarg del període 1988-2005, els 38 Centres de Promoció de Negocis han assessorat més de 2.700 empreses i associacions empresarials, desenvolupant més de 7.500 projectes individuals d'internacionalització. Per assolir aquests objectius, l'equip de professionals del COPCA ha realitzat 3.802 entrevistes amb



empreses i han presentat 1.272 propostes de plans d'actuació pels seus projectes d'internacionalització.

- 2005, obertura del Centre de Promoció de Negocis del COPCA a Xangai.
- El servei de **Plataformes Empresarials** té com objectiu donar suport específic a les empreses amb un alt grau d'internacionalització, amb experiència exportadora, amb filials comercials, logístiques o productives que volen establir-se de manera estable i permanent en els mercats exteriors. Els serveis que ofereixen són: assessorament "in situ" i transferència del "know-how", una tutoria individualitzada, el suport en la gestió, infraestructures i un espai de trobada i aprenentatge on intercanviar coneixement i experiència amb altres empreses que viuen processos similars.

Transformació l'any 2004 de 7 centres de promoció de negocis del COPCA en plataformes empresarials: Beijing, Casablanca, el Caire, Mèxic, Miami, São Paulo i Tòquio. I l'any 2005, Varsòvia, Budapest i Praga.

- Desplegament de les **Àrees d'Aterratge**. Les àrees d'atterratge són espais industrials comuns predefinits en mercats prioritaris per a l'establiment a l'estranger de plantes industrials, dedicades a la producció, assemblatge, emmagatzematge o a l'oferta de serveis, implicant una inversió directa majoritària de l'empresa catalana. L'objectiu és fomentar la multinacionalització de les empreses catalanes, facilitant l'entorn i els serveis necessaris per a la creació de centres de producció i logística en punts geoestratègics a l'exterior.

Signatura de l'acord que permetrà la instal·lació de la primera àrea d'atterratge del COPCA a Romania (Novembre 2005). En estudi, la instal·lació d'altres dues àrees d'atterratge al Marroc i la Xina.



Xarxa d'Agències a la Internacionalització

En la societat del coneixement en la que ens trobem és important per a qualsevol agent establir un treball en xarxa per assolir punts de trobada, uns actors homòlegs que es reconeixin mútuament per a compartir coneixement, intercanviar experiències i desenvolupar projectes conjunts. Addicionalment, aquest treball en xarxa potencia el reconeixement, per part de tercers, dels organismes que la integren. És, amb aquests objectius, que neix aquesta Xarxa en l'àmbit de les polítiques de suport a la internacionalització de l'economia catalana.

- Durant la celebració del Fòrum d'Agències per a la Internacionalització, en el marc de la Setmana de la Internacionalització a Catalunya 2004, es va assolir l'acord d'impulsar la creació de la Xarxa d'Agències per a la Internacionalització. En aquest Fòrum van participar, a més del COPCA, un conjunt d'agències homòlogues de diferents comunitats autònomes de l'estat espanyol, així com representants del Govern del Québec; l'Entreprise Rhône-Alpes International (ERA) i del Walles Trade International (WTI). En un primer moment, es promourà, l'ampliació de la Xarxa a agències de tota Europa i, posteriorment, a agències d'Amèrica i Àsia.

Observatori de Mercats Exteriors

L'Observatori de Mercats Exteriors està previst en l'Acord Estratègic, per tal de fer un seguiment de les tendències sectorials, de mercat, tecnològiques, etc... com també per a donar suport a l'aplicació del Pla per a la Internacionalització de l'empresa catalana. L'Observatori tindrà com a base la xarxa internacional del COPCA i haurà de coordinar la seva actuació amb l'OPI.



- En el marc de la Setmana de la Internacionalització de Catalunya 2005, es va realitzar el **I Fòrum de l'Observatori de Mercats Exteriors**. En aquesta edició es varen organitzar diferents workshops on hi varen participar un grup internacional d'experts procedents de les principals universitats, organitzacions internacionals i empreses de dins i fora de Catalunya.

Anella Internacional

L'Anella de la internacionalització es configura com el punt central d'interrelació en xarxa entre el COPCA i actors de la internacionalització. L'anella ofereix els mecanismes adients per a suportar i potenciar el treball en xarxa a través de diversos aplicatius i funcionalitats on-line.

- En el decurs del 2005 s'han concretat els entorns empresarials participatius de l'Anella Internacional, una plataforma de gestió i fòrum de debat que, mitjançant la tecnologia web, esdevindrà un punt de trobada i un element dinamitzador de la internacionalització del teixit empresarial català. Al pressupost 2005 es preveu una partida de 600.000 euros per a l'Anella Internacional.

Formació i ajuts a la internacionalització

El COPCA contribueix, a través de cursos, taules rodones i seminaris, a la formació especialitzada en temes de comerç internacional per tal que les empreses catalanes puguin comptar amb professionals preparats que impulsin la seva internacionalització. El programa de formació té per objectiu establir un sistema per reconèixer les competències professionals a les persones que han seguit cursos de formació en l'àmbit del comerç internacional.

- Convocatòria per a la concessió de beques per a la realització de pràctiques en empreses o institucions a l'estranger. L'import màxim a concedir serà de 450.000€ (2004) i 450.000€ (2005).



- Convocatòria per a la concessió de beques en el marc del programa de formació en matèria de promoció comercial a l'estranger. L'import màxim a concedir serà de 450.000€. Modificació de la dotació que queda fixada en 500.000€ (2004) i de 550.000€ (2005).
- Conveni de col·laboració amb l'Escola Superior de Comerç Internacional (ESCI) en el que es contribueix econòmicament al seu programa de formació contínua a través d'un curs Superior de Comerç Internacional, un *Master of International Business* i un Màster en Gestió Internacional, atorgant beques als seus alumnes (Juliol 2004).
- Decret 167/2005, de 26 de juliol, pel qual s'estableix el sistema per reconèixer les competències professionals en l'àmbit del comerç internacional.
- Convocatòria de les proves per a l'obtenció del certificat de tècnic/a especialista en comerç internacional i de tècnic/a administratiu/iva en comerç internacional (4 d'octubre de 2005).

