



600 turoperadors i agents de viatges han participat en les accions promocionals de l'Any d'Itàlia organitzades per Turisme de Catalunya

- **El conseller d'Innovació, Universitats i Empresa, Josep Huguet, ha tancat a Venècia l'Any d'Itàlia amb una darrera jornada comercial entre empreses catalanes i turoperadors italians**
- **El pla de promoció específic pel mercat italià endegat al febrer de 2008 ha comptat amb una inversió de 1,2 milions d'euros**
- **Després de l'Any d'Itàlia, la presència catalana continua amb la Biennal de Venècia**

Divendres, 29 de maig de 2009.— El conseller d'Innovació, Universitats i Empresa, Josep Huguet, va cloure ahir a Venècia l'Any de Catalunya a Itàlia, en el marc de la celebració d'una jornada comercial entre empreses catalanes i agents de viatge del nord d'Itàlia. Turisme de Catalunya va endegar al febrerç de 2008 un pla de promoció especial per al mercat italià que, entre d'altres, ha arribat a uns 600 operadors italians. L'Any d'Itàlia també ha realitzat diferents activitats dirigides al gran públic en les quals han participat uns 22.000 italians i 140 periodistes.

En el workshop organitzat per Turisme de Catalunya com a última acció de l'Any d'Itàlia hi ha assistit una quinzena d'empreses catalanes, les quals s'han entrevistat amb els més de 40 turoperadors italians assistents, per tal de posicionar i vendre la seva oferta turística. Un cop tancat l'Any d'Itàlia, la Biennal de Venècia pren el relleu de la presència catalana en aquest país.

El conseller Huguet ha manifestat que ***“en l'Any d'Itàlia (febrer 2008-maig 2009) hem volgut convidar el mercat italià a redescobrir Catalunya des d'una òptica àmplia, amb tota la seva diversitat, per a totes les marques turístiques i durant tot l'any”***. Es tracta de l'acció més important i intensa que mai s'ha realitzat sobre aquest mercat per posicionar i promoure turísticament Catalunya. Cal recordar que Itàlia és el quart mercat emissor cap a Catalunya amb 1.155.000 turistes l'any 2008 i quasi 8 milions de pernотacions, i una estada mitjana de 6,9 dies.



■ **Comunicat de premsa** ■

Els objectius principals de l'Any d'Itàlia han estat: posicionar la marca turística Catalunya; reforçar el posicionament especialment en turisme cultural i en turisme gastronòmic; arribar amb accions promocionals directament al consumidor final; obtenir presència de la destinació Catalunya als mitjans de comunicació turístics d'Itàlia i enfortir les relacions amb els intermediaris turístics del mercat (TT.OO i AAVV).

Turisme de Catalunya va dissenyar un Pla d'Accions promocionals específic per aquest mercat que s'ha tancat amb un pressupost global d'1,2 milions d'euros. El sector privat s'ha involucrat en el patrocini d'accions i n'ha aportat una part important de la inversió: Turisme de Catalunya ha destinat 717 mil euros i les empreses privades Clickair, Value Retail, San Miguel, Port Aventura, Grup Grimaldi i Grup Torres han aportat 530 mil euros més en diferents conceptes.

Una de les accions que han aportat un valor especial a la promoció han estat els viatges de premsa. 45 periodistes han participat en aquests presstrips que han suposat una trentena d'articles, programes de ràdio i Internet només en 2008. La repercussió mediàtica en concepte de retorn publicitari només pel 2008 es calcula en 1.005.050 euros.

L'activitat comercial ha estat també molt intensa. Concretament, 578 operadors i agents de viatges italians han participat en les accions organitzades. Destaquen els workshops realitzats a les ciutats de Milà, Roma, Nàpols i Venècia en els quals han participat empreses i entitats catalanes.

Una tercera pota de la planificació de l'Any d'Itàlia han estat les accions dirigides al públic final que han impactat en unes 22.000 persones. Turisme de Catalunya va traslladar l'activitat promocional a galeries comercials de prestigi com les Alberto Sordi de Roma, Vittorio Emmanuelle de Milà o a Fidenza Village (de Value Retail) i a espais públics de transport com estacions de tren i aeroports. Però l'acció més multitudinària, amb unes 8.000 persones, va tenir lloc durant un cap de setmana a la Piazza del Miracoli i a la Piazza del Cavalieri de Pisa amb l'actuació de castellers i geganters.

