

---

## Catalunya es promociona turísticament als autobusos i estacions de metro de Londres durant la principal fira turística del món, la WTM'05

Turisme de Catalunya ha dissenyat una campanya de comunicació al Regne Unit per promoure Catalunya com a destinació turística de qualitat. La directora general de Turisme, Isabel Galobardes, ha presentat la campanya coincidint amb la celebració del saló World Travel Market 2005 de Londres que s'inaugura avui.

Dilluns, 14 de novembre de 2005– La directora general de Turisme de la Generalitat de Catalunya, Isabel Galobardes, i el director de Turisme de Catalunya, Ignasi de Delàs, han presentat aquest matí a Londres una campanya publicitària d'àmplia cobertura que pretén posicionar la marca Catalunya entre els potencials turistes britànics. La presentació ha coincidit amb la inauguració de l'estand de Catalunya al saló World Travel Market 2005 (WTM'05), considerat un dels certàmens professionals turístics més importants del món.

La directora general de Turisme ha detallat que durant el mes de novembre 75 autobusos circulen pel centre de Londres amb els laterals folrats amb l'eslògan *"Catalonia makes you feel good"* i 50 cartells publicitaris amb missatges com ara *"Catalonia is good for your family"*, *"Catalonia is good for your smile"* o *"Catalonia is good for your imagination"*, estan situats a 30 estacions de metro d'alta concurrència de la capital. ***"L'objectiu és fer visible la marca Catalunya entre els ciutadans de Londres i potencials clients, just els dies que els professionals del turisme tanquen els primers contractes i catàlegs per a la propera temporada"*** ha dit Galobardes.

A més de la presència al transport públic londinenc, Turisme de Catalunya complementa l'esforç visual amb altres accions com la publicitat en els especials de viatges dels diaris *The Times* i *The Daily Telegraph*, la decoració d'un autocar dissenyat especialment per a l'ocasió amb imatges de la campanya publicitària catalana que circularà per la ciutat de Londres durant tots els dies que dura el saló o la col·locació d'una lona de 6x6 metres al recinte firal on té lloc la WTM'05.

Isabel Galobardes assenyala la importància del Regne Unit per al sector català: ***"un mercat com el britànic és clau per al nostre sector turístic. 2,2 milions de***



***turistes anuals justifiquen el disseny d'una campanya especial que per altra banda, mai abans s'havia fet***".

Com a suport a aquesta acció promocional específica del mercat britànic, també durant el mes de novembre, el canal internacional Eurosport emet un spot de televisió promocional de Catalunya de 20 segons. En poc més de tres setmanes estan previstos uns 200 passes de l'anunci de Catalunya en aquest canal que compta amb una cobertura superior als 100 milions de llars i un seguiment diari d'11 milions d'espectadors.

El director de Turisme de Catalunya, Ignasi de Delàs, ha explicat la intenció d'ampliar aquesta campanya específica del Regne Unit a la resta d'Europa per tal d'augmentar la presència i la notorietat de la marca Catalunya. ***"En conjunt Turisme de Catalunya destinarà més d'1,5 milions d'€ en comunicació promocional a les principals ciutats europees, principalment aquelles que compten amb connexió directa amb els aeroports catalans de Barcelona, Girona-Costa Brava i Reus-Costa Daurada"*** ha dit De Delàs.

### **Londres clou la gira gastronòmica internacional de Turisme de Catalunya**

Avui a la nit, també en el marc de la WTM'05, Turisme de Catalunya organitza una presentació gastronòmica dirigida als professionals del sector turístic. El Royal Horseguards Hotel acull la presentació dels restauradors del col·lectiu La Cuina del Berguedà, que prepararan diferents plats en directe.

La presentació a Londres clou la gira internacional que organitza Turisme de Catalunya, coincidint amb la celebració de l'Any de la Gastronomia. L'objectiu d'aquesta iniciativa és impulsar i consolidar el producte gastronòmic català com a atractiu turístic de primer ordre. Altres etapes d'aquest tour gastronòmic són les ciutats de Xicagó, Minneàpolis, Roma, Aichi, Lió, Moscou i Torí. Les presentacions compten amb la presència de col·lectius i cuiners catalans de prestigi internacional i tenen com a eixos vertebradors els productes, el territori i la cuina.

