

■ Comunicado de prensa ■

---

## Cataluña se promociona en autobuses y estaciones de metro de Londres durante la principal feria turística del mundo, la WTM'05

Turisme de Catalunya ha diseñado una campaña de comunicación en el Reino Unido para promocionar Cataluña como destino turístico de calidad. La directora general de Turismo, Isabel Galobardes, ha presentado la campaña coincidiendo con la celebración del salón World Travel Market 2005 de Londres que se inaugura hoy.

Lunes, 14 de noviembre de 2005– La directora general de Turismo de la Generalitat de Catalunya, Isabel Galobardes, y el director de Turisme de Catalunya, Ignasi de Delàs, han presentado esta mañana en Londres una campaña publicitaria de amplia cobertura que pretende posicionar la marca *Catalunya* entre los potenciales turistas británicos. La presentación ha coincidido con la inauguración del stand de Cataluña en el salón World Travel Market 2005 (WTM'05), considerado uno de los certámenes profesionales turísticos más importantes del mundo.

La directora general de Turismo ha detallado que durante el mes de noviembre 75 autobuses circulan por el centro de Londres con los laterales forrados con el eslógan *"Catalonia makes you feel good"* y 50 carteles publicitarios con mensajes como *"Catalonia is good for your family"* o *"Catalonia is good for your smile"*, están situados en 30 estaciones de metro de la capital de alta concurrencia. **"El objetivo es hacer visible la marca Catalunya entre los ciudadanos de Londres y potenciales clientes, precisamente durante unos días en que los profesionales del turismo cierran los primeros contratos y catálogos para la próxima temporada"**, ha explicado Galobardes.

Además de la presencia en el transporte público londinense, Turisme de Catalunya complementa el esfuerzo visual con otras acciones como publicidad en los especiales de viajes de los diarios *The Times* y *The Daily Telegraph*, la decoración de un autocar diseñado especialmente para la ocasión con imágenes de la campaña publicitaria catalana que circulará por la ciudad de Londres durante todos los días que dura el salón o la colocación de una lona de 6x6 metros en el recinto ferial donde se celebra la WTM'05.



■ **Comunicado de prensa** ■

Isabel Galobardes señala la importancia del Reino Unido para el sector catalán: ***“un mercado como el británico es clave para nuestro sector turístico; 2,2 millones de turistas anuales justifican el diseño de una campaña especial que, por otro lado, nunca antes se había llevado a cabo”***.

Como complemento a esta acción promocional específica en el mercado británico, también durante el mes de noviembre, el canal internacional Eurosport emite un spot de televisión promocional de Cataluña de 20 segundos. En poco más de tres semanas están previstos unos 200 pases del anuncio de Cataluña en este canal que cuenta con una cobertura superior a los 100 millones de hogares y un seguimiento diario de 11 millones de espectadores.

Ignasi de Delàs ha explicado la intención de ampliar esta campaña específica del Reino Unido al resto de Europa para aumentar la presencia y la notoriedad de la marca *Catalunya*. ***“Turisme de Catalunya destinará más de 1,5 millones de euros en comunicación promocional en las principales ciudades europeas, principalmente en aquellas que cuentan con conexión directa con los aeropuertos catalanes de Barcelona, Girona-Costa Brava y Reus-Costa Daurada”***, ha informado De Delàs.

### **Londres cierra la gira gastronómica internacional de Turisme de Catalunya**

Hoy por la noche, también en el marco de la WTM'05, Turisme de Catalunya organiza una presentación gastronómica dirigida a los profesionales del sector. El Royal Horseguards Hotel acoge la presentación de los restauradores del colectivo *La Cuina del Berguedà*, que prepararán diferentes platos en directo.

La presentación en Londres cierra la gira internacional que ha organizado Turisme de Catalunya, coincidiendo con el Año de la Gastronomía. El objetivo de esta iniciativa es consolidar el producto gastronómico catalán como atractivo turístico de primer orden. Otras etapas de este tour gastronómico han sido las ciudades de Chicago, Minneápolis, Roma, Aichi, Lión, Moscú y Turín. Las presentaciones cuentan con colectivos y cocineros catalanes de prestigio internacional y tienen como ejes vertebradores los productos, el territorio y la cocina. La gastronomía catalana vive un momento extraordinario por el reconocimiento internacional de que goza. El potencial culinario se ha convertido en uno de los principales productos turísticos que dotan de valor el destino catalán. La posibilidad de ofrecer un producto de alta calidad como es la gastronomía permite disponer de una ventaja inmejorable ante otros mercados competidores.

**Para ampliar la información:**

Gabinete de Prensa y Comunicación de Turisme de Catalunya. Tel.: 93 484 98 89