



LA GASTRONOMIA, LA CULTURA, EL TURISME RURAL I FAMILIAR: ELS PRINCIPALS ATRACTIUS TURÍSTICS QUE CATALUNYA PRESENTA A LA FIRA BIT DE MILÀ

***El turisme italià representa un 7% del mercat turístic estranger a
Catalunya i genera més de 6 milions de pernотacions***

Turisme de Catalunya presenta a la fira de turisme BIT de Milà, que comença aquest cap de setmana, les principals novetats turístiques catalanes per al 2005. Del 12 al 15 de febrer la ciutat italiana esdevé el centre del sector del turisme europeu amb la presència de les principals destinacions i professionals de tot el món.

Turisme de Catalunya hi participa amb l'objectiu de difondre tant a operadors com a clients finals la diversitat turística que ofereix Catalunya, l'àmplia varietat de productes i els esdeveniments programats com l'Any de la Gastronomia que fan de la nostra destinació una elecció atractiva. Principalment els productes que es presenten a Milà són el turisme cultural, gastronòmic, actiu, golf, familiar i rural. Precisament en la darrera edició l'oferta de turisme rural catalana va despertar molt d'interès entre el públic italià per l'alta qualitat del producte i la gastronomia que s'ofereix en el territori.

L'any 2004 varen assistir a la BIT un total de 136.700 visitants, 63.480 professionals i 5.000 expositors, xifres que suposen un augmentat progressiu de visitants els darrers anys. La fira està distribuïda en 8 àmbits temàtics diferents: Bit Green, Bit for Job, Bit Incentius, Bit Spa, Bit Golf, Bit Open Air, Bit Virtual i Bit Gusto.

Breu perfil del turista italià a Catalunya

El turista italià és un client tradicional per al sector català i representa el cinquè mercat estranger més important per a Catalunya. L'any 2004 van arribar 950 mil turistes italians la qual cosa significa una quota del 7% del total del turisme estranger a Catalunya generant més de 6 milions de pernотacions. L'estada mitjana dels italians és aproximadament d'una setmana i majoritàriament s'allotgen en hotels.

Barcelona, 10 de febrer de 2004.