



Nova campanya de promoció turística de Catalunya a l'estat espanyol

- **Amb l'eslògan '*Catalunya, una mirada genial*,' Turisme de Catalunya aposta per fidelitzar als més de 5 milions de turistes espanyols que van visitar Catalunya l'any 2005.**
- **La campanya, que consta d'espots de televisió i d'insercions en premsa, aposta per donar a conèixer Catalunya com una destinació singular i diversa, basada en l'originalitat de catalans universals com Gaudí o Dalí i les manifestacions culturals i populars catalanes.**
- **La campanya s'emetrà durant els mesos de juny i juliol en mitjans d'àmbit estatal a les Comunitats Autònomes que més turistes emeten cap a Catalunya.**

Dimarts, 20 de juny de 2006.— La nova campanya de promoció turística de Catalunya a l'Estat espanyol '*Catalunya, una mirada genial*' presenta les destinacions catalanes a través de la genialitat de catalans universals com *Gaudí* i *Dalí*, la gastronomia i manifestacions culturals catalanes com els *castellers*. El conseller d'Economia i Finances, Antoni Castells, juntament amb el secretari de Comerç i Turisme, Oriol Balaguer, ha presentat avui la nova campanya de promoció turística de Catalunya, valorada en 1,95 milions d'euros, que té com a objectiu fidelitzar els turistes procedents de l'Estat espanyol, un dels principals mercats emissors per Catalunya.

Després de dos anys consecutius amb la campanya '*Catalunya te sienta bien*', basada en la percepció de sensacions, Turisme de Catalunya aposta per una fórmula innovadora a partir del concepte 'punt de vista diferent' com a eix central de missatge. En aquest sentit l'anunci de televisió, que mostra les imatges invertides 180º, pretén transmetre al públic la descoberta d'un país en el qual es pot gaudir plenament d'una gran varietat de recursos turístics de qualitat, de l'originalitat dels catalans universals i de les manifestacions culturals.



La campanya televisiva s'emet des d'avui i fins a principis de juliol amb l'objectiu de reforçar l'elecció de Catalunya com a destinació de vacances. Els espots es difondran a cadenes d'àmbit estatal (TVE, Antena3, Tele5, Cuatro, Canal+, Axn, Fox, Cosmopolitan TV) i autonòmic amb un reforç especial a les Comunitats Autònomes de Madrid, País Valencià, Aragó, País Basc, Navarra i La Rioja (TeleMadrid, Antena Aragón, Canal9 i ETB2).

Prop de 250 milions d'impactes televisius

En total, la campanya consta de cinc espots diferents: un genèric i dos d'específics dedicats a Costa Brava i Costa Daurada d'una durada de 20" respectivament. També s'han realitzat dos espots específics dedicats a l'oferta de platges i interior de 10". El pressupost de la nova campanya de promoció turística de la Generalitat és d'un total d'1,95 milions d'euros. L'emissió dels espots suposarà un total de 247 milions d'impactes televisius.

Genèric: Tejados que son dragones / Teatros que son museos / Aire que se come / Cada vez que descubres Catalunya, Catalunya te descubre otra forma de mirar / Catalunya, un punto de vista diferente / Una mirada genial.

Platges i interior: Cada vez que descubres Catalunya, Catalunya te descubre otra forma de mirar / Catalunya, un punto de vista diferente / Una mirada genial.

Costa Brava: Playas que están en museos / Casas que son esculturas / Aire que se come / Cada vez que descubres la Costa Brava, la Costa Brava te descubre otra forma de mirar / Costa Brava, un punto de vista diferente / Una mirada genial.

Costa Daurada: Fuego en el agua / Pasado que es presente / Tierras que están en el cielo / Cada vez que descubres la Costa Daurada, la Costa Daurada te descubre otra forma de mirar / Costa Daurada, un punto de vista diferente / Una mirada genial.

A més, la campanya constarà d'insercions publicitàries en premsa especialitzada i suplementos. En total es mostraran 4 anuncis, un de genèric ("**Tejados que son dragones**") i tres d'específics per a les marques Costa Daurada ("**Enséñales a tus hijos el sol que vio Miró**"), Costa Brava ("**Playas Pintadas**") i Terres de Lleida ("**Montañas encantadas**").

Per altra banda, en la realització de la campanya Turisme de Catalunya ha comptat amb la col·laboració del cuiner Jean Luc Figueras que ha creat un plat especial per a l'ocasió ("**filets de rogers amb arròs a banda i líquid amb verdures i safrà**").



El 70% dels espanyols ha visitat alguna vegada Catalunya

Segons l'informe elaborat per l'Observatori de Turisme de Catalunya del turisme procedent de l'Estat espanyol, el 67% afirma haver visitat Catalunya almenys en una ocasió. D'aquests, 6 de cada 10 declara haver-hi estat un mínim de 3 vegades.

El grau de fidelització és força elevat. D'entre els que ja han visitat anteriorment el país, la gran majoria –un 90%– assegura que tornaria a repetir amb la destinació.

Pel que fa a la millor època de l'any per visitar les destinacions catalanes, es constata la tendència a la desestacionalització en aquest mercat; el 80% declara que li és indiferent l'època de l'any per visitar Catalunya.

El perfil del visitant espanyol acostuma a viatjar en família, utilitza el cotxe com a mitjà habitual i s'allotja preferentment en hotel, seguit de la casa de familiars i amics.

