



---

## Catalunya inicia a la fira World Travel Market de Londres la campanya de promoció turística internacional de tardor

- El secretari de Comerç i Turisme, Oriol Balaguer, ha presentat avui a Londres la nova campanya de comunicació de Turisme de Catalunya, adreçada a promocionar les destinacions catalanes als principals mercats emissors: Regne Unit, França i Alemanya.
- Durant la WTM, un autobús folrat amb l'eslògan de la campanya circularà pels carrers de Londres, i es realitzaran actuacions de publicitat exterior als aeroports de Heathrow, Gatwick, Standed i Luton.
- La campanya, d'un cost total d'1,3 milions d'euros, s'emetrà durant el mes de novembre, consta d'espots televisius a cadenes d'àmbit internacional com CNN, BBC o CNBC, i d'insercions publicitàries a premsa internacional.

Dimarts, 7 de novembre de 2006.— Catalunya estrena a Londres la nova campanya de promoció turística internacional per a la temporada de tardor i hivern, coincidint amb la celebració de la fira World Travel Market (WTM) a la capital britànica. El secretari de Comerç i Turisme, Oriol Balaguer, i el director de Turisme de Catalunya, Ignasi de Delàs, han presentat avui a l'estand català de la WTM la nova campanya publicitària que té per objectiu reforçar el posicionament de Catalunya en el mercat europeu, el més important per Catalunya. La campanya, que té un cost total d'1,3 milions d'euros, consta d'un spot televisiu i d'insercions publicitàries a mitjans d'àmbit europeu.

El secretari de Comerç i Turisme, Oriol Balaguer, ha explicat la importància d'iniciar la campanya a Londres ja que el turisme procedent del Regne Unit **“és molt important pel sector turístic català, amb més de 2,3 milions de turistes durant l'any 2005 i més de 17 milions de pernотacions”**. Segons Balaguer, l'objectiu de la campanya és fidelitzar i desestacionalitzar aquest mercat més enllà dels mesos d'estiu; **“per això presentem a Londres una oferta exclusiva i diferenciada, amb**



***productes que complementen el tradicional sol i platja, com el turisme familiar, cultural, turisme urbà, golf, wellness o la gastronomia***”, ha apuntat.

Coincidint amb la celebració de la fira, Turisme de Catalunya ha previst accions específiques com és la posada en circulació a Londres d'un bus-transfer amb publicitat personalitzada de la campanya amb l'eslògan “*Catalonia, a brilliant view*” (Catalunya, una mirada genial), i també altres accions de publicitat exterior al recinte firal ExCel, com la col·locació de lones interiors i opis. En el marc de la campanya específica en el mercat britànic, es preveuen durant el mes de novembre diverses accions de publicitat exterior als aeroports londinencs de Heathrow, Gatwick, Standed i Luton.

La campanya de tardor consta també d'un espot promocional de 20 segons de durada que s'emetrà durant el mes de novembre a les cadenes CNN, BBC, Eurosport, Discovery Channel i CNBC.

A més de les accions previstes al mercat Britànic, Turisme de Catalunya estén la campanya a la resta d'Europa, amb un pla d'accions de comunicació a Alemanya i França que, juntament amb Regne Unit representen més del 50% del total de turistes estrangers que visiten Catalunya anualment. Concretament, es realitzaran accions de publicitat exteriors als aeroports de Munic i Frankfurt.