



■ Comunicado de prensa ■

---

## **Turisme de Catalunya apuesta por los mercados catalán y español en la campaña de invierno**

- **El objetivo de la campaña valorada en 1,2 millones de euros es captar a estos visitantes más allá de los meses de verano promocionando productos como el turismo urbano, cultural, de naturaleza y de nieve.**
- **Madrid, la Comunitat Valenciana, Aragón y el País Vasco son los mercados prioritarios, además de Catalunya.**

Martes, 2 de enero de 2008— Turisme de Catalunya ha invertido 1,2 millones de euros en una nueva campaña de publicidad para atraer turistas catalanes y del resto de España durante los meses de invierno. Los anuncios hacen un énfasis especial en productos que permiten desestacionalizar la temporada como el turismo urbano, cultural, de naturaleza y de nieve.

La campaña para el mercado español cuenta con un presupuesto de 800.00 euros y sigue la línea iniciada este verano con el mensaje de que en Cataluña todo es más de lo que se puede esperar o imaginar, evidenciando que la oferta turística catalana es atractiva y sorprendentemente variada.

Madrid recibe este año un impacto especial de esta campaña turística. Turisme de Catalunya ha contratado espacios de publicidad exterior en el Aeropuerto de Barajas y en estaciones de tren, metro y autobuses, así como un impacto importante en la prensa gratuita de la ciudad. Esta presencia en Madrid se completa con anuncios en la prensa de otros mercados prioritarios como son la Comunidad Valenciana, Aragón y el País Vasco.



■ **Comunicado de prensa** ■

## **Emisor del resto de España**

Cataluña recibe cada año cerca de 5 millones de turistas del resto de comunidades que generan 30 millones de pernoctaciones en Cataluña y aproximadamente el 20% de la afluencia turística global. Cataluña se mantiene como segundo destino receptor de turismo interior, con una cuota del 13,2%, por detrás de Andalucía.

De los 5 millones de turistas, más de la mitad visita Cataluña fuera de la temporada de verano, como son los puentes, Navidades, Semana Santa o fines de semana. El principal mercado emisor es la Comunidad Valenciana con una cuota del 17,8%, seguido de Madrid, con un 17,2%. Le siguen los turistas procedentes de Aragón (14,8%), Andalucía (9,5%), Baleares (7,3%) y el País Vasco (6,7%).

## **Campaña de nieve en Cataluña**

Por lo que respecta al mercado interior catalán, Turisme de Catalunya ha lanzado una campaña específica de promoción del turismo de nieve valorada en cerca de 400.000 euros. Esta inversión incluye acciones especiales en el programa "Temps de Neu", del Canal 33, y también en TV3. La presencia televisiva se complementa con cuñas de radio e inserciones publicitarias en prensa y revistas especializadas con el eslogan *Que no t'ho expliquin* (Que no te lo expliquen).

Los catalanes generaron en 2006 un total de 26,7 millones de viajes, de los cuales el 64% fueron en la propia Cataluña; el 24,7%, en el resto de España; y el 11,3% restante, en el extranjero. El turismo catalán supone más del 20% del total de turismo que recibe Cataluña.

Por lo que se refiere a Cataluña se detecta una creciente desestacionalización vinculada sobre todo a las nuevas formas de alojamiento como el turismo rural, así como a nuevos destinos de interior.

En cuanto a los destinos catalanes más visitados en 2006, el 34% de los catalanes escogió el litoral norte; el 26%, el litoral sur; el 24%, los Pirineos; el 12%, la Cataluña interior; y el 4%, Barcelona. Analizando las pernoctaciones de los catalanes, el 38% de los catalanes pernoctó en destinos del litoral norte de Cataluña, el 28% en la costa sur, seguida de los Pirineos, con el 12% de las pernoctaciones, el 9% en la Cataluña interior y el 3% en Barcelona.