El Consell de Formentera, a través del área de Turismo, ha remitido hoy una carta al Govern Balear para pedir «el inicio de los trámites necesarios para poder negociar y hacer realidad el traspaso de las competencias en promoción turística», según ha explicado la consellera de Turismo que ha añadido a la misiva que en vista de que las negociaciones en esta temática no estarán finalizadas en el primer semestre del año 2016, «os solicitamos que se pueda firmar un convenio para la realización de la promoción turística por parte del Patronat Municipal de Turisme de Formentera».

En la carta, dirigida al conseller de Turismo, Biel Barceló, la consellera explica la tarea de promoción que ha realizado en los últimos años el Patronat Municipal de Turisme de Formentera, en el que se encuentran representados todos los agentes públicos y privados de la isla. Alejandra Ferrer ha dicho que «se ha trabajado, especialmente, en la mejora y control de nuestra imagen, en la realización de una promoción diferenciada que ha permitido la creación de un producto turístico dirigido a segmentos muy concretos del mercado y ha conseguido fidelizar el mercado italiano, y diversificar con otros mercados como el nacional y el alemán». Fruto de este trabajo se han mantenido buenos niveles de ocupación a pesar de la crisis, según ha argumentado la consellera.

Sin embargo, Alejandra Ferrer ha recordado que el anterior Govern negó el pago de los gastos hechos en promoción turística para el año 2011, año hasta el que se firmaba un convenio para la realización de promoción turística, así como fondos para la promoción turística para los años 2012, 2013, 2014 y 2015. Ahora, tras rechazar el traspaso de la transferencia de competencias que ofrecía el anterior Govern por estar mal dotado, la consellera considera necesario que «se inicie una nueva negociación de la transferencia de las competencias en promoción turística que realmente cumpla con lo establecido en el Estatut d'Autonomia y en consenso con todos los consells y mientras tanto se ayude a cubrir los costes de la promoción».