



■ Comunicat de premsa ■

---

## **Pisa acull aquest cap de setmana l'acte central de l'Any de Catalunya a Itàlia amb actuacions castelleres, cercaviles de gegants i mostres gastronòmiques**

- **Turisme de Catalunya celebra els propers 21 i 22 de juny a la ciutat italiana de Pisa els actes centrals de la celebració de l'Any de Catalunya a Itàlia que va inagurar el conseller d'Innovació, Universitats i Empresa, Josep Huguet, l'abril passat a Roma.**
- **Sota el títol “*La Catalogna a Pisa*”, s'ha organitzat un programa d'activitats que inclou jornades castelleres a càrrec de les colles dels Margeners de Guissona i els Tirallongues de Manresa a la piazza del Miracolo, al costat de la Torre de Pisa i a la piazza dei cavalieri, al llarg de dissabte i diumenge.**
- **També participarà la Colla de Gegants de Barcelona, amb cercaviles de gegants i capgrossos en diverses actuacions a la piazza dei cavalieri, al llarg del cap de setmana. En aquesta plaça s'instal·laran també punts d'informació turística i de tast gastronòmic per al públic assistent.**
- **L'objectiu de l'Any d'Itàlia és donar a conèixer l'oferta turística de Catalunya al mercat italià, amb accions específiques de promoció adreçades tant als professionals com a públic final. Es tracta del pla de promoció turística és ambiciós dut a terme per Turisme de Catalunya a Itàlia, que representa el 4rt mercat emissor per a Catalunya, amb prop de 1,5 milions de turistes.**

Divendres, 20 de juny de 2008.— Pisa acull aquest cap de setmana l'acte central de l'Any de Catalunya a Itàlia amb actuacions castelleres, cercaviles de gegants i mostres gastronòmiques. Turisme de Catalunya celebra els propers 21 i 22 de juny a la ciutat italiana de Pisa els actes centrals de la celebració de l'Any de Catalunya a



■ **Comunicat de premsa** ■

Itàlia, que va inagurar el conseller d'Innovació, Universitats i Empresa, Josep Huguet, l'abril passat a Roma.

El director de Turisme de Catalunya, Ignasi de Delàs i director general de Turisme, Joan Carles Vilalta, encapçalen aquesta acció de promoció turística a Pisa, que comptarà també amb participació de representants de les diferents institucions i entitats que col·laboren en l'Any d'Itàlia.

L'objectiu de l'Any d'Itàlia és donar a conèixer l'oferta turística de Catalunya al mercat italià, amb accions específiques de promoció adreçades tant als professionals com a públic final. Es tracta del pla de promoció turística és ambiciós dut a terme per Turisme de Catalunya a Itàlia, que representa el seu 4rt mercat emissor, amb més 1,5 milions de turistes.

### **Castellers al costat de la torre de Pisa**

Sota el títol "*La Catalogna a Pisa*", s'ha organitzat un programa d'activitats que inclou jornades castelleres a càrrec de les colles dels Margeners de Guissona i els Tirallongues de Manresa a la piazza del Miracolo, al costat de la Torre de Pisa i a la piazza dei cavalieri, al llarg de dissabte i diumenge.

Prop de 300 castellers —174 dels Margeners de Guissona i 93 dels Tirallongues de Manresa— van sortir del port de Barcelona i es previst que arribin avui al port de Civitavecchia des d'on es traslladaran, per carretera, fins a Pisa. El programa contempla un total de 3 actuacions: dissabte, a les 11:30 hores i a les 17:30 hores, a la piazza del Miracolo; i diumenge, a les 11:00 a la piazza dei cavalieri.

### **Cercavila de gegants i capgrossos a la piazza dei cavalieri**

També participarà la Colla de Gegants de Barcelona, amb cercaviles de gegants i capgrossos en diverses actuacions a la piazza dei cavalieri, al llarg del cap de setmana. En aquesta plaça s'instal·laran també punts d'informació turística i de tast gastronòmic per al públic assistent.

Prop d'una vintena de geganters de Barcelona van viatjar ahir fins a Roma en vaixell, amb una mostra representativa dels gegants i capgrossos de la ciutat. Al llarg del cap de setmana, faran diverses actuacions a la piazza dei cavalieri.

### **Tast gastronòmic**

La cèntrica piazza dei cavalieri és l'emplaçament on també s'ubicaran els punts d'informació turística i de tast gastronòmic. De 10 del matí a 8 del vespre hi haurà instal·lades unes carpes on els visitants podran degustar plats i productes típics de la cuina catalana.



