

2008, l'Any de Catalunya a Itàlia

- **Turisme de Catalunya durà a terme el pla de promoció turístic més ambiciós que mai hagi fet en aquest mercat.**
- **L'objectiu és que el mercat italià es consolidi com el 4rt mercat emissor cap a Catalunya i arribar als 1,5 milions de turistes.**
- **La campanya pretén desestacionalitzar i donar a conèixer el conjunt de marques catalanes, avui les destinacions preferents dels italians són Barcelona i la Costa Brava.**

Dimecres, 16 d'abril de 2008.— El conseller d'Innovació, Universitats i Empresa, Josep Huguet, ha presentat a Roma les activitats de promoció que conformen "l'Any de Catalunya a Itàlia". Turisme de Catalunya es centrarà el 2008 en el mercat italià, per la qual cosa ha confeccionat un pla d'accions dirigides específicament cap a aquest mercat. Es destinarà més d'1 milió d'euros per portar-ho a terme, 600.000€ aportats per Turisme de Catalunya i uns 400.000€ en aportacions dels patrocinadors privats.

Els cinc objectius principals de l'Any d'Itàlia són: posicionar "Catalunya" com a destinació líder al mercat italià, especialment en turisme cultural i gastronòmic; influir en el consumidor que s'organitza directament el seus viatges; incidir també en el sector intermediari —turoperadors i agències de viatges— per tal que prioritzi la programació de Catalunya en la seva oferta de productes i serveis; aconseguir una alta notorietat i presència de Catalunya en els mitjans de comunicació italià, i per últim, posicionar el Centre de Promoció de Turisme de Catalunya a Itàlia com un referent per als turoperadors i periodistes italians.

La presentació ha tingut lloc al centre cultural Chioistro del Bramante de Roma i ha comptat amb la presència del president del Comitè Executiu de Turisme de Catalunya, Joan Carles Vilalta, i el director de Turisme de Catalunya, Ignasi de Delàs.

L'Any d'Itàlia és fruit de la implicació i col·laboració d'empreses i institucions catalanes que han sumat esforços amb Turisme de Catalunya per portar a terme un programa d'activitats de fort impacte tant en l'àmbit professional com amb el públic final. Mai abans Catalunya havia realitzat una acció promocional d'aquesta envergadura al mercat italià.



■ **Comunicat de premsa** ■

Itàlia, un dels principals mercats emissors a Catalunya

Itàlia és el quart mercat emissor cap a Catalunya, amb 1,3 milions de turistes l'any i, d'entre els mercats madurs, el que ha presentat un índex de creixement més important durant els darrers anys (el 15% en dos anys, 2005/07). Pel que fa al perfil, el turista italià acostuma a fer viatges de més d'una setmana, principalment motivats per l'oci i les vacances (67%) o les fires i els congressos (25%). Realitza una despesa diària d'uns 102 euros. Així mateix, acostuma a viatjar majoritàriament sense paquet turístic i en avió.

Amb tot, el turisme italià se centra principalment a la ciutat de Barcelona i en alguns punts de la Costa Brava. Amb la posada en marxa de "L'Any de Catalunya a Itàlia" es pretén, doncs, convidar el mercat italià a redescobrir Catalunya des d'una òptica més àmplia, amb tota la seva diversitat de productes i marques turístiques, tot afavorint la desestacionalització d'aquest mercat.

La gastronomia i el turisme religiós són dos atractius de Catalunya amb potencial per atreure turistes italians. Els viatges de culte religiós atrauen a Catalunya milers de turistes de tot el món i en aquest sentit, anualment els italians fan més d'1 milió de viatges amb motivació religiosa. La tendència és a incrementar-se els propers anys. El turista religiós italià té entre 40 i 60 anys, demostra un alt interès pel turisme cultural, visita monuments i esglésies i té poder adquisitiu mitjà-alt.

Pla d'accions 2008

Turisme de Catalunya, que compta amb un Centre de Promoció Turística permanent a Itàlia (Milà) des del 2006, durà a terme un extens pla d'accions pensat per incidir sobre els professionals turístics i sobre el públic final.

Accions per a professionals

- **Workshops.** Turisme de Catalunya organitza 3 missions empresarials a les ciutats de Milà (2 abril), Nàpols (3 abril) i Roma (15 abril) on el sector turístic català mantindrà reunions comercials individualitzades amb els operadors turístics italians. En aquests workshops participen una trentena d'empreses catalanes.
- **Viatges de familiarització i premsa.** Turisme de Catalunya organitzarà fins a 8 programes de familiarització per a turoperadors i periodistes italians per tal que coneguin de primera mà l'oferta catalana. (juny-octubre)
- **Presentació de Catalunya** dirigida a agents de viatges i professionals de la intermediació turística del nord d'Itàlia. (juny)
- **Jornada de formació als agents de viatge** membres de la Federació Italiana d'Agències de Viatges. L'objectiu és que els professionals associats a la FIAVET rebin una informació detallada sobre l'oferta turística catalana i puguin assessora i recomanar la destinació als seus clients. (octubre)

