

INVITACIÓN ACTO DE ENTREGA

***WORLD OLIVE PICKING CHAMPIONSHIP (Postira, Croacia) premiado
BEST CREATIVE EXPERIENCE 2019 por los CREATIVE TOURISM AWARDS***

Miércoles 22 de Enero a las 12:00

Stand nr. 4D12, Croatian National Tourist Board

El ***Creative Tourism Network®*** tendrá el honor de entregar el certificado al municipio de **POSTIRA** (Croacia) premiada como **WORLD BEST CREATIVE EXPERIENCE 2019** para su ***World Championship in Olive Picking***.



PROGRAMA

12.00: Discurso de apertura a cargo de la Sra. **Caroline Couret**, directora de ***Creative Tourism Network®***

12.10: Entrega del premio, discurso de la directora del Postira Tourism Board, Sra. **Ivana Jelinčić**

12.15: Discursos de **M. Gari Capelli**, Ministro de Turismo de Croacia, y **M. Kristjan Staničić**, Director del Croatian National Tourist Board.

Degustación de aceite de oliva, y delicias croatas (queso, prosciutto) y vino. 13.00: Fin del programa

☐ **Confirmación / contactos:**

CreativeTourismNetwork®
press@creativetourismnetwork.org
[Whatsapp \(+34\) 654891528](https://www.whatsapp.com/business/profile/654891528)



➤ Acerca de los *Creative Tourism Awards*:

Creados por el **Creative Tourism Network**[®], la Red Internacional para la Promoción del Turismo Creativo, los CREATIVE TOURISM AWARDS tienen por objetivo premiar a las organizaciones, iniciativas y destinos repartidos por todo el mundo, que demuestren un verdadero compromiso con el turismo creativo. Es decir que, por un lado, diseñen experiencias creativas que inviten a los visitantes a descubrir la cultura local siendo partícipe, y por el otro, creen una cadena de valor para el territorio.

Reconocido internacionalmente por su acción a favor de un turismo más innovador y sostenible, el Creative Tourism Network[®] trabaja con un panel de prestigiosos expertos para determinar y garantizar el respeto del **Código Ético** y las **Buenas Prácticas del Turismo Creativo** cumpliendo con los criterios de calidad, originalidad, innovación y sostenibilidad.

Las iniciativas se presentan en las cinco categorías siguientes:

Best Strategy for Creative Tourism Development

Best Creative Experience

Best Creative Residency

Best Creative Travel Agency

Best Creative Destination

En las últimas ediciones, cientos de proyectos y destinos se han presentado para los Creative Tourism Awards en los diferentes continentes. En el siguiente [enlace](#) encontrará los ganadores de las últimas ediciones.

➤ Acerca del Premio:

Los miembros internacionales del jurado de los Creative Tourism Awards tuvieron la difícil tarea de seleccionar a los ganadores **entre 160 candidaturas**, todas ellas **acreditando un alto nivel de creatividad, autenticidad y sostenibilidad**.

El Jurado de los Creative Tourism Awards – Premios de Turismo Creativo - destacó **el enfoque innovador del World Olive Picking Championship por ser el primer evento de este tipo en el mundo, así como su forma creativa de preservar una tradición centenaria compartiéndola con los locales y los visitantes internacionales, mediante el uso del juego**.

El Jurado también subrayó la forma en que el *World Olive Picking Championship* permite crear un vínculo entre una amplia gama de actores locales, así como una cadena de valor para el territorio, logrando un equilibrio entre los 1.500 habitantes y los cientos de participantes internacionales. El panel también valoró muy positivamente el hecho de que en el marco del Campeonato se proponga actividades características de la cultura local, que generen experiencias turísticas diferenciales para los viajeros y oportunidades de empoderamiento para las comunidades locales.