■ **Comunicat de premsa** ■

## **El context: 2008, l'Any de Catalunya a Itàlia**

Es tracta de l'acció de promoció turística més important duta a terme per Turisme de Catalunya a Itàlia. Amb el precedent de l'Any de Catalunya a Alemanya, celebrat l'any passat, Turisme de Catalunya va voler apostar, pel 2008, per Itàlia a desenvolupar aquesta iniciativa. 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.

L'Any d'Itàlia, compta amb un pressupost total d'un milió d'euros, dels quals 600.000 euros els aporta Turisme de Catalunya i 400.000 euros corresponen a les aportacions dels patrocinadors privats.

Els cinc objectius 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 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 posicionar el Centre de Promoció de Turisme de Catalunya a Itàlia com un referent per a turoperadors i periodistes italians.

## **Programa d'accions de l'Any de Catalunya a Itàlia**

Entre les **accions adreçades a professionals**, destaquen els **workshops** organitzats l'abril passat a Milà, Nàpols i Roma, on una trentena d'empresaris catalans del sector van mantenir reunions comercials individualitzades amb operadors turístics italians; **8 viatges de familiarització i premsa**; la **presentació de Catalunya** adreçada a agents de viatges i professionals de la intermediació turística del nord d'Itàlia; i una **jornada de formació als agents de viatges**, prevista per l'octubre, on s'oferirà als membres de la Federació Italiana d'Agències de Viatges (FIAVET) una formació detallada sobre l'oferta turística catalana.

Pel que fa a les **accions adreçades al públic final**, destaca la **Setmana Catalana a Roma**, que es va celebrar del 16 al 23 d'abril i va comptar amb la presència del conseller Huguet. Durant aquest dies, es va instal·lar a les galeries Alberto Sordi de la capital italiana un estand d'informació al públic i de degustació de productes típics catalans. El 23 d'abril, es va celebrar la diada de Sant Jordi, amb regal de roses i punts de llibre, i es va presentar un catàleg de Rutes Literàries en italià.

Les accions adreçades al públic final es completen amb **jornades promocionals a establiments comercials amb gran afluència de públic de Fidenza, Toscana i Lombardia-Liguria**, com els Villages Chic Outlet Shopping de Value Retail i els centres McArthur Glen d'Itàlia, amb la instal·lació de punts d'informació turística i de tast gastronòmic i una zona d'exposició cultural amb una parada de llibres i lliurament de roses. A més, durant la primavera s'ha dut a terme una campanya de publicitat de posicionament de la marca 'Catalunya' i una acció de marketing directe adreçada a 200.000 contactes convidant-los a assistir a les accions de gran públic que s'organitzen a Itàlia.



■ **Comunicat de premsa** ■

**Altres accions** remarcables que s'emmarquen en l'Any de Catalunya a Itàlia han estat el cocktail gastronòmic al Chioistro del Bramante organitzat per Girona Bons Fogons (15 abril); el Show Cooking a la Città del Gusto (Gambero Rosso) a càrrec del xef Joan Roca, del Cellar de Can Roca-2 estrelles Michelin (16 d'abril); i concerts de l'Escolania de Montserrat a l'Església Santiago i Montserrat de Roma. (28-30 abril). A finals d'octubre està prevista la presència de la **gastronomia catalana al Salone del Gusto de Torí**, la fira gastronòmica més important a Itàlia i al món promoguda per l'organització Slow Food.

Turisme de Catalunya compta amb la col·laboració de patrocinadors i institucions com la companyia aèria Clickair, que és la companyia aèria oficial de Turisme de Catalunya en l'Any d'Itàlia. Entre els patrocinadors destaquen el grup Mahou-San Miguel, el grup Torres, Chic Outlet Shopping. La Roca Village i el grup Grimaldi

A més, Turisme de Catalunya també col·labora amb diverses entitats i organitzacions per tal d'oferir una imatge de la diversitat de Catalunya com a destinació turística entre les quals el Patronat de Turisme de la Diputació de Girona, el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, el Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida, el Barcelona Meeting Total (Diputació de Barcelona), Turespaña, Tren-hotel Elipsos, el Palau de la Música i la Gastroteca.cat.

### **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 del 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%) i realitza una despesa diària d'uns 102 euros. Així mateix, acostuma a viatjar majoritàriament sense paquet turístic i en avió.

Principalment, visita la ciutat de Barcelona i alguns punts de la Costa Brava. Amb la posada en marxa de "L'Any de Catalunya a Itàlia" es pretén mostrar 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. 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 compta amb un poder adquisitiu mitjà-alt.