■ **Comunicat de premsa** ■

Accions per a públic final

- **Setmana Catalana a Roma** a les Gallerie Alberto Sordi, on hi haurà un estand d'informació al públic i es farà una degustació de productes típics catalans. El 23 d'abril se celebrarà la diada de Sant Jordi, amb regal de roses i punts de llibre. A més es presentarà un catàleg de Rutes Literàries en italià. (16-23 abril)
- **Jornades promocionals al Fidenza Village de Value Retail i a altres centres comercials d'Itàlia.** Fidenza Village és el village de Value Retail – companyia a la qual pertany, entre altres, l'outlet shopping La Roca Village i Las Rozas Village – que està situat a prop de Milà. Tant a Fidenza com a altres establiments de gran afluència de públic s'hi instal·larà un punt d'informació turística, un punt de tast gastronòmic i una zona d'exposició cultural amb una parada de llibres i lliurament de roses. També s'han previst actuacions musicals. Altres zones escollides per a aquesta promoció són Toscana i Lombardia-Liguria. (maig-juny)
- **Campanya de publicitat** en col·laboració amb empreses patrocinadores i col·laboradores. Es sumaran els esforços publicitaris de Turisme de Catalunya i les empreses privades per portar a terme una campanya de posicionament de la marca "Catalunya". (primavera)
- **Marketing directe a gran públic.** Turisme de Catalunya realitzarà accions de marketing directe adreçades a uns 200.000 contactes, convidant-los a assistir a les accions de gran públic que s'organitzen a Itàlia. Destaca especialment l'acció de mailing que es realitzarà conjuntament amb La Roca Village, i que anirà adreçada als 100.000 clients del village de Fidenza (maig-juny)
- **Jornada Castellera a Pisa,** a la Piazza dei Miracoli. En aquesta acció participaran els Patronats de Turisme de les Diputacions de Barcelona, Girona, Lleida i Tarragona. S'instal·laran diferents punts d'informació turística i punts de tast gastronòmic per tot el públic assistent. (21-22 juny).

Altres accions

- **Presentació de Catalunya a Roma,** dirigida als professionals de la capital italiana, inclou un cocktail gastronòmic al Chiostro del Bramante elaborat per Girona Bons Fogons. (15 abril)
- **Show Cooking** a la Città del Gusto (Gambero Rosso) a càrrec del xef Joan Roca, del Celler de Can Roca -2 estrelles Michelin-. Estan convidats crítics gastronòmics i periodistes especialitzats. (16 abril)
- **Concert de l'Escolania de Montserrat** a l'Església Santiago i Montserrat de Roma. (28-30 abril)

■ **Comunicat de premsa** ■

- **La gastronomia catalana al Salone del Gusto de Torí.** Es tracta de la fira gastronòmica més important a Itàlia i al món promoguda per l'organització Slow Food. Turisme de Catalunya obre a tots els col·lectius de cuina de Catalunya la participació en aquest saló. (23-27 octubre)

Entitats col·laboradores

Per tal de dur a terme l'Any d'Itàlia, Turisme de Catalunya compta amb la implicació i col·laboració de patrocinadors i institucions que han donat suport a la iniciativa:

- **Clickair**, *la companyia aèria oficial de Catalunya en l'Any d'Itàlia*

Patrocinadors

- Grup Mahou-San Miguel
- Grup Torres
- La Roca Village (Value Retail)
- Grup Grimaldi

A més, Turisme de Catalunya també col·laborarà amb les següents entitats i organitzacions per tal d'oferir una imatge de la diversitat de Catalunya com a destinació turística:

- Patronat de Turisme de la Diputació de Girona
- Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona
- Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida
- Barcelona Meeting Total (Diputació de Barcelona)
- Turespaña
- Tren-hotel Elipsos
- Palau de la Música
- Gastroteca.cat



■ Comunicat de premsa ■

Empreses catalanes que participen al workshop de Roma, 15 d'abril.

AGENDA GESTIÓ ESPORTIVA
AVANT GRUP
BALNEARI BLANCAFORT
BARCELONA ON LINE
BONAVIA TOURS
CLICKAIR
DIPUTACIÓ BARCELONA
ELIPSOS TRENHOTEL
EVENIA HOTELS
GALLERY HOTELES
GEOLAND TOURS
GRIMALDI
GRUPO NATURA
HOTEL ALEXANDRA
MIGUEL TORRES
MONTSERRAT
PATRONAT DE TURISME DE SALOU
PORTAVENTURA
PRESTIGE HOTELS
SERVICES APARTMENTS
TOURIST FORUM
TURISME DE BARCELONA
TURISME DE CAMBRILS
VIATGES BLAU MARÍ
TURISME DE CATALUNYA