➤ ***Acerca el World Olive Picking Championship***

La tercera edición del World Olive Picking Championship - Campeonato Mundial de Recolección de Aceitunas - fue organizada por el Patronato de Turismo de Postira y la Cooperativa Agrícola de Postira. Este evento tuvo lugar del 10 al 13 de octubre de 2019 en Postira, en la isla de Brač, con el objetivo de promocionar el cultivo del olivo y todo lo relacionado con él. Los participantes fueron países mediterráneos con tradición en la producción de aceite de oliva, pero también otros que no tienen olivos.

En 2018, Postira acogió a equipos de once países: Eslovenia, Hungría, Montenegro, Países Bajos, Francia, EE.UU., Gran Bretaña, Suecia, Bosnia y Herzegovina, España y Croacia (habitantes de Postira y Dol). El ganador absoluto de la 2ª edición del Campeonato Mundial de Recolección de Aceitunas fue el Equipo Nacional de Croacia con 67 kg de aceitunas recolectadas. El segundo lugar lo obtuvo el equipo montenegrino, mientras que el tercero fue el equipo esloveno. En la noche festiva de la proclamación de los ganadores, las medallas de piedra de los ganadores fueron entregadas por el alcalde de Postira, Sr. Siniša Marović como el enviado del Primer Ministro de la República de Croacia, Sr. Andrej Plenković.

En 2019, los equipos nacionales de los países participantes contaron también con cuatro miembros, dos mujeres y dos hombres. Además de la parte de la competición, se organizan talleres, así como degustaciones, visitas y veladas de entretenimiento para conocer Postira, la aldea eco-etnológica de Dol, pero también la propia isla de Brač.

Más informaciones: www.postira.hr y Croatia.

➤ ***Entrevista con Ivana Jelinčić, directora de Postira Tourist Board***

- ***¿En qué consiste su oferta de turismo creativo?***

Se trata de un evento que tiene como objetivo la promoción de la olivicultura y todo lo relacionado con ella. En este concurso participarán los países mediterráneos con tradición en la producción de aceite de oliva.

Los equipos que representan a los países participantes están formados por cuatro miembros (dos mujeres y dos hombres) y las categorías en las que prueban su fuerza son la técnica tradicional de recolección a mano. Además de la parte de la competición, durante todo el campeonato se organizan talleres educativos, degustaciones, visitas y veladas de entretenimiento, para que los visitantes puedan conocer Postira, el pueblo eco-etno de Dol y también la propia isla de Brač, de la mejor manera posible. Es una forma de enriquecer la postemporada.

El objetivo de este evento es promocionar Postira como un destino olivarero donde se produce un aceite de oliva completamente natural, saludable y de alta calidad, según la tradición centenaria y los altos estándares de calidad, ofreciendo así al visitante una experiencia auténtica y una vida sana y agradable para los habitantes de la zona.



- **¿De qué manera su proyecto beneficia a la población local?**

En nuestro destino intentamos representar nuestra forma de vida, nuestra vida cotidiana. Pensamos que el turismo tiene que ser realmente sostenible, y con respecto a esto no queremos que nuestro destino sea un destino turístico masivo. En Postira (y en la aldea ecológica de Dol) viven unas 1.500 personas y hay unas 1.800 camas turísticas. Queremos mejorar la calidad de los servicios, la oferta y la calidad del destino. Durante la temporada turística, e incluso en pre y post temporada, vivimos nuestra vida tradicional y todos los turistas son bienvenidos a experimentarla.

Si se pregunta cómo involucramos a la comunidad local en el campeonato mundial de recolección de aceitunas, la respuesta es que durante este evento todo el mundo en Postira sabe que está en marcha. También es una temporada en la que todos los que tienen aceitunas (casi todas las familias de Postira y Dol) las recogen, y vienen a ver a nuestros participantes mientras el concurso está en marcha. Se animan, se reúnen en los bares locales y se mezclan. La gente local también viene cuando hay un pesaje de las aceitunas recogidas en nuestra agro-cooperativa local (al mismo tiempo los locales también están procesando sus propias aceitunas). Damos camisetas oficiales de WCOP a los locales, que las usan durante el evento en sus trabajos habituales, para que los participantes se sientan realmente bienvenidos.