La gastronomia catalana viu un moment extraordinari pel reconeixement internacional que gaudeix. El potencial culinari s'ha convertit en un dels principals productes turístics que doten de valor a la destinació catalana. La possibilitat d'oferir un producte d'alta qualitat com és la gastronomia permet disposar d'una avantatge immillorable davant d'altres mercats competidors.



## TURISME A CATALUNYA - ANY 2004

### MERCAT TOTAL

Turistes, pernотacions i estada mitjana per mercat d'origen. Any 2004.

<i>Mercat</i>	<i>Turistes (milers)</i>	<i>% Var 04/03</i>	<i>Pernотocs (milers)</i>	<i>% Var 04/03</i>	<i>Estada mitjana</i>
Estranger <sup>1</sup>	13.470	8,7%	111.354	12,1%	8,3
Espanyol <sup>2</sup>	5.060	5,8%	31.294	7,3%	6,2
Català <sup>2</sup>	4.148	1,5%	18.304	3,3%	4,4

Font: <sup>1</sup> - Turisme de Catalunya i Institut d'Estadística de Catalunya, a partir de les dades de Frontur de l'IET.

<sup>2</sup> - Turisme de Catalunya i Institut d'Estadística de Catalunya.

### MERCAT ESTRANGER

Turistes, pernотacions i estada mitjana d'estrangers per país de procedència. Any 2004.

<i>País</i>	<i>Turistes (milers)</i>	<i>% Var 04/03</i>	<i>Pernотocs (milers)</i>	<i>% Var 04/03</i>	<i>Estada mitjana</i>
França	3.566	6,4%	27.153	-1,2%	7,6
<b>Regne Unit</b>	<b>2.223</b>	<b>18,0%</b>	<b>18.662</b>	<b>22,8%</b>	<b>8,4</b>
Bèlgica i P.Baixos	1.488	-1,0%	15.388	5,7%	10,3
Alemanya	1.393	3,7%	14.959	4,9%	10,7
Itàlia	986	34,0%	7.210	31,8%	7,3
Suïssa	326	1,8%	3.158	3,1%	9,7
Estats Units i Japó	596	0,6%	2.822	14,4%	4,7
Països nòrdics	330	1,3%	2.465	10,9%	7,5
Federació Rússia	134	3,9%	1.345	16,1%	10,0
Altres països	2.429	9,8%	18.193	35,5%	7,5
<b>Total</b>	<b>13.470</b>	<b>8,7%</b>	<b>111.354</b>	<b>12,1%</b>	<b>8,3</b>

Font: Turisme de Catalunya i Institut d'Estadística de Catalunya, a partir de les dades de Frontur de l'IET.

### MERCAT BRITÀNIC

Turisme britànic que visita Catalunya. Anys 2003 i 2004.

	<b>Any 2003</b>	<b>Any 2004</b>
Turistes ( <i>milers</i> )	1.883	2.223
Pernотacions ( <i>milers</i> )	15.195	18.662
Estada mitjana	8,1	8,4

Font: Turisme de Catalunya i Institut d'Estadística de Catalunya, a partir de les dades de Frontur de l'IET.

Britànic respecte al total de turistes estrangers a Catalunya. Anys 2003 i 2004.

	<b>Any 2003</b>	<b>Any 2004</b>
Turistes estrangers ( <i>milers</i> )	12.393	13.470
Variació respecte l'any anterior	0,6%	8,7%
Turistes britànics ( <i>milers</i> )	1.883	2.223
Variació respecte l'any anterior	24,2%	18,0%
% que representa	15,2%	16,5%
Pernотacions estrangers ( <i>milers</i> )	99.304	111.354
Variació respecte l'any anterior	-4,8%	12,1%
Pernотacions dels britànics ( <i>milers</i> )	15.195	18.662
Variació respecte l'any anterior	20,9%	22,8%
% que representa	15,3%	16,8%
Estada mitjana estrangers	8,0	8,3
Estada mitjana dels britànics	8,1	8,4

Font: Turisme de Catalunya i Institut d'Estadística de Catalunya, a partir de les dades de Frontur de l'IET.