

---

## **El Departament de Comerç, Turisme i Consum aposta pel turisme familiar, cultural i gastronòmic en la campanya de promoció turística de Catalunya a l'Estat espanyol**

**El conseller Josep Huguet ha presentat avui la campanya *'Catalunya te sienta bien'*, adreçada a un mercat on el 90% dels turistes assegura que tornaria a repetir destinació segons l'estudi realitzat pel Departament sobre el grau de fidelització dels turistes espanyols.**

Dimecres, 1 de juny de 2005.– La campanya de promoció turística de Catalunya a l'Estat espanyol impulsada per Turisme de Catalunya, organisme adscrit al Departament de Comerç, Turisme i Consum, posa l'accent aquest any en el turisme familiar, les tradicions culturals, i la gastronomia. El conseller de Comerç, Turisme i Consum, Josep Huguet, ha presentat avui les novetats de la campanya de promoció turística ***Catalunya te sienta bien*** dirigida a la resta de l'Estat. La campanya, que s'emetrà durant el mes de juny, té per objectiu fidelitzar els més de 5 milions de turistes espanyols que anualment rep Catalunya. Segons una enquesta elaborada per Turisme sobre el grau de fidelització, la majoria dels turistes espanyols que ens visiten assegura que tornaria a repetir amb la destinació.

El conseller Josep Huguet ha assenyalat que ***"l'objectiu del Departament és posicionar Catalunya com una destinació que omple i diverteix, una destinació segura amb un ampli ventall de possibilitats"***. Als productes més tradicionals productes d'oci, mar i muntanya ***"cada cop se sumen més elements com la gastronomia, les festes populars i les activitats de lleure"*** –ha afegit el conseller–, ***"una clara aposta pel turisme familiar que cerca una seguretat en la proximitat i en el cost del viatge"***.

Segons el conseller Huguet, la campanya de promoció turística *Catalunya te sienta bien* ***"és una aposta estratègica per augmentar el nombre de turistes i fidelitzar els 5 milions de ciutadans espanyols que ja ens han visitat de forma continuada"***. Pel que fa als espots d'enguany, el conseller ha destacat que ***"s'ha posat l'accent en els elements identitaris que ens fan singulars com les festes populars i una gastronomia de primer nivell, i és això el què volem oferir als qui ens visiten"***.

La campanya de comunicació de Turisme de Catalunya a l'Estat espanyol ***Catalunya te sienta bien*** consta de sis espots televisius i d'insercions publicitàries a revistes especialitzades i a suplementos dominicals de premsa d'informació general, i



accions de publicitat exterior. L'import destinat pel Consorci a la promoció de Catalunya a l'Estat espanyol és d'1,6 milions d'euros. La campanya tindrà una cobertura del 91% de la població espanyola, i suposarà un total de 290 milions d'impactes televisius.

L'espot de televisió manté la línia endegada en la passada temporada, i incorpora una nova creativitat adreçada principalment a fidelitzar el turisme familiar a les destinacions catalanes, i a consolidar la promoció de productes turístics com el turisme rural, cultural i urbà. En aquest sentit, els espots mostren diferents indrets de Catalunya on l'espectador descobreix els diferents productes que ofereix la marca Catalunya. Els espots de la campanya d'enguany incorporen noves seqüències: un pare i un fill al Parc Natural d'Aigüestortes (turisme de natura, interior i familiar); una noia al costat d'una església romànica d'Alós d'Isil (natura i cultura), festes populars, (tradicions i cultura); dues nenes saltant damunt del llit d'un allotjament rural de qualitat (turisme rural i familiar); una parella sobre el pont del riu Onyar de Girona (turisme urbà).

L'anunci televisiu consta de 6 versions diferents: 2 espots genèrics de Catalunya de 20 segons, i quatre d'específics dedicats a Costa Brava (20'), Costa Daurada (20'), comarques d'interior (10') i a les platges catalanes (10').

**Espots genèrics de Catalunya (20')**: Es tracta de dos anuncis genèrics que van combinant els principals atractius que ofereix la marca Catalunya. L'espot fa les següents referències:

- |   |                             |
|---|-----------------------------|
| - <i>Catalunya le sienta bien a tu piel</i> | Costa Brava                 |
| - <i>a tu pelo</i>                          | Port Aventura,              |
| - <i>a tu sonrisa</i>                       | <i>Barcelona</i>            |
| - <i>a tu corazón</i>                       | <i>Aigüestortes</i> ),      |
| - <i>a tu espíritu</i>                      | Pont del Diable (Tarragona) |
| - <i>a tu familia</i>                       | <i>Costa Daurada</i>        |
| - <i>a tus amigos</i>                       | <i>festes populars</i>      |
| - <i>a tu imaginación</i>                   | Museu Dalí (Figueres)       |
| - <i>a tu paladar</i>                       | gastronomia                 |
| - <i>a tu ego</i>                           | Costa Brava                 |

*Catalunya te sienta bien...Ven a comprobarlo*". Les dues versions clouen amb la imatge de dues nenes saltant damunt del llit d'un allotjament rural.

**Spot Costa Brava (20')**: Aquest spot té com a objectiu la promoció de la Costa Brava com a destinació turística. El seu contingut combina l'oferta, adreçada especialment a les famílies, amb el turisme gastronòmic i el patrimoni dalinià. L'anunci diu:

- |  |                        |
|--|------------------------|
| - <i>La Costa Brava le sienta bien a corazón</i> | Girona                 |
| - <i>a tu piel</i>                               | Cala Castell (Palamós) |



- *a tu imaginación* Museu Dalí (Figueres)
- *a tu espíritu* Platja Costa Brava.

