

La nova campanya de promoció turística a l'Estat espanyol presenta Catalunya com una destinació turística singular, diversificada i amb identitat

- Turisme de Catalunya destina enguany 2 milions d'euros per a la nova campanya de promoció turística de Catalunya a l'Estat espanyol.
- *'Catalunya, una mirada genial,'* és l'eslògan de Turisme de Catalunya per fidelitzar als 5 milions de turistes espanyols que visiten Catalunya cada any.
- Les àrees prioritàries d'incidència de la campanya són Madrid, País Basc, Aragó i País Valencià, principals mercats emissors per a Catalunya.

Dijous, 7 de juny de 2007.– El conseller d'Innovació, Universitats i Empresa, Josep Hugué, juntament amb el director general de Turisme, Joan Carles Vilalta, i el director de Turisme de Catalunya, Ignasi de Delàs, ha presentat aquest matí la nova campanya de promoció turística de Catalunya a l'Estat espanyol *'Catalunya, una mirada genial'*. L'objectiu d'aquesta campanya és fidelitzar els 5 milions de turistes espanyols que visiten anualment Catalunya, xifra que representa aproximadament el 20% del total de l'activitat turística a Catalunya.

"Amb aquesta finalitat —ha dit el conseller— el Turisme de Catalunya, consorci de promoció turística adscrit al Departament, ha plantejat enguany una campanya que presenta Catalunya com una destinació turística singular, diversificada i amb identitat".

Els conseller Hugué ha assenyalat que ***"amb l'objectiu de consolidar Catalunya com a destinació multiopció, aprofitant totes les possibilitats que ofereix el nostre patrimoni tant material com immaterial, volem apostar per la qualitat"*** però ha afegit que ***"avui dia, la qualitat ja és una obligació, i cal més, sofisticar l'oferta en funció d'una demanda cada cop més sofisticada"***.



■ Comunicat de premsa ■

La inversió total arriba als 2 milions d'euros —un 5% més que al 2006— i només el suport de televisió produirà més de 222 milions d'impactes. La campanya segueix la línia iniciada l'any passat amb el missatge “*un punt de vista diferent – una mirada genial*”. Els anuncis presenten la diversitat del país utilitzant un joc d'imatges i veu *en off* que demostren que a Catalunya tot és més del que es pot esperar o imaginar i evidencia que l'oferta turística catalana és atractiva i sorprenentment variada. Les imatges que il·lustren la història es veuen a través de la perspectiva subjectiva de la persona que està vivint l'experiència en aquell moment, i la veu *en off* que s'escolta són els seus pensaments provocats per les imatges.

Un exemple d'espot dedicat al turisme urbà i cultural:

Veü: Hay un lugar donde el sol es algo más que el sol.

Imatges: el mosaic modernista en forma de sol del Parc Güell obra de Gaudí.

Veü: Donde un castillo es algo más que un castillo.

Imatges: es mostren els castellers a la ciutat de Tarragona.

Veü: Y una obra de arte también es algo más.

Imatges: sobre el paviment de Les Rambles es reproduïx l'obra de Joan Miró

Veü: Incluso ir al teatro es algo más que ir al teatro.

Imatges: l'amfiteatre romà de Tarragona.

Veü: Porque Catalunya es mucho más de lo que imaginas. Cataluña, una mirada genial.

“**Catalunya una mirada genial**” vol reforçar el posicionament de Catalunya com a destinació turística de qualitat, amb trets d'identitat que la diferencien d'altres destinacions i que al mateix temps li confereixen una forta personalitat. La campanya dóna a conèixer la diversitat de Catalunya mitjançant motivacions del turista i els productes turístics com paisatges naturals, activitats culturals, grans ciutats, esports, relax i gastronomia.

La campanya televisiva comença el proper diumenge coincidint amb el Gran Premi de Motociclisme del campionat del món al Circuit de Catalunya i durarà fins el mes de juliol buscant reforçar l'elecció de Catalunya com a destinació de vacances. Els espots es difondran a cadenes d'àmbit estatal (TVE, Antena3, Tele5, Cuatro, Canal+, Canal Viajar, Axn, Fox, i TeleMadrid). Les àrees prioritàries d'incidència de la campanya són Madrid, País Basc, Aragó i País Valencià, principals mercats emissors per Catalunya.

Pantomacada popular a Madrid

Enguany, Madrid rebrà un impacte especial de la campanya turística. Turisme de Catalunya ha contractat espais de publicitat exterior de grans dimensions en edificis de la ciutat i en estacions de tren i autobusos municipals, així com



■ **Comunicat de premsa** ■

monogràfics especials en la premsa gratuïta que es distribueix a la ciutat. El proper dilluns 11 de juny està previst donar el tret de sortida de la campanya específica a Madrid amb d'elaboració d'un "pa amb tomàquet" popular a l'estació d'Atocha, al Jardí Botànic.