Accions realitzades durant l'Any d'Itàlia

2008

- **Workshops.** Celebració de 3 jornades comercials: a Milà (2 abril), Nàpols (3 abril) i Roma (15 abril).
- **Viatges de premsa.** Turisme de Catalunya ha organitzat 8 viatges de premsa, que han comptat amb la participació d'un total de 30 periodistes italians.
- **Catalunya va ser la nació convidada al Fòrum Gastronòmic de Venècia** (del 3 al 5 de febrer). Turisme de Catalunya hi va ser present amb un expositor d'informació, i 3 cuiners catalans van participar a les ponències del fòrum.



■ **Comunicat de premsa** ■

- Presentació de l'Any d'Itàlia a Roma** (15 abril), davant del sector turístic i la premsa italiana.
- Celebració de la Setmana Catalana a Roma** (del 16 al 23 d'abril), a les Galeries Alberto Sordi, amb el lliurament de roses i llibres als 1.350 visitants.
- Demostració de cuina catalana a càrrec de Joan Roca a la Città del Gusto de Roma**, espai del grup Gambero Rosso, el referent més important a Itàlia en temes gastronòmics. Aquest esdeveniment comptava amb la presència de periodistes i crítics gastronòmics italians.
- Celebració de la Diada de Sant Jordi** (23 abril), amb el lliurament de roses entre els passatgers del Trenhotel Elipsos i els dels vols de Clickair.
- Concert de l'Escolania de Montserrat** a l'església Santiago i Montserrat de Roma (29 abril), juntament amb una presentació de Catalunya com a destinació turística.
- Jornades promocionals dirigides a públic final als centres comercials de Fidenza Village (de Value Retail) i a les Galeries Vittorio Emanuele de Milà**, amb un impacte de 4.000 i 3.000 persones respectivament.
- Presentació de Catalunya Get Together a Milà (19 juny)**, dirigida al sector turístic italià, amb la participació de més de 330 TTOO i AAVV.
- Campanyes de publicitat**. Turisme de Catalunya i la companyia Clickair han dut a terme una campanya de publicitat valorada en 4.000 euros.
- Jornades castelleres** a Pisa (21-22 juny) i a Civitavecchia (22 juny).
- Presentació conjunta de Turisme de Catalunya i FC Barcelona a Florència** (30 juliol).
- Accions promocionals a Milà i Roma amb motiu de l'estrena de la pel·lícula Vicky Cristina Barcelona** (15 d'octubre).
- Participació de la gastronomia catalana al Salone del Gusto de Torí**. Es tracta de la fira gastronòmica més important a Itàlia i al món promoguda per l'organització Slow Food. (23-27 octubre).

2009

- Celebració de la Diada de Sant Jordi** (23 abril), amb el lliurament de roses entre els passatgers del Trenhotel Elipsos que feien el viatge entre Milà i Barcelona, i el públic de les Galeries Alberto Sordi.
- Celebració de la Setmana de Catalunya (del 22 al 28 d'Abril)** a les Galeries Alberto Sordi de Roma. Més de 1.300 persones van rebre la promoció directe de Turisme de Catalunya
- Promoció directe de Turisme de Catalunya al Duomo de Milà (22 al 31 de Maig)**, una de les vies comercials principals de la ciutat.
- Viatges de premsa italiana a Catalunya** (durant el 2009). Turisme de Catalunya ha organitzat 6 viatges de premsa (presstrips) durant el 2009 en el qual han participat 15 periodistes.
- Workshop a Venècia i clausura de l'Any d'Itàlia** (28 de maig).

Entitats col·laboradores

Per tal de dur a terme l'Any d'Itàlia, Turisme de Catalunya ha comptat amb la implicació i col·laboració de patrocinadors i institucions que han donat suport a la



■ **Comunicat de premsa** ■

iniciativa: **Clickair**, *la companyia aèria oficial de Catalunya en l'Any d'Itàlia*, Grup Mahou-San Miguel, Grup Torres, La Roca Village (Value Retail), Port Aventura i Grup Grimaldi.

A més, han col·laborat les entitats territorials de promoció turística de Catalunya, així com altres empreses i institucions catalanes.