

■ Comunicat de premsa ■

---

## **Turisme de Catalunya aposta pels mercats català i espanyol en la campanya d'hivern**

- **L'objectiu de la campanya, valorada en 1,2 milions d'euros, és fidelitzar aquests visitants més enllà dels mesos d'estiu promocionant productes com ara el turisme urbà, cultural, de natura i de neu.**
- **Madrid, País Valencià, Aragó i el País Basc són els mercats prioritaris, a més de Catalunya.**

Dimarts, 18 de desembre de 2007.— Turisme de Catalunya ha invertit 1,2 milions d'euros en una nova campanya de publicitat per tal d'atraure turistes catalans i de la resta de l'Estat espanyol durant aquests mesos de tardor i hivern. Els anuncis fan un èmfasi especial en productes que permeten desestacionalitzar el turisme com ara l'urbà, el cultural, de natura i de neu.

La campanya adreçada a l'Estat espanyol està valorada en 800.000 euros i segueix la línia iniciada aquest estiu amb el missatge que a Catalunya tot és més del que es pot esperar o imaginar, evidenciant que l'oferta turística catalana és atractiva i sorprenentment variada.

Madrid rep enguany un impacte especial d'aquesta campanya turística. Turisme de Catalunya ha contractat espais de publicitat exterior a l'aeroport de Barajas i en estacions de tren, metro i autobusos, així com un impacte important a la premsa gratuïta de la ciutat. Aquesta presència a Madrid es completa amb anuncis a la premsa d'altres mercats prioritaris com ara la Comunitat Valenciana, Aragó i el País Basc.

### **Emissor de la resta de l'Estat espanyol**

Catalunya rep cada any prop de 5 milions de turistes de l'Estat espanyol que generen 30 milions de pernотacions a Catalunya. Aquest mercat representa aproximadament el 20% de l'afluència turística a Catalunya que es manté com a segona destinació receptora de turisme de l'Estat, amb una quota del 13,2%, per darrere d'Andalusia.

Dels 5 milions de turistes, més de la meitat visita Catalunya en períodes diferents a l'estiu, com ara els ponts, Nadal, Setmana Santa o caps de setmana. El principal

■ **Comunicat de premsa** ■

mercat emissor és el País Valencià amb 17,8%, seguit per Madrid amb un 17,2%. Segueixen els turistes procedents d'Aragó (14,8%), Andalusia (9,5%), Balears (7,3%) i País Basc (6,7%).

### **Campanya de neu a Catalunya**

Pel que fa al mercat interior català, Turisme de Catalunya ha llençat una campanya específica de promoció del turisme de neu valorada en prop de 400.000 euros. Aquesta inversió inclou accions especials al programa "Temps de Neu", del Canal 33, i també a TV3. La presència televisiva es complementa amb falques de ràdio i insercions publicitàries a premsa i revistes especialitzades de la nova campanya de neu adreçada al turisme interior sota l'eslògan '*Que no t'ho expliquin*'.

Els catalans van generar al 2006 un total de 26,7 milions de viatges, dels quals el 64% van ser dins de Catalunya, el 24,7% a la resta de l'Estat i l'11,3% restant a l'estranger. El turisme català suposa més del 20% del total de turisme que rep Catalunya.

D'altra banda, pel que fa als viatges dins de Catalunya es detecta una creixent desestacionalització, vinculada sobretot a les noves formes d'allotjament, com el turisme rural, així com a noves destinacions d'interior.

Pel que fa a destinacions catalanes més visitades al 2006, el 34% dels catalans va anar al litoral nord; el 26%, al litoral sud; el 24%, als Pirineus; el 12%, a la Catalunya interior; i el 4% va anar a Barcelona. Analitzant les pernoctacions dels catalans, el 38% dels catalans va pernoctar a destinacions del litoral nord de Catalunya, el 28% a la costa sud, seguida dels Pirineus, amb el 12% de les pernoctacions, el 9% a la Catalunya interior i el 3% a Barcelona.