*“Catalunya te sienta bien...Ven a comprobarlo”.*

**Espot Costa Daurada (20’):** L’espot té com a objectiu la promoció de la Costa Daurada. El seu contingut combina l’oferta de la costa tarragonina amb el turisme familiar, amb el turisme cultural –patrimoni arqueològic de Tarragona– i gastronòmic:

- *La Costa Daurada le sienta bien a tu familia* Platja Costa Daurada
- *a tu pelo* Port Aventura
- *a tu espíritu* Pont del Diable (Tarragona)
- *a tu piel* Platja Costa Daurada

*Catalunya te sienta bien...Ven a comprobarlo”.*

D’altra banda, s’han realitzat dos espots més de 10 segons cadascun dedicats a la promoció de les platges del litoral català i a la promoció dels atractius turístics que ofereixen les comarques d’interior i de muntanya, relatius al turisme familiar, de natura i cultural.

Els anuncis televisius s’emetran des d’avui i fins el 24 de juny, a les televisions d’àmbit estatal (TVE, Telecinco, Antena 3) i a cadenes integrades a plataformes digitals (Calle 13, AXN, C+2, Canal Plus 1,2,3), Fox i Eurosport). L’espot també s’emetrà a les cadenes autonòmiques de les àrees considerades de promoció prioritària pel nombre de turistes que emeten. En aquest sentit, s’ha intensificat l’emissió d’espots a les cadenes ETB 1 (País Basc) i Telecinco (desconnexions Euskadi, Rioja, Navarra i Castella Lleó, coincidint amb l’emissió de *La Pilota Basca*).

La campanya en premsa es realitzarà durant els mesos de juny a setembre, i comptarà amb més de 50 insercions publicitàries en premsa i revistes especialitzades. En total, es mostraran 10 anuncis diferents relatius al turisme familiar, a les tradicions i festes populars, a la gastronomia, a les comarques d’interior, al turisme urbà, a turisme cultural, així com també anuncis específics per a les marques Costa Daurada, Costa Brava i Terres de Lleida.

Una altra de les novetats que incorpora la campanya de promoció turística de Catalunya a l’Estat espanyol és la col·laboració del cuiner Karlos Arguiñano en l’àmbit gastronòmic de la campanya, amb motiu de la celebració de l’Any de la Gastronomia durant l’any 2005. Durant el mes de juny, Arguiñano –en el seu espai de cuina de Telecinco– dedicarà 5 programes a la promoció de la gastronomia, preparant receptes representatives de la cuina catalana i convidant als telespectadors a visitar Catalunya.

### **Gairebé 7 de cada 10 espanyols ha visitat Catalunya i la gran majoria afirma que tornaria a repetir amb la destinació**

Segons l'estudi realitzat pel Departament de Comerç, Turisme i Consum sobre el grau de fidelització dels turistes espanyols a Catalunya, el 66% dels turistes espanyols ja ha estat anteriorment a Catalunya, i el 90% assegura que tornaria a repetir algun viatge. Segons l'enquesta, dels que ja han viatjat a Catalunya en alguna ocasió, més de la meitat hi ha estat un mínim de 2 vegades (entre 2 i 4) i, el 38% ha realitzat més de 4 viatges. Pel que fa al temps transcorregut des de la darrera visita, en el 26% dels casos només fa 1 any, en el 14% fa 2 anys i en el 8% en fa 3 d'anys. No obstant això, el 52% ha repetit amb la destinació després de 4 anys.

Per altra banda, del 35% dels enquestats que no ha estat mai abans a Catalunya, el 88% afirma no haver tingut mai l'ocasió, i el 66% reconeix que li agradaria venir si tingués l'oportunitat.

L'enquesta també revela l'efecte dels viatges dels espanyols en la desestacionalització de l'activitat turística. En aquest sentit, tot i que més de la meitat visitaria les destinacions catalanes durant els mesos de juliol i agost (58%), el 42% assegura que visitaria Catalunya durant la resta de l'any.

<b>En quina època de l'any vindria?</b>	<b>(%)</b>
Gener-Juny	13
Setmana Santa	9
Juliol-Agost	58
Setembre-Desembre	19
Nadal	2
<b>Total</b>	<b>100</b>

A la pregunta *amb qui faria el viatge?* el 45% dels espanyols afirma que viatjaria acompanyat només per la seva parella i el 35% assegura que visitaria Catalunya en família.

### **Catalunya supera els 5 milions de turistes espanyols durant l'any 2004**

L'any 2004 el mercat espanyol manté la tendència positiva de l'anterior exercici, amb 5,1 milions de turistes (+5,8%) que han generat 31,3 milions de pernoctacions (+7,3%). La despesa realitzada pels turistes espanyols a Catalunya també ha augmentat un +11,2% respecte l'any anterior, situant-se en 1.651 milions d'euros.

Gairebé la meitat del turisme espanyol (48,8%) procedeix d'Aragó (866.000), Madrid (816.000) i País Valencià. (788.000) que, en el seu conjunt, concentren també el 41,4% de les pernoctacions. Aragó és la Comunitat que més ha incrementat el nombre de turistes a Catalunya (+8,1%), i també el nombre de pernoctacions (+12,6%). Les principals marques turístiques que visiten els espanyols són Costa Brava, Barcelona i Costa del Maresme.