- **¿Cuál es el valor añadido de su proyecto en términos de innovación y autenticidad?**

Nuestro campeonato mundial de recogida de aceitunas es único porque en ningún otro lugar de Croacia y del mundo está ocurriendo algo así, ni siquiera similar. Eso nos hace sentir muy orgullosos de ser los primeros en todo el mundo en inventar algo así, gracias a Ivo y Eti Ljubetić Pteka. Muy rápidamente la noticia de este campeonato se ha extendido por todo el mundo y todo el mundo tiene sentimientos positivos respecto a esto, porque al mismo tiempo es divertido, agradable y educativo.

- **¿Quiénes son los participantes?**

Al principio nuestro público objetivo era los países que tenían tradición en la producción de aceite de oliva, pero muy pronto otros países quisieron participar, aunque algunos de los participantes nunca habían recogido aceitunas antes o incluso no habían visto un olivo antes. Pensamos que es una gran oportunidad para promover el aceite de oliva, el aceite de oliva de la isla Brač que es la mayor región olivarera de Croacia con más de 1 millón de olivos. Estos países "no olivareros" pueden incluir el aceite de oliva en su cocina, en sus comidas, que es - lo que todos sabemos - muy saludable, como toda la cocina mediterránea. A través de este evento, promovemos la tradición del aceite de oliva a través del turismo, y el turismo a través de la tradición del aceite de oliva. En Postira, van juntos.

- **¿Qué es su definición del turismo creativo?**

Yo diría que el turismo creativo es emoción. La emoción positiva y el impacto positivo en las personas que se llevan eso a casa. Ese es el mejor recuerdo. Todo lo que experimentan durante su estancia, lo que degustan, ven, prueban, junto con los locales, es turismo creativo. Y lo más importante - no es sólo cómo se sienten los turistas, sino también cómo se sienten los locales. Porque sólo si ambos se sienten satisfechos, entonces podemos decir que algo es valioso y digno.



➤ **Acerca del Turismo Creativo:**

Se trata de la nueva generación de turismo, que permite a los “viajeros” descubrir y entender la cultura local participando en actividades artísticas y creativas con los residentes (co-creación de experiencias).

El turismo creativo fue teorizado en el año 2020 por los profesores Greg Richard y Crispin Raymond como: *“un turismo que ofrece a los visitantes la oportunidad de desarrollar su potencial creativo a través de la participación activa en los cursos de formación y experiencias, que son característicos de los destinos que eligen para sus vacaciones.”*

Pintar en Toscana, ser un “sillettero” por un día en Medellín, participar en un taller de artesanía en Loulé (Algarve) o en los encantadores pueblos del Empordanet (Cataluña), hacer un viaje fotográfico en la Provenza francesa o en Urla (Turquía), elaborar su chocolate en Quito, crear su escultura sobre hielo en Canadá, aprender los bailes tradicionales en Brasil, aprender a cocinar en Tailandia, pinchar como un DJ en Ibiza o interpretar su propio concierto en Barcelona... La lista de experiencias es tan infinita como las culturas son inagotables!

Esta disrupción se acompaña de nuevos desafíos que el turismo creativo puede convertir en nuevas oportunidades, entre ellos:

- La **diversificación de la oferta turística** a través de la optimización de los recursos existentes.
- El atractivo del **turismo de calidad y fuera de temporada** (desestacionalización).
- Una **mejor distribución geográfica**.
- El **empoderamiento** de las comunidades locales.
- La **cohesión social** a través de la co-creación de experiencias y de una narrativa común.
- La **sostenibilidad**, basada en el uso de la creatividad como principal recurso.
- La **preservación y transmisión** del patrimonio inmaterial.
- La **diversificación** de recursos financieros para las estructuras culturales.