Ajuts a la internacionalització

- Convocatòria per a la concessió d'ajuts per al foment de la internacionalització de l'economia catalana. La quantitat màxima destinada ha estat de 10,2 M€ (2004).
- Convocatòria per a la concessió d'ajuts per al foment de la internacionalització de l'economia catalana. La quantitat màxima destinada ha estat de 14,9 M€ (2005).

Promoció i sensibilització

- Novembre de 2004. Setmana de la Internacionalització de Catalunya, Pavelló Z-6 de la Fira de Barcelona. En aquesta edició els actes a destacar varen ser:



- Plenària d'inauguració: "Escenaris del futur marc socioeconòmic del món per al 2020".
- 10^a Trobada de centres de promoció de Negocis.
- Fira de serveis (participació de 17 empreses) i 30 Tallers de Treball per a la Internacionalització.
- Fòrum d'Agències per a la Internacionalització.
- Lliurament de 150 Diplomes als Nous Emprenedors internacionals.
- La Nit de la Internacionalització.

L'edició del 2004 va tenir una participació propera als 5.000 assistents.

- Novembre de 2005. Setmana de la Internacionalització de Catalunya, Pavelló Z-6 de la Fira de Barcelona. Els actes principals de la darrera edició han estat:
 - Plenària d'inauguració: "Imaginem el futur, el Nostre Futur!. Què hi haurà després de la societat de la informació? Futur amb intel·ligència o ignorància?"
 - 11^a Trobada de centres de promoció de Negocis.
 - Fira de serveis (participació de 18 empreses) i 32 Tallers de Treball per a la Internacionalització.
 - Trobada d'Antics Becaris de la Generalitat de Catalunya. En Comerç Internacional
 - Lliurament de 50 Diplomes als Nous Emprenedors internacionals.
 - I Fòrum de l'Observatori de Mercats Exteriors (4 workshops)
 - 4 Seminaris Sectorials
 - La Nit de la Internacionalització.

- Convocatòria dels premis de la Generalitat de Catalunya a la internacionalització de l'economia catalana. Aquests premis es destinen a distingir les persones individuals domiciliades a Catalunya que durant la seva trajectòria professional s'hagin destacat per la seva aportació en l'àmbit internacional; les empreses i les entitats o ens públics domiciliats o amb seu social a Catalunya que en el transcurs de l'any 2003 i 2004 s'hagin destacat per les seves activitats i iniciatives contribuint positivament a la internacionalització activa de l'economia catalana.



TURISME

Presentació: model turístic de Catalunya

El model turístic de Catalunya ha d'estar fonamentat principalment en els següents eixos:

- Foment de la Qualitat, que suposa la millora de la gestió empresarial, de la formació dels professionals i empresaris del sector, la creació d'oferta i activitats complementàries a l'allotjament, que permetin afavorir la desestacionalització, i, finalment, potenciar la inversió en la modernització i adequació dels establiments i equipaments turístics.
- Elaboració d'un pla estratègic que determini els criteris d'operativitat per al sector a mig i llarg termini, i segons els diferents àmbits territorials, d'acord amb els principis de sostenibilitat mediambiental, eficàcia funcional i eficiència econòmica. També s'està treballant en la creació d'un nou ens de promoció turística i en la reforma de la Llei de Turisme.
- Afavorir la posada en valor de tots els recursos turístics de Catalunya mitjançant els plans d'excel·lència, dinamització i foment, orientant-los no tant a l'àmbit municipal si no a espais que en sí mateixos constitueixin una unitat de destinació turística en la mesura en que comparteixen el mateix tipus de recurs amb alts nivell de interrelació econòmica, social, de mobilitat, etc.
- Creació d'un observatori del turisme que ens permeti millorar el coneixement del sector, tant sota el punt de vista purament estadístic com des de l'anàlisi funcional, el que vol dir analitzar permanentment els canals de comercialització, les característiques dels mercats emissors, els perfils i demandes dels visitants, l'estudi de la conjuntura econòmica i la seva incidència sobre el turisme, etc.
- Introduir la Marca Catalunya en els mercats emissors com a una marca identificativa de una destinació diferenciada per la varietat de les seves ofertes i que ens permeti competir no en preus però sí en qualitat. Per tant el repte és omplir la marca Catalunya de continguts.

Foment de la qualitat

Treball per la consolidació d'un model turístic competitiu, sostenible i de qualitat, i d'una administració turística reformada en la qual el sector es trobi identificat i representat, i es pugui garantir un adequat finançament, amb la implicació dels sectors institucionals però també els econòmics i socials.

- Convocatòria de concessió de subvencions a les oficines de turisme de Catalunya per a la millora d'instal·lacions i equipaments; la quantia màxima destinada és de 360.000 (26 d'agost de 2004). Convocatòria i aprovació de les bases reguladores amb quantia màxima de 300.000 € (14 de juliol de 2005).
- Establiment de les bases reguladores de concessió d'ajuts als consells comarcals per a la senyalització d'itineraris turístics al medi rural; la quantia destinada és de 210.000 € i 10.000 €, com a màxim, per projecte (2 d'agost de 2004). Convocatòria i aprovació de les bases reguladores amb la mateixa quantia (30 de març de 2005).
- Acord amb el Gremi de Restauració de Barcelona per impulsar l'ús del català en el sector. L'acord, que té una vigència de dos anys, facilitarà l'aprenentatge del català a més de 8.000 treballadors del sector perquè el seu objectiu és incrementar l'ús del català en bars i restaurants on hi ha un alt nombre de treballadors de fora de l'Estat espanyol (1 d'octubre de 2004).
- Acord per impulsar una comissió tècnica de treball per consensuar la nova normativa d'apartaments turístics entre el Departament de Comerç, Turisme i Consum, l'Associació Catalana de Municipis de Catalunya i la Federació de Municipis de Catalunya (1 juny de 2005).
- Convocatòria de premis als millors projectes de final de carrera de la diplomatura en turisme. L'import de cada premi serà de 1.081 € (3 de maig de 2004).



- Signatura de conveni amb els Patronats de Turisme de la Diputació de Lleida, la Costa Brava-Girona i el Conselh Generau d'Aran per a la realització del Pla d'actuacions de promoció turística, amb un import de 339.500 € (29 de juliol de 2004).
- Inici de la campanya 'Destapa't, mostra qualitat' amb la signatura de conveni amb 10 consells comarcals (Alt Penedès, Anoia, Bages, Baix Llobregat, Berguedà, Garraf, Maresme, Osona, Vallès Occidental i Vallès Oriental) per apropar les petites empreses turístiques i administracions locals als mecanismes de gestió de qualitat (29 de març de 2005). Signatura de conveni amb els consells comarcals de les Terres de Lleida i amb les comarques de Girona (4 i 5 d'abril de 2005).
- Convocatòria de subvencions per un import de 680.000€ per a inversions en la creació d'empreses d'oferta turística complementària, en la modernització i ampliació d'establiments d'allotjament turístic (12 de juliol de 2005).
- 9a promoció de joves becats amb l'adjudicació de 8 beques d'investigació de mercats, d'accions de promoció i comercialització turístiques que desenvoluparan la seva activitat als centres de Promoció Turística de França, el Benelux, el Regne Unit i al punt de d'informació turística de Madrid; la dotació per a cada beca oscila entre 13.000 € i 30.000 € bruts anuals en funció de la destinació triada (26 de setembre de 2005).

Pla Estratègic de Turisme a Catalunya

- Adjudicació de l'elaboració del Pla Estratègic de Turisme mitjançant dos convocatòries públiques, per a cadascuna de les fases: anàlisi i diagnosi; actualment ja està a punt de finalitzar-se la segona fase.
- També s'està elaborant l'avantprojecte de Llei de creació d'un organisme de promoció del sector turístic que substituirà l'actual Consorci Turisme de Catalunya.
Al mateix temps, s'esmenarà la Llei de turisme, ja que no va ser aprovada amb un consens prou ampli, introduint-hi una major participació dels actors, i que ens doni el marc amb el qual aquest nou ens pugui treballar.



L'objectiu bàsic del Govern en relació aquest nou ens de promoció del turisme és el de potenciar la Marca Catalunya als mercats emissors com a una destinació diferenciada de qualitat. A l'igual que les estratègies per tal d'assolir aquest objectiu i el corresponent pressupost, la comissió creada a tal efecte, està ultimant altres temes d'anàlisi com ara, l'estructura del nou ens, els nivells de participació del sector privat, els productes turístics que han de donar contingut a la marca i els nivells de col·laboració amb la resta de marques existents a Catalunya.

Plans de dinamització i excel·lència turística

Augment de recursos i establiment de criteris de prioritització dels plans d'excel·lència i dinamització turística. Impuls de mesures orientades a la potenciació del sector turístic, en part amb una major dotació de recursos per destinar a plans d'excel·lència, a plans de dinamització i als plans de foment.

- Aprovació del Pla de Dinamització Turística de les Terres de l'Ebre per part del Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme amb 4,2 milions d'euros d'inversió (23 de juliol de 2004). Creació del Consorci per a l'execució d'aquest Pla (15 de desembre de 2004). Acord de govern per a l'execució del Pla; per al seu compliment aquest comptarà amb els 4.200.000 d'€ repartits en quatre anualitats. El Ministeri hi destinarà una tercera part, és a dir, 1.400.000 €, el Departament de Comerç, Turisme i Consum també una tercera part, 1.400.000 € i, els quatre consells comarcals de les Terres de l'Ebre, l'altra tercera part. Les actuacions es concreten en la consolidació de la Via Verda (corresponent a l'antiga línia ferroviària de la Val de Zafan), la recuperació del camí de la Sirga, la creació de la ruta de la Pau, fomentar el turisme actiu als ports de Besseit i al Delta de l'Ebre i, pel que fa a la costa, buscar la desestacionalització i diversificació (13 de setembre de 2005).
- Aprovació del Pla de Foment amb l'Ajuntament de Banyoles i amb el Consell Comarcal del Pla de l'Estany amb una aportació per part de la Generalitat de 360.000 € en dues anualitats -2004 i 2005- (juny de 2004).



- Aprovació del Pla de Dinamització del Turisme Industrial i Innovació Tecnològica amb 1,5 M€ d'inversió total. El Pla està finançat a parts iguals pel Govern Central, Generalitat i ajuntaments; liderat per l'Ajuntament de Terrassa hi participen en la xarxa 19 municipis. L'objectiu és potenciar el patrimoni industrial i tecnològic català com a recurs turístic així com impulsar el desenvolupament econòmic del territori (juliol de 2005).
- Impuls del Pla de Foment Turístic de la Ruta del Cister a Poblet. Aquest pla d'actuacions suposa una inversió de 936.000 € entre 2004 i 2006, que seran finançades pel Departament de Comerç, Turisme i Consum, el Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca, les diputacions de Lleida i Tarragona i els consells comarcals de l'Alt Camp, la Conca de Barberà i l'Urgell (maig de 2005).
- Aprovació del Pla de Foment Turístic a la Conca del riu Ter 2005-2007 amb una inversió total d'1.080.000 € i que permet adequar els recursos existents de l'espai fluvial del riu a una destinació turística sostenible i de qualitat (març de 2005).

Observatori de Turisme de Catalunya

- Creació de l'Observatori per Acord de Govern de data 22 de febrer de 2005 i presentació de les seves primeres actuacions el 12 de març, on es defineix com un instrument participatiu amb implicació dels agents socials i econòmics, d'altres administracions i del sector privat. Posada en marxa del Programa Nacional de Recerca Aplicada i Tecnologia Turística, programa coordinat per l'Observatori i, a través del qual es defineixen les línies prioritàries de recerca aplicada en l'entorn de turisme sostenible i en un marc intemporal, adaptant les seves actuacions a les línies de recerca que contempla el Pla de Recerca i Innovació 2005-2008 impulsat pel Govern (25 de maig de 2005).

Marca Catalunya

Potenciació de la Marca Catalunya, per fer-la reconeguda internacionalment i com un fet clarament diferencial. Per tant, la Marca Catalunya incorpora la tradicional oferta d'estada, però també patrimoni, cultura, història, en definitiva, identificació i reconeixement exterior.

Treball en diverses direccions i introducció de nous criteris:

- implantació sistemàtica de la imatge gràfica de la marca en totes les accions i esdeveniments promocionals que s'inclouen en el pla d'accions de Turisme de Catalunya, com ara les presentacions en els mercats emissors dels grans esdeveniments . Un dels objectius és convertir la imatge gràfica de la marca en la "signatura" de tota la comunicació i promoció que fa el propi sector.
 - incorporació en les publicacions dels patronats zonals de promoció turística amb l' objecte d' unificar imatges i afavorir l'efecte multiplicador del material promocional del conjunt de l'oferta turística a Catalunya.
 - portar a terme un pla d'accions segmentat per tal de promocionar ofertes específiques per públics determinats o concrets, que es realitza en col·laboració amb les diferents marques territorials de Catalunya.
- Elaboració del programa d'activitats per captar el turisme cultural i de qualitat amb l'any Dalí.
 - Presentació de la campanya de promoció turística al mercat espanyol "Catalunya te sienta bien" (juny de 2005).
 - Presentació de l'oferta turística de la vessant sud dels Pirineus a un grup de més de 40 agències de viatges i operadors turístics internacionals, a Amsterdam (Països Baixos), conjuntament amb les Comunitats Autònomes d'Aragó i Navarra. Aquesta acció de promoció forma part d'un acord marc entre Turisme de Catalunya, la resta de comunitats autònomes de la vessant sud dels Pirineus i l'organisme de promoció turística de l'Estat espanyol, Turespaña, per tal de promoure els seus actius turístics sota el nom de la marca "Pirineus" (6 d'octubre de 2004). Signatura de convenis per a l'execució del 'Plan Pirineos 2005' amb una assignació de



152.000 € destinada a la promoció al mercat estranger (4 de maig de 2005).

- Signatura d'un conveni que preveu una inversió de 309.000 € per impulsar el desenvolupament i la promoció turística de l'Alt Pirineu i Aran. El conveni, enmarcat en el Pla estratègic de les comarques de muntanya, permetrà reforçar la marca 'Pirineus' com un producte de qualitat i potenciar els recursos turístics de l'Alt Urgell, l'Alta Ribagorça, el Berguedà, la Cerdanya, la Garrotxa, el Pallars Jussà, el Pallars Sobirà, el Ripollès, el Solsonès i la Vall d'Aran (10 de maig de 2005).
- Presentació als agents de viatge i als mitjans de comunicació del País Valencià de l'oferta turística de la marca Pirineus (15 de juny de 2005).
- Signatura de l'acord entre Turisme de Catalunya i la Federació Catalana de Càmpings per ser presents a les principals fires europees sota la "Marca" Catalunya. L'acord preveu la promoció dels càmpings catalans a les fires europees d'Anvers, Utrecht, Amsterdam, Stuttgart, Brussel·les i Essen (3 de maig de 2004).
- Inauguració de la cinquena edició del campionat amateur de golf "Catalunya-Costa Brava Cuina&Golf", que Turisme de Catalunya va organitzar del 17 al 19 de maig, creat i pensat per promoure la Costa Brava entre *touoperadors* internacionals (14 de maig de 2004).
- Signatura d'un acord amb l'empresa promotora del Catalonia Ladies Masters 2005, pel qual Turisme de Catalunya patrocina, per tercer any consecutiu, aquesta prova internacional de golf femení celebrada a Pals el mes de setembre, amb un import de 150.000 € (16 de setembre de 2005).
- Turisme de Catalunya patrocina l'expedició "Catalans al K2-Magic Line" (3 de juny de 2004).
- Turisme de Catalunya dóna suport al primer Campionat d'Europa de Piragüisme d'estil lliure, atès que considera que pot donar a conèixer un entorn natural de rius i paisatges preparats per al turisme interior dels Pirineus (15 de juny de 2004).



- Inversió de 96.000 € per promocionar el Turisme Nàutic a Catalunya. Aquesta inversió s'articula a través de tres acords per a la construcció de dues estacions nàutiques a Palamós i Salou i la promoció de l'oferta d'activitats nàutiques (27 de juliol de 2004).
- Aportació de 20.000 € al Gran Premi Catalunya Costa Brava del Campionat del Món de Windsurf celebrat a Sant Pere Pescador -Alt Empordà- (13 de maig de 2004).
- Signatura de l'acord de col·laboració de Turisme Catalunya amb l'Associació de Parcs Aquàtics de Catalunya per tal de col·laborar en una campanya publicitària de promoció dels parcs aquàtics amb un import de 60.000 € (22 de juny de 2004).
- Signatura del Conveni amb el Club Futbol Barcelona per promocionar la "Marca" de Catalunya a les gires internacionals del Barça. D'aquesta manera, 'Turisme de Catalunya' viatjarà amb el Barça a Seül, Tòquio, Shizuoka i Xangai per presentar l'oferta turística de Catalunya als principals *turoperadors* asiàtics. Aquest conveni té una vigència d'un any i podrà prorrogar-se fins al 2006. L'acord no preveu cap aportació econòmica de cap de les 2 entitats (21 de juliol de 2004).
- 270.000 € i amb l'objectiu de promoure la destinació Catalunya (8 de juny de 2005).
- Turisme de Catalunya es promociona, per segon any consecutiu, a la Xina i al Japó amb la gira internacional de pretemporada del FC Barcelona. També organitza tres trobades amb un total de cent operadors turístics japonesos per presentar la destinació catalana i consolidar la marca "Catalunya" (26 de juliol de 2005).
- Presentació de la Marca de Catalunya a turoperadors i periodistes de Bremen, coincidint amb el partit Werder Bremen-FC Barcelona de la Lliga de Campions (13 de setembre de 2005).
- Aportació de 100.000 € al conveni signat amb el Reial Club Deportiu Espanyol per la promoció de la marca "Catalunya" durant la gira internacional d'estiu 2005 de l'equip blanc-i-blau en els partits amistosos que jugarà a la Xina, la Gran Bretanya, França, Portugal i Itàlia (14 de juliol de 2005).



- Destinació d'1,8 M€ per promoure l'oferta turística de tardor i hivern catalana als mitjans de comunicació televisius. La campanya s'anomena 'Locos por la nieve' per donar un impuls al turisme de neu a l'Estat espanyol, i s'ha elaborat un spot especial sobre la tardor per a la campanya "Catalunya te sienta bien", que ja va tenir incidència durant els mesos d'estiu. Turisme de Catalunya també ha creat una acció de comunicació particular anomenada "Catalunya és per viure-la" amb dos àmbits d'actuació concrets: promoure l'oferta de neu i potenciar la marca turística Terres de l'Ebre a tot el territori català (23 de novembre de 2004).
- Destinació de 84.150 € a la 15a edició de Pirena, la prova de múixing més important d'Europa i que transcorre pel Pirineu català, aragonès i francès (11 de gener de 2005).
- Destinació de 600.000 € a la promoció internacional de la gastronomia, potenciant el patrimoni culinari com l'eix transversal de l'oferta turística de Catalunya i intensificant les actuacions de promoció amb una gira internacional (12 de maig de 2005).
- Turisme de Catalunya organitza un viatge de premsa gastronòmic per mitjans de comunicació d'Àustria i un altre per mitjans de comunicació russos amb l'objectiu de promocionar les tradicions populars catalanes (4 de juliol de 2005).
- Organització del viatge de promoció turística de Catalunya adreçat a periodistes de l'Estat francès en el qual la revista francesa Tour Hebdo publica un monogràfic de 36 pàgines, amb una tirada de 9.000 exemplars (15 de febrer de 2005).
- Signatura de l'acord a Berlín pel qual Turisme de Catalunya promociona la qualitat de les platges catalanes als 14 milions de famílies alemanyes associades a l'Automòbil Club Alemany (ADAC) (14 de març de 2005).
- Ingress del Centre de Turisme de Catalunya al Regne Unit com a membre de l'organisme internacional Antor UK, l'Associació d'Oficines Nacionals de Turisme i que defensa els interessos comuns de les oficines turístiques que funcionen arreu del món (30 de juny de 2005).



- Turisme de Catalunya amplia la seva representació internacional amb un agent promotor a la Xina amb l'objectiu de posicionar la marca Catalunya entre els principals destins europeus dels viatgers xinesos (1 de setembre de 2005).



CONSUM

Presentació

L'objectiu de l'àrea de Consum del Departament és actuar com a nexa entre la complexitat creixent del mercat i els ciutadans en la seva condició de consumidors i usuaris. Per tal d'aconseguir-ho, les seves principals línies d'actuació es poden englobar en els següents eixos:

- Informació al consumidor
- Formació i educació
- Mediació i arbitratge
- Control i inspecció del mercat
- Foment en matèria de consum
- Comunicació i difusió
- Relacions i projectes d'àmbit europeu
- Coordinació amb altres organismes i entitats

Agència Catalana de Consum (ACC)

La creació de l'Agència Catalana del Consum, que s'assoleix amb l'aprovació de la Llei 9/2004, de 24 de desembre, suposa la unificació de les estructures de la Generalitat de Catalunya amb competències en matèria de consum.

L'any 2005 és el de la posada en marxa de les seves funcions.

L'Agència Catalana del Consum treballa:

- Per garantir els drets de tota persona com a consumidora.
- Per resoldre els conflictes que sorgeixen en matèria de consum.
- Per informar, orientar i assessorar.
- Per fomentar el consum responsable.
- Per supervisar i millorar el funcionament del mercat de productes i serveis.
- Perquè, com a consumidors i consumidores, tots estiguem més protegits.



L'ACC té un Consell de Direcció en el qual hi són representats els diferents actors del món del consum i que es va constituir el 26 d'octubre de 2005.

Informació i formació al consumidor

S'atenen les consultes dels ciutadans i ciutadanes a través dels diferents mitjans: el telèfon d'atenció al consumidor 012, la web, l'atenció directa, presencial a través de visites concertades. Es fan xerrades informatives tant a les persones consumidores com a les empreses que poden productes i serveis al mercat.

- S'han atès 78.065 consultes a través del telèfon 012 (47.491 el 2004 i 30.574 el 2005)
- S'han atès 18.524 consultes directament des de l'ACC (9.117 el 2004 i 9.407 el 2005)
- S'han atès 7.305 visites (3.257 el 2004 i 4.048 el 2005)
- S'ha facilitat informació a través del web www.consumcat.net
- S'han dut a terme diferents campanyes d'informació que han inclòs l'edició dels opuscles i publicacions següents:
 - Consells pràctics d'ús de serveis de tarifació addicional
 - Què cal saber sobre l'arbitratge
 - Compra amb tranquil·litat
 - Comprar a Europa
 - Consumidors a Europa
 - Vacances segures
 - Les associacions de consumidors
 - Informació per a comprar un habitatge
 - Recomanacions abans d'iniciar un viatge
 - Si tens la factura tens la garantia
 - Canviar de companyia de subministraments (llum i gas)
 - Mediació i arbitratge de consum
 - Diferencia't: consumeix amb criteri
 - Vine a l'Escola de Consum
 - Els crèdits ràpids
 - En col·laboració amb altres entitats com la Secretaria General



de Joventut (Internet, un gran mercat persa) o l'Organització de Consumidors i Usuaris de Catalunya -OCUC- (Guia pràctica dels usuaris de telefonia).

- Formació a les persones professionals del món del consum:
 - Cursos i seminaris amb un total de 736 hores lectives i 976 assistents
- Sessions informatives per a persones consumidores:
 - 69 xerrades amb un total de 2.747 assistents
- Sessions informatives per a comerciants i empresaris:
 - 39 xerrades amb un total de 1.081 assistents
- Seminaris, aules i xerrades sobre educació del consum: 8
- L'Escola de Consum:
 - Creació de 7 tallers específics i 3 tallers globals
 - 2.828 alumnes al curs 2004-2005
 - Creació de l'Escola itinerant (Tortosa i Tarragona); continuarà amb les ubicacions de Lleida, Manresa i Girona.
- Organització de la Festa del Consum Responsable per donar a conèixer als ciutadans els seus drets com a consumidors i usuaris de forma lúdica i educativa. Va ser el dia 13 de març de 2005 i va tenir prop de 10.000 participants.
- Pacte del Celíac i Diabètic. Es va impulsar el Pacte per millorar la informació nutricional i la informació sobre la presència o no de gluten en els productes alimentaris i s'ha aconseguit l'adhesió d'un total de 27 empreses fabricants i de distribució alimentària, i de 539 productes.



Mediació i arbitratge

La promoció de l'arbitratge de consum forma part d'un dels objectius principals de l'Agència Catalana del Consum. La mediació i l'arbitratge són dos procediments de resolució de conflictes plantejats pels ciutadans d'arreu de Catalunya quan se senten perjudicats a conseqüència de la compra d'un producte o de la prestació d'un servei.

- S'han gestionat un total de 11.004 reclamacions (5.128 el 2004 i 5.876 el 2005).
- S'han fet 4.522 mediacions (2.699 el 2004 i 1.823 el 2005).
- S'han dictat 2.785 laudes (1.390 el 2004 i 1.395 el 2005).
- Hi ha 3.307 establiments adherits a la JACC.
- S'han creat col·legis especialitzats en matèria d'habitatge a través d'un conveni amb el Departament de Medi Ambient i Habitatge.
- S'ha impulsat la descentralització de col·legis arbitral a tot el territori amb la realització d'arbitratges – a més a més dels serveis territorials del Departament de Comerç, Turisme i Consum- a Manresa, la Bisbal, Olot, Vic, Reus, Berga,...
- S'ha iniciat la realització d'arbitratges a través de videoconferència per facilitar tant als ciutadans com a les empreses la realització de vistes arbitral per aquest sistema a Berga, Tortosa, La Bisbal,...

Control i inspecció del mercat

S'ha treballat en el reforç de la capacitat inspectora de consum amb una correcta dotació d'efectius i una reorganització del servei d'inspecció sota tres criteris principals:

- futura descentralització territorial
- coordinació amb les altres administracions
- potenciació de la funció inspectora

Les campanyes de control que es porten a terme són de tres tipus: de productes alimentaris, de productes industrials i de serveis; d'altra banda, segons l'àmbit d'actuació, poden ser comunitàries, estatals, nacionals o territorials.





A conseqüència de les irregularitats que es poden trobar a través d'aquestes campanyes de control o arran de denúncies dels ciutadans es fan actuacions de recerca, inspecció i, fins i tot, de sanció i retirada de productes del mercat.

- S'han fet les següents campanyes:
 - Campanyes de productes alimentaris: informació obligatòria i facultativa de productes alimentaris (carn, peix i fruites i hortalisses) i traçabilitat d'organismes genèticament modificats (OGM).
 - Campanyes de productes industrials: petits electrodomèstics, garantia en la venda de béns de consum i, puericultura (sistemes de retenció infantil).
 - Campanyes de serveis: establiments que presten serveis de bronzejat artificial, vendes per Internet (ofertes, publicitat i promocions), compra d'habitatges, crèdits al consum, manteniment d'ascensors, serveis financers i assegurances (2004-2005), subministraments i telecomunicacions.
 - Condicions tècniques de venda: rebaixes d'estiu i d'hivern, establiments multipreu, supermercats i hipermercats i, tèxtil i calçat.
- Control sistemàtic de productes
 - Productes alimentaris: 963 mostres
 - Productes industrials: 630 mostres
- Seguretat de productes
 - Xarxa d'alertes: 1.976 productes alertats (765 el 2004 i 1.211 el 2005)
 - Productes immobilitzats cautelament: productes destruïts > 248.993 (129.111 el 2004 i 119.882 el 2005); retirats del mercat > 1.638.370 (768.661 el 2004 i 869.709 el 2005)
- Denúncies rebudes: 8.784 (3.945 el 2004 i 4.839 el 2005)
- Total d'actuacions inspectores: 38.927 (18.209 el 2004 i 20.718 el 2005)
- S'han incoat un total de 2.080 expedients sancionadors (1.031 el 2004 i 1.049 el 2005)
- S'han resolt 1.486 expedients (793 el 2004 i 693 el 2005) i s'han imposat 1.276 sancions (669 el 2004 i 607 el 2005) per valor de



4.594.997,47 euros (2.465.597,47 el 2004 i 2.129.400 el 2005).

- Increment de la plantilla d'inspectors (2005-2006): 13 nous inspectors i 3 nous instructors de procediment.

Foment en defensa del consumidor

Concessió d'ajuts a diferents entitats sense finalitat de lucre per fer activitats d'informació, orientació i assistència tècnica per als consumidors i usuaris, per a la gestió de mediacions i per a les despeses de funcionament general de les oficines d'informació. També es deleguen competències i es financien convenis de col·laboració amb consells comarcals per fomentar el sistema arbitral de consum, organitzar sessions informatives, jornades i cursos, organitzar activitats adreçades a col·lectius que requereixen una atenció especial, etc.

- Convocatòria d'atorgament de subvencions destinades a les organitzacions de consumidors i usuaris per un import de 368.000 euros, i amb la finalitat de dur a terme activitats d'informació i protecció dels consumidors durant l'any 2004 (17 de març de 2004).
Convocatòria d'atorgament de subvencions destinades a les organitzacions de consumidors i usuaris per un import de 500.000 € (4 de juliol de 2005).
- Convocatòria d'atorgament de subvencions als consells comarcals em matèria d'informació als consumidors i defensa dels consumidors i usuaris, amb un import de 305.000 € (1 de juny de 2004).
Convocatòria i aprovació de les bases per a la concessió de subvencions als consells comarcals en matèria d'informació i defensa dels consumidors i usuaris, amb un import de 305.000 € (6 de juliol de 2005).
- Delegació de competències a 15 consells comarcals amb el finançament corresponent.
- Transferència de competències al Conselh Generau d'Aran.



Comunicació i difusió

És important la presència als mitjans de comunicació per aconseguir la consciència de consum (tant en les persones consumidores i usuàries com en els agents econòmics)

- S'ha participat en radios i TV: col·laboració amb City TV i amb RAC1, Catalunya Cultura, radios locals (Olot, Reus, Manresa..),..
- S'han fet 31 rodes de premsa i 68 notes de premsa
- S'han editat i transmès 20 falques a la ràdio (en diferents períodes)

Relacions i projectes d'àmbit europeu

Des de l'ACC com a seu del Centre Europeu del Consumidor, s'han dut a terme diferents actuacions cofinançades per la Comissió Europea

- Participació en la Xarxa de Centres Europeus
- Instal·lació de 4 Punts d'Informació al Turista (Aeroport de Barcelona i Girona i Palau Robert de Barcelona)
- Manteniment del Web www.cecbarcelona.org
- Gestió de reclamacions transfrontereres: 484
- Projecte NEPIM: Xarxa per a la promoció del mercat interior a les regions europees a través de temes de consum (amb Àustria, Bèlgica, Itàlia; Txèquia, Alemanya, França i el País Basc)
- INTERREG III. Espanya- França
- Formació d'especialistes en dret comunitari
- Observatori transfronterer de preus a la zona turística
- Comissió transfronterera per al Reglament de litigis de consum
- Projecte TACIS de col·laboració amb la Federació Russa
- Col·laboració amb l'Administració Pública Francesa : DGCCRF i INC
- Col·laboració amb la Comissió de Seguretat de Productes (França)
- Recomanacions sobre vacances segures i seguretat en la pràctica





d'esports d'hivern

- Projecte “*EASY TO READ*”: estudi per a la millora de l'etiquetatge dels productes
- Jornades Europees: “Publicitat enganyosa” i “Consum responsable”

Coordinació amb altres organismes i entitats

- Reunions sistemàtiques de coordinació amb:
 - OMIC i OCIC
 - Junes arbitrals locals
 - Associacions de consumidors més representatives

Altres actuacions a destacar

- Realització d'estudis i enquestes:

2004

- Hàbits de consum dels adolescents
- Percepció dels ciutadans sobre la protecció dels seus drets com a consumidors
- Enquesta sobre els hàbits de consum per Nadal (2004)
- Enquesta sobre el coneixement dels ciutadans de la Llei de garanties

2005

- Els catalans i el comerç just i solidari
 - Coneixement i ús dels crèdits ràpids i dels crèdits al consum per part dels catalans
 - Hàbits dels catalans en la compra de joguines per Nadal
- Presentació del Consell de les Persones Consumidores de Catalunya, òrgan de representació i consulta de les associacions de persones consumidores i usuàries de Catalunya, i que n'assumeix la representació institucional davant l'Administració de la Generalitat i d'altres administracions, entitats i organisme (23 de març de 2005).
 - Acord de col·laboració amb el Consolat Xinès a Barcelona per acabar amb l'entrada de productes insegurs i per donar a conèixer



l'actual normativa comercial catalana amb l'objectiu d'afavorir un marc d'igualtat i de lliure mercat (30 de juny de 2005).

- Reunió amb el sector tèxtil de Catalunya per copsar la seva preocupació pels productes d'importació provinents de països com la Xina, Turquia o el nord d'Àfrica. Una trobada que respon al malestar dels representants del sector tèxtil per la laxitud que impera a la UE pel que fa al compliment de les normatives que regulen les importacions (11 d'octubre de 2005).



ACORD DEL TINELL EN ELS ÀMBITS D'ACTUACIÓ DEL DEPARTAMENT

UN NOU IMPULS ECONÒMIC PER A CATALUNYA

I. EUROREGIÓ I INTERNACIONALITZACIÓ

(...)

B. Internacionalització de l'empresa catalana

(...)

2. Elaborar un pla estratègic d'internacionalització de l'empresa catalana que prioritzi els països de l'àrea mediterrània i els de l'Europa central i oriental, que inclogui ajuts i suport en destí. Augmentar les modulacions dels ajuts públics per a aquestes destinacions. Incrementar la presència de la Generalitat en aquests països (pàg. 15-28).

3. Posar en funcionament un instrument públic específic per al finançament del capital circulant per a PIMES amb filials a l'estranger, durant el període de maduració del projecte (pàg. 17).

III. PIMES, AUTÒNOMS I ECONOMIA SOCIAL

(...)

9. Elaborar una Llei de reconeixement de les especificitats de la producció artesanal (pàg. 13).

V. COMERÇ

- Mantenir el criteri de potenciar el model comercial català (fonamentat en establiments en trama urbana, principalment configurat per PIMES autòctones i amb pluralitat de formats) en la revisió del PTSEC i l'eventual ajustament de la Llei d'Equipaments Comercials (pàg. 4, 6, 7 i 8).

- Afavorir actuacions conjuntes de comerços petits (compres, formació, modernització, qualitat producte, incentius i mecanismes de fidelització) per tal de garantir la seva competitivitat i modernització (pàg. 6-9).

- Mantenir l'Impost sobre grans superfícies.

- Garantir que el consumidor tingui al seu abast de manera ordenada i equilibrada una oferta comercial àmplia de qualitat. Adequar l'oferta als nous hàbits de consum i facilitar al consumidor el dret a escollir (pàg. 39-47).