Catalunya rep 5,2 milions de turistes espanyols durant l'any 2005

L'any 2005, Catalunya ha rebut 5,2 milions de turistes espanyols (+3,2%), que han generat 31,7 milions de pernoctacions (+1,3%). El mercat espanyol aporta aproximadament el 20% de l'afluència turística. La despesa realitzada pel turisme espanyol és d'1,68 milions d'euros, amb un increment del 2% respecte l'any anterior.

Pel que fa a al procedència dels turistes, les principals Comunitats d'origen són Aragó, Madrid, País Valencià aporten pràcticament la meitat dels turistes (48,5%) i 42,2% pernoctacions. Els majors increments s'han registrat a País Valencià (+4,8%) i al conjunt format per les Comunitats del sud (+5%). Pel que fa a les pernoctacions, les Comunitats que més han incrementat respecte l'any anterior són Madrid (+3,7%) i el conjunt format per les Comunitats del Nord (+4,4%).

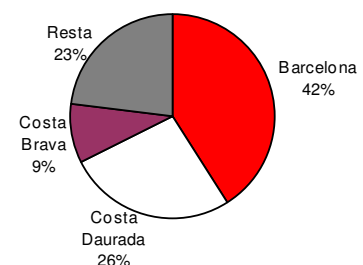
Les destinacions més visitades pels turistes espanyols són Barcelona i Costa Daurada; entre les dues reben aproximadament el 65% del total de turistes i pernoctacions. Les marques més que més es beneficien de l'increment de turistes espanyols són Costa del Maresme (+13,8%). En pernoctacions, les més dinàmiques són les marques Pirineus (+19,6%) i Catalunya Central (+8,8%).

Turistes i pernoctacions dels espanyols de la resta de l'Estat a Catalunya.
 Gener-desembre 2005, segons marca turística de destinació

| Marca turística | Gener-des. 05 (milers) | | % Var. 05/04 | |
|-------------------|------------------------|---------------|--------------|-------------|
| | Turistes | Pernoct. | Turistes | Pernoct. |
| Costa Brava | 494 | 3.845 | 6,0% | 2,5% |
| Costa Daurada | 1.369 | 9.825 | 0,3% | -1,0% |
| Pirineus | 207 | 1.234 | 6,7% | 19,6% |
| Catalunya Central | 360 | 2.035 | 5,1% | 8,8% |
| Costa de Garraf | 283 | 1.759 | 5,0% | 3,4% |
| Costa del Maresme | 202 | 1.230 | 13,8% | 1,3% |
| Terres de Lleida | 152 | 1.130 | 2,9% | -0,7% |
| Barcelona | 2.153 | 10.640 | 2,7% | -0,2% |
| Total | 5.221 | 31.698 | 3,2% | 1,3% |

Font: Direcció General de Turisme i IDESCAT.

Turisme espanyol a Catalunya. Gener-desembre 2005, segons marca turística de destinació





Contractació i organització del viatge

Els turistes espanyols que visiten Catalunya acostumen a viatjar en família en un 63%; el 20,1% viatja en grup i el 16,9% viatja sol. A l'hora de contractar el viatge, més del 70% opta per la contractació directa.

Forma d'organitzar el viatge del turisme de la resta de l'Estat a Catalunya. Gener-desembre 2005

| Organització | Milers | % vertical | %Var.05/04 |
|---------------------|--------------|-------------|-------------|
| Directe | 3.728 | 71,4% | 3,3% |
| Agències de viatges | 1.124 | 21,5% | 2,2% |
| Altres | 369 | 7,1% | 5,3% |
| Total | 5.221 | 100% | 3,2% |

Font: Direcció General de Turisme i IDESCAT.

Pel que fa al tipus d'allotjament, l'hotel és la tipologia més habitual en més de la meitat dels espanyols (51,3%) i concentra el 23,8% del total de pernотacions. L'hotel és també l'allotjament que registra un creixement interanual més elevat (+16,2%).



Quadre resum de la campanya

| | |
|--|--|
| Inversió total | 1,9 milions d'euros |
| Milions d'impactes a TV | 247.000.000 |
| Núm. de passes televisius | 710 |
| Àrees prioritàries | Madrid, País Basc, Aragó, País Valencià, Navarra i La Rioja |
| Promig de vegades que un telespectador veurà l'anunci | Àrees prioritàries: Madrid, 9; Aragó, 9,4; País Valencià, 9; País Basc, 10; Navarra i La Rioja, 8 Resta de l'Estat Espanyol: 8 |
| Cadenes de TV Estatals Autonòmiques Estrangeres | TVE, Antena3, Tele5, Cuatro, Canal+, Axn, Fox i Cosmopolitan TV Tele Madrid, Antena Aragón, Canal9 i ETB2 Eurosport i Discovery Chanel |
| Mitjans gràfics | Revistes de viatges, dominicals i premsa diària |
| Accions especials a televisió | Cuatro, Antena3, Axn, Fox, Cosmopolitan TV |
| Núm. anuncis | TV: 1 spot genèric de 20" 1 spot específic Costa Brava 20" 1 spot específic Costa Daurada 20" 1 spot específic Platges 10" 1 spot específic Interior 10" Premsa: 4 models d'anuncis diferents |
| Localitzacions del rodatge | 21 localitzacions diferents a Catalunya |
| Durada de la campanya | Juny - Juliol |
| Agència de Publicitat | Yellow |