➤ **Acerca al Creative Tourism Network®**

El CTN se fundó en 2010 como una organización sin fines de lucro, para promover destinos de todo tipo que apuestan por el turismo creativo para, por un lado, satisfacer la creciente demanda de viajeros en busca de experiencias únicas y por otro lado, crear una cadena de valor en su territorio.

Dichos destinos, repartidos en todo el Mundo, reciben el sello CREATIVE FRIENDLY DESTINATIONS® por parte del Creative Tourism Network®, y benefician del soporte permanente y la proyección de la red

SUS MISIONES

- Identificación, apoyo y promoción de destinos que tienen potencial para desarrollar un turismo creativo – los **CreativeFriendly** destinations®.
- Apoyo a destinos para el desarrollo de sus proyectos en términos de diseño de estrategias, co-creación y marketing experiencial, con el objetivo de crear una cadena de valor en sus respectivos territorios.
- Estudios de mercado y **estrategias de marketing** a las específicas para el turismo creativo.
- Diseño y dirección de formaciones y capacitación personalizadas: cursos, talleres y seminarios de la **CREATIVE TOURISM ACADEMY**.
- Organización anual de los **CREATIVE TOURISM AWARDS** para fomentar las Buenas Prácticas del Turismo Creativo

Contacts

Press Contact:

press@creativetourismnetwork.org

[\(+34\) 654891528](tel:+34654891528)



www.facebook.com/CreativeTourismNetwork



[@CreativTourism](https://twitter.com/CreativTourism)



www.youtube.com/user/BcnCreativeTourism



www.instagram.com/creativetourism



es.pinterest.com/creativtourism/



<https://vimeo.com/creativetourismnetwork>





- **Extracto de la entrevista de Caroline Couret publicada en PoslovniTurizam.com el 25/09/19**
- [Leer la entrevista entera](#)

¿Qué es el turismo creativo y cuáles son los potenciales de Croacia para la oferta de turismo creativo que puede estimular el turismo durante todo el año? Descubra en una entrevista con la experta Caroline Couret.

“Croacia tiene un enorme potencial para el desarrollo del turismo creativo.”

¿Crees que Croacia tiene el potencial de una oferta turística creativa que sea atractiva durante todo el año y en qué áreas?

Croacia tiene un enorme potencial para el desarrollo del turismo creativo. Entre sus beneficios, mencionaría el clima cálido durante todo el año, que es atractivo para los turistas no estacionales, un patrimonio intangible muy rico y una fuerte identidad, una combinación de tradición y gente moderna, amable y creativa, excelente ubicación y proporciones y buena infraestructura turística. Las nuevas generaciones de turistas buscan autenticidad y una cultura relativamente desconocida, y Croacia es muy "exótica" y al mismo tiempo simple y segura, y esto es cada vez más deseado.

¿Qué aconsejaría personalmente a los expertos croatas en marketing de destinos y turismo en general en qué aspectos debe confiar más en términos de creatividad de oferta?

En primer lugar, les recordaría que el turismo creativo se puede combinar con la oferta de "sol y mar", ya que no cubren los mismos períodos del año. El turismo creativo puede garantizar la actividad turística durante la temporada baja, sin mucha inversión en nueva infraestructura, pero solo optimizando los recursos culturales y humanos a través de la creatividad. Para lograr esto, es importante pensar en experiencias que le gustaría experimentar en otros países. En la mayoría de los casos, el valor proviene de la simplicidad y la empatía. Este es el camino a seguir. Por supuesto, la oferta tiene que comercializarse, pero el turista creativo colocará en el mercado un precio psicológico adecuado o el valor que le da a dicha experiencia, que a menudo es un valor mucho más significativo. Por lo tanto, no se deben utilizar trucos de marketing. El turismo creativo es muy exigente en términos de autenticidad y cualquier colocación falsa no pasaría. Mi otro consejo es trabajar en el nivel de destino para (re) crear una identidad local, así como destinos de red en lugar de competir entre sí. Las ciudades y pueblos croatas son tan encantadores que los turistas deberían apreciar estas actividades creativas como nuevas razones para quedarse más tiempo.