



春 夏 秋 冬

Primavera

Estiu

Tