

■ Comunicat de premsa ■

L'Any de Catalunya a Alemanya es converteix en l'acció promocional més important que Turisme de Catalunya organitza en un mercat estranger

- **La inversió prevista en el pla de promoció és d'1,3 milions d'euros, xifra que veurà multiplicat el seu valor per les característiques especials de les accions programades.**
- **En el marc d'aquest pla, Turisme de Catalunya organitza la missió empresarial més important que s'ha dut a terme fora de Catalunya, on participaran una trentena d'empreses i entitats turístiques catalans.**
- **Es durà a terme una campanya de màrqueting directe a tres importants *Villages* comercials que arribarà a 250.000 persones.**
- **400 llibreries alemanyes es convertiran en punts de promoció cultural i turística de Catalunya.**
- **1,5 milions de turistes alemanys visiten cada any la destinació catalana.**

Dijous, 29 de març de 2007 - Turisme de Catalunya ha convertit 2007 en l'Any de Catalunya a Alemanya, iniciativa que suposa l'acció promocional més important que ha organitzat mai per incidir directament en un mercat emissor estranger. El director general de Turisme, Joan Carles Vilalta, i el director de Turisme de Catalunya, Ignasi de Delàs, han presentat avui el pla d'accions d'aquest esdeveniment.

La inversió prevista en aquest pla especial dirigit al mercat alemany és d'1,3 milions d'euros. Aquesta xifra tindrà, però, un retorn molt superior degut a la repercussió i la peculiaritat de les diverses accions previstes. Això és possible gràcies a la implicació de diverses institucions, entitats, empreses i altres

■ **Comunicat de premsa** ■

departaments de la Generalitat en aquest ambició pla pensat específicament per al mercat alemany.

El pla contempla l'organització de la missió empresarial més important que s'ha dut a terme en un mercat emissor estranger pel que fa a volum d'empreses catalanes participants. Destaquen també dues accions dirigides al públic final: una campanya de màrqueting directe a tres importants *Villages* comercials que arribarà a 250.000 persones i un acord que permetrà convertir 400 llibreries alemanyes en punts de promoció cultural i turística de Catalunya.

Per part de les empreses patrocinadores i entitats col·laboradores, han assistit a la presentació d'avui la comissària del projecte Frankfurt 2007, Anna Soler-Pont; la presidenta del Gremi de Llibreters de Barcelona i Catalunya, Imma Bellafont; el president de Prodeca, Josep Pau; així com representants de Value Retail Spain/La Roca Village, Clickair i Port Aventura.

Un mercat clau

Amb una població de més de 82 milions d'habitants i uns costums viatgers molt arrelats, l'alemany és el primer mercat turístic emissor d'Europa i el quart en importància per a Catalunya amb 1,5 milions de turistes l'any 2006 (+3,1%). Tot i que el nombre total de turistes alemanys s'ha anat incrementant en els darrers cinc anys, la quota de mercat ha disminuït, passant de l'11,2%, l'any 2002, al 9,4% de l'any 2006. Turisme de Catalunya posa en marxa aquest pla per mantenir el posicionament de la destinació catalana en aquest mercat.

El 2007, a més, és un any propici per a la promoció de Catalunya a Alemanya, ja que hi tenen lloc dos esdeveniments destacats: la Fira del Llibre de Frankfurt, on la cultura catalana és la convidada d'honor; i la mostra d'art contemporani Documenta, que se celebra aquest estiu a Kassel, i que compta per primer cop amb un cuiner com a artista protagonista, Ferran Adrià.

Cal tenir en compte, a més, que Turisme de Catalunya disposa de presència estable al mercat alemany des del mes d'octubre de 2006, data d'obertura d'un Centre de Promoció Turística a Frankfurt. La nova seu acull també la delegació tècnica del projecte Frankfurt 2007, vinculat a la Fira del Llibre de Frankfurt.

Pla d'accions 2007

Al llarg d'aquest any 2007, Turisme de Catalunya durà a terme diversos tipus d'accions dirigides, tant al públic professional com als turistes potencials.

■ **Comunicat de premsa** ■

▶ **Accions per als professionals:**

En el primer cas, Turisme de Catalunya organitza cinc workshops que comptaran amb una trentena d'empreses i entitats turístiques catalanes. Aquestes jornades de treball es complementaran amb mostres gastronòmiques. Les ciutats escollides són: Frankfurt (23 d'abril); Colònia (24 d'abril); Berlín (26 d'abril); Hamburg (19 de juny); i Munic (21 de juny). En el cas d'aquests dos últims workshops, l'organització és conjunta amb Turisme de Barcelona. Turisme de Catalunya ha creat un microsite específic a la seva web on les empreses catalanes interessades poden inscriure's als workshops i els professionals alemanys poden consultar les fitxes de les companyies participants.

Altres accions previstes són viatges de familiarització amb un centenar de professionals alemanys, entre turoperadors, agents de viatge i periodistes, així com l'assistència de Turisme de Catalunya a vuit fires: CMT (Stuttgart); CBR (Munic); ITB (Berlín); Reisecamping (Essen); Imex (Frankfurt); Tour Natur (Düsseldorf); Premiere-Neuheiten Reisesommer (Frankfurt); i Touristik and Caravaning (Leipzig).

▶ **Accions per al públic final:**

En el cas de les accions dirigides al públic final, cal destacar l'organització d'unes jornades promocionals en tres *Villages* de Chic Outlet Shopping, marca paraigües dels 9 Villages de l'empresa Value Retail (de la qual forma part el centre català La Roca Village). Aquí es duran a terme presentacions de l'oferta turística catalana, sorteigs de viatges a Catalunya i tasts gastronòmics, entre d'altres activitats. Prodeca SA, organisme del departament d'Agricultura de la Generalitat de Catalunya, es fa càrrec de les mostres agroalimentàries. Aquestes accions es fan en període de màxima afluència de públic a aquests *Villages*. Es calcula que a les tres presentacions poden assistir prop de 250.000 persones:

- ▶ Maasmechelen Village (Bèlgica, a 15 quilòmetres de la frontera alemanya, prop de Colònia i Düsseldorf) - 24 i 25 de març
- ▶ Wertheim Village (prop de Frankfurt) – 31 de març i 1 d'abril
- ▶ Ingolstadt Village (prop de Munic) – 22 i 23 de juny

D'altra banda, el Gremi de Llibreters de Barcelona i Catalunya i Turisme de Catalunya, amb el suport de l'Institut Ramon Llull, han arribat a un acord de col·laboració per dur a terme l'agermanament entre 400 llibreries alemanyes i 200 catalanes. Aquest acord permetrà que les llibreries d'Alemanya es converteixen en punts de promoció cultural i turística de Catalunya amb



■ **Comunicat de premsa** ■

l'exposició i difusió d'obres d'autors catalans traduïdes a l'alemany i publicacions d'informació turística, entre elles, la dedicada a Rutes Turístiques Literàries, basada en itineraris que transcorren pels principals escenaris de llibres d'escriptors catalans. El 23 d'abril, coincidint amb la celebració del primer workshop a Frankfurt, es presentarà als operadors turístics i al públic en general aquesta nova publicació, patrocinada pel Projecte Frankfurt 2007, i que ha comptat amb la col·laboració de Turisme de Catalunya. L'objectiu és donar a conèixer als alemanys la varietat i la riquesa dels recursos turístics i literaris de Catalunya.

A més, per aquest any 2007 Turisme de Catalunya ha dissenyat una campanya de publicitat valorada en 600.000 euros per promoure la destinació catalana. La creativitat d'aquesta campanya utilitza símbols vinculats a Gaudí, la gastronomia i les platges catalanes. Catalunya estarà present en mitjans de comunicació alemanys tant de l'àmbit turístic com d'informació general. Part d'aquesta campanya es farà en les diferents publicacions de l'Automòbil Club Alemany (ADAC), que arriben als seus 14 milions d'associats.

Com a cloenda de l'Any de Catalunya a Alemanya, Turisme de Catalunya convidarà un nombre important de personalitats vinculades al sector turístic alemany a les Nits Sònar, organitzades per l'Institut Ramon Llull, al Bockenheimer Depot de Frankfurt, en el marc del programa de la Cultura Catalana, convidada d'honor de la Fira del Llibre de Frankfurt.

Aquest pla d'actuacions especial a Alemanya compta també amb el patrocini i la col·laboració de Grup Mahou-San Miguel, Clickair i Port Aventura.

Entitats col·laboradores i empreses patrocinadores

- **Institut Ramon Llull**

L'Institut Ramon Llull és un consorci integrat per la Generalitat de Catalunya i l'Institut d'Estudis Catalans que té per objectiu principal la projecció exterior de la llengua i la cultura catalanes. Per a la Fira del Llibre de Frankfurt, l'IRL té convenis amb el Govern d'Andorra, l'Institut d'Estudis Baleàrics, l'Ajuntament de Perpinyà i l'Ajuntament de l'Alguer. Amb el suport del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, i la participació del Gremi d'Editors de Catalunya i l'Associació d'Editors en Llengua Catalana.

- **Gremi de Llibreters de Barcelona i Catalunya**

En el marc de les activitats relacionades amb la presència de la cultura catalana a la Fira del Llibre de Frankfurt 2007, el Gremi de Llibreters de

■ **Comunicat de premsa** ■

Barcelona i Catalunya, Turisme de Catalunya i l'Institut Ramon Llull han arribat a un acord de col·laboració per dur a terme un projecte d'agermanament de llibreries alemanyes i catalanes, amb l'objectiu principal de promocionar la cultura catalana a Alemanya. A més, aquest agermanament afavorirà els processos d'internacionalització i de col·laboració del Gremi de Llibreters de Barcelona i Catalunya amb els gremis llibreters i editors alemanys: Börsenverein des Deutschen Buchhandels und Landesverbände. Aprofitant l'oportunitat que ofereix aquest projecte, el Gremi català vol iniciar una estreta relació amb el Gremi de llibreters alemany que permeti periòdicament intercanviar experiències relacionades amb aquest sector.

- **Promotora d'Exportacions Catalana – Prodeca**

En el marc de les jornades promocionals que se celebren als *villages* de Value Retail, aquest organisme del departament d'Agricultura, Alimentació i Acció Rural ofereix degustacions de cava i productes amb distintiu de qualitat, com ara, formatge de l'Alt Urgell i la Cerdanya, avellana de Reus i llonganissa de Vic. També s'adjunta un fullet explicatiu de les singularitats d'aquests productes, emmarcats en una gastronomia, la catalana, de reconegut prestigi internacional.

- **La Roca Village**

La Roca Village, Outlet Shopping pertanyent al grup internacional Value Retail, ofereix al visitant 100 botigues de primeres marques nacionals i internacionals, que comercialitzen producte de col·leccions anteriors a preus reduïts fins un 60% durant tot l'any.

Integrat a la multinacional Value Retail, La Roca Village forma part d'un conjunt de 9 *Villages* que es comercialitzen sota la marca Chic Outlet Shopping® i es troben situats a menys d'una hora de les més grans ciutats europees i principals destinacions turístiques del continent. Durant l'any 2006, més de 800.000 turistes van visitar La Roca Village, xifra un 35% superior a l'assolida el 2005 i que així mateix representa un terç del total de visitants (2.600.000 aproximadament).

- **Clickair**

La companyia aèria dóna suport a aquest esdeveniment amb l'objectiu d'unir esforços per a contribuir en la promoció i posicionament de Catalunya com a destinació turística cultural de primer ordre a Alemanya. Clickair, que va iniciar les seves operacions el passat 1 d'octubre del 2006, connecta Barcelona amb tres de les principals ciutats alemanyes: Munic, Berlín (una freqüència diària) i Frankfurt (dues freqüències diàries).



■ **Comunicat de premsa** ■

Clickair té la seva seu i base principals d'operacions a l'aeroport de El Prat, des d'on preveu operar, a finals del 2008, més de 70 rutes a 55 destinacions espanyoles i europees amb una flota de 30 Airbus A-320.

- **Grupo Mahou-San Miguel**

San Miguel, la marca de cervesa espanyola líder en exportacions i reconeguda i estimada en més de 35 països, unirà esforços amb Turisme de Catalunya per contribuir a apropar a Alemanya la Catalunya més moderna i cultural.

- **PortAventura**

PortAventura, seguint la seva voluntat de col·laboració amb Turisme de Catalunya, sobretot en els seus projectes internacionals, ha volgut participar directament en la promoció de l'Any de Catalunya a Alemanya. Com a empresa turística que, des del seu inici, té com a objectiu la promoció en el mercat internacional, PortAventura considera aquesta iniciativa com una gran oportunitat per donar a conèixer la seva oferta familiar i de negocis així com els seus projectes de futur.

Amb l'objectiu de fer de PortAventura la millor destinació de vacances del mediterrani, el complex inicia la construcció de tres camps de golf de 45 forats. Per completar la demanda del turisme de negocis, es construirà un centre de convencions. PortAventura segueix apostant per la renovació de la seva oferta i la creació de nous espais de diversió i oci, amb l'objectiu de continuar sent el complex vacacional més important del sud d'Europa.