Més de 222 milions d'impactes televisius

En total, la campanya consta de quatre espots diferents dedicats a platges, natura i turisme interior, a turisme urbà i cultural i un específic de Costa Daurada de 20" de durada i de tres espots reduïts de 10" sobre les tres primeres versions. La previsió és sumar més de mig miler de passes televisius que produiran 222 milions d'impactes sobre el públic espanyol.

A més de la televisió, la campanya constarà d'insercions publicitàries en premsa especialitzada de viatges, dominicals, suplementos i premsa diària. En total es produiran fins a 16 anuncis gràfics diferents sobre motivacions i productes turístics catalans. La campanya ha estat dissenyada per l'empresa JWT que va ser la guanyadora del concurs creatiu convocat per la Generalitat de Catalunya.

Dades del turisme de l'Estat espanyol a Catalunya

Catalunya rep cada any prop de 5 milions de turistes de l'Estat espanyol que generen 370 milions de pernотacions a Catalunya. El mercat espanyol representa aproximadament el 20% de l'afluència turística. L'any 2006 van visitar Catalunya 4,9 milions de turistes procedents de l'Estat espanyol.

Pel que fa a la procedència dels turistes, les principals comunitats d'origen són Aragó, Madrid i País Valencià que aporten el 50% dels turistes i de les pernотacions. Catalunya és manté com segona destinació receptora de turisme de l'Estat, amb una quota del 13,2%, per darrere d'Andalusia. (Andalusia té un 16,7%).

→ Un mercat fidelitzat

Gairebé 7 de cada 10 residents a l'Estat espanyol afirma haver estat a Catalunya. I d'aquesta xifra, prop del 90% té la intenció de tornar.

→ Un mercat desestacionalitzat

Dels 4,9 milions de turistes, més de la meitat —un 51,5%— ve fora de les temporades més turístiques; és a dir en períodes diferents a l'estiu, com els ponts, Nadal, Setmana Santa o caps de setmana). En gran part ve motivat per les visites de negocis.

■ **Comunicat de premsa** ■

Del 48,5% restant, un 39,4% visita Catalunya durant les vacances d'estiu, mentre que un 45,5% ho fan en caps de setmana o ponts. (el 5,7% seria per Nadal i 9,4% Setmana Santa).

→ **Procedència dels visitants**

El principal mercat és País Valencià amb 17,8%, seguit de prop per Madrid amb un 17,2%. També destaca els procedents d'Aragó amb un 14,8% de la quota. Entre tots 3 sumen un 50%. Segueixen Andalusia (9,5%), Balears (7,3%) i País Basc (6,7%).

Per tant, en termes relatius i en funció de la seva població, els que més ens visiten són els aragonesos amb un 56,6% (una ràtio de 56,6 viatges per cada 100 habitants), segueixen les Illes Balears amb un 35,8% sobre la seva població, la Rioja amb 32,9%. Madrid té un 14% tenint en compte que té una població de més de 6 milions d'habitants.

NOTA:

Tant els espots de televisió com les imatges gràfiques de la campanya es podran veure a la web de Turisme de Catalunya www.catalunyatourisme.com

■ Comunicat de premsa ■

Quadre resum de la campanya

Inversió total	2 milions d'euros	
Milions d'impactes a TV	222	
Núm. de passes televisius	534	
Àrees prioritàries	Madrid País Basc Aragó País Valencià	
Mitjana visionat/telespectador	Àrees prioritàries	Madrid, 7 Aragó, 7 País Valencià, 6 País Basc, 6
	Resta de l'Estat espanyol	6
Cadenes de TV	Estatals	TVE Antena3 Tele5 Cuatro Canal+ Canal Viajar Axn Fox
	Autonòmiques	Tele Madrid
Mitjans gràfics	Revistes de viatges, dominicals i premsa diària	
Accions especials a televisió	TVE, T5, Cuatro, Antena3	
Núm. anuncis	TV:	1 spot genèric –ciutats/cultura de 20”.
		1 spot genèric – natura/interior de 20”.
		1 spot específic Costa Daurada 20”
		1 spot específic Platges 20”
		1 spot genèric –ciutat/cultura de 10”.
		1 spot genèric – natura/interior de 10”.
	Premsa:	16 models d'anuncis diferents
Localitzacions del rodatge	13 localitzacions diferents a Catalunya	
Durada de la campanya	Juny - Juliol	
Agència de Publicitat	JWT	

Les localitzacions del rodatge dels espots de han estat: Boí Taüll, Parc Nacional d'Aigüestortes, Pallars, Bellver de Cerdanya, Alt Urgell, L'Estartit, Calella de Palafrugell, Barcelona ciutat (Parc Güell i Rambles), platges del Vendrell, Tarragona ciutat (Amfiteatre i Plaça de la Catedral) i Cala Mora (Tarragona).