- Garantir un marc igualador de les condicions de competència entre els diferents formats: recuperació del marc horari d'obertures de 72 hores setmanals i 8 festius anuals (atenent, si és el cas, a les circumstàncies de l'àmbit territorial i les necessitats del sector turístic, especialment pel que fa a les obertures en festius), incidència sobre els condicionants financers de l'activitat comercial i acompliment ordenat de la normativa vigent en matèria de comerç a Catalunya. Mantenir una política activa de preservació de les competències del Govern de Catalunya en matèria de comerç interior i d'oposició a la normativa d'horaris impulsada pel Partit Popular (pàg. 5).

- Controlar la realització dels POEC per part dels municipis:

- Vigilar que l'ús de la superfície de lliure disposició amb que compten els municipis pel sol fet de realitzar un POEC respongui a criteris objectius i demostrables de necessitat i no a l'especulació (pàg. 4 i 5).
- Que la Comissió d'equipaments comercials sigui un instrument tècnic-polític efectiu per a avaluar l'acompliment de la normativa que regula el PTSEC en la realització dels POEC (pàg. 4).
- Dissenyar un instrument normatiu transparent per avaluar la reversió de plusvàlues generades per noves grans implantacions cap a la dinamització del comerç preexistent.

- Crear el Consorci de Dinamització Comercial de Catalunya, com a ens responsable de la coordinació de les actuacions i programes de dinamització territorial despleats pel Govern de





Catalunya i amb participació dels municipis, les cambres de comerç i les principals associacions de comerciants. Les funcions d'aquest consorci serien, entre altres:

- Definir els criteris de les actuacions de dinamització comercial en funció del desplegament del Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials, els Programes d'Orientació dels Equipaments Comercial, elaborats pels municipis, i les situacions locals de concentració comercial.
- Distribuir els fons per a programes de dinamització i orientació comercial.
- Desenvolupar polítiques actives de formació en el sector comercial.
- Impulsar, modernitzar i dinamitzar les fires comercials de Catalunya, augmentant la seva projecció interior i exterior, equipant-les amb les infraestructures necessàries per a un creixement més eficient i racional (pàg. 10-12).

VI. TURISME

El sector turístic català constitueix una de les activitats centrals de l'economia catalana i un factor cabdal de promoció exterior de Catalunya. No obstant, presenta una sèrie de deficiències que cal resoldre, entre d'altres:

- Dificultats per a diversificar i desestacionalitzar l'oferta turística; saturació i massificació de determinades destinacions turístiques; insuficient agilitat per a afrontar els nous reptes derivats de la competitivitat internacional; obsolescència d'equipaments i endarreriment tecnològic i de capacitació professional; degradació paisatgística i urbanística; dualització empresarial.
- És imprescindible consolidar un model turístic competitiu, sostenible i de qualitat i que valoritzi l'atractiu dels elements identitaris del nostre país com la cultura, la història, la gastronomia i el paisatge.

Les principals línies programàtiques a desenvolupar seran:

1. La remodelació de la política de promoció dels recursos turístics i les demarcacions turístiques de Catalunya

1.1 Impulsar la tasca de l'agència Catalunya Turisme en la promoció directa en els mercats emissors dels aspectes que identifiquen i individualitzen la marca turística Catalunya, les seves marques específiques i, en particular, les accions adreçades a incrementar el potencial dels elements patrimonials, culturals i històrics propis de Catalunya (pàg. 32).

1.2 Fomentar la creació de *labels* i segells de qualitat amb estàndards exigents (incloent la creació de la marca Catalunya) que garanteixin i dotin de prestigi l'oferta turística catalana a tots els mercats i incrementi la seva competitivitat (pàg. 34 - 38).

2. Planificació del desenvolupament de les infraestructures turístiques per tal de fer compatible el potencial de creixement econòmic, l'equilibri territorial i la sostenibilitat ambiental de l'activitat

2.1 Elaborar i aprovar el Pla Territorial de Turisme de Catalunya per tal de conèixer territorialitzadament els recursos turístics disponibles; les àrees saturades i deficitàries; valorar els impactes econòmics, territorials i ambientals; determinar criteris d'actuació que vinculin a les administracions i als operadors, els quals han de conduir al reequilibri territorial i fomentar la diversificació i desestacionalització (pàg. 32).

2.2 Instrumentar programes específics per a la formació i qualificació del treballadors del sector. Crear, amb cooperació de l'àmbit universitari, un o diversos centres de R+D+i en matèria de turisme, tant per millorar l'actualment deficitària informació de base i l'evolució de la demanda, com per innovar instal·lacions, tipus de serveis i nous productes (pàg. 31).





2.3 Potenciar l'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació en la difusió interior i exterior dels recursos turístics de Catalunya, en les relacions entre l'Administració i els subjectes turístics, i en els serveis i la informació a les persones usuàries (pàg. 30 i 31).

2.4 Modernitzar les instal·lacions i equipaments actuals i aplicar amb rigor els criteris de qualificació dels centres i establiments turístics (pàg. 30 i 31).

3. Configuració d'una administració turística i un sistema de finançament dels recursos públics que permetin el desenvolupament de les activitats turístiques en condicions de qualitat i de futura viabilitat

3.1 Configurar una administració turística reformada en la qual el sector es pugui sentir identificat i representat tot garantint l'adequat finançament i la implicació de tots els sectors institucionals, econòmics i socials (pàg. 34).

3.2 Avançar en la resolució del finançament dels municipis turístics (pàg. 32 i 33).

3.3 Dotar totes les administracions responsables dels instruments financers i d'assistència tècnica necessaris i possibilitar projectes consorciats i coordinar i ampliar la implicació financera des del Govern català de les tasques de promoció i comercialització, donant suport a les iniciatives locals públiques i privades (pàg. 30- 33).

3.4 Establir una línia pressupostària específicament destinada a facilitar la conversió en recurs turístic d'elements significatius a nivell local del patrimoni històric i artístic de Catalunya (pàg. 33).

3.5 Millorar els serveis públics que formen indirectament part del producte turístic, com seguretat, transport públic, telecomunicacions, etc. (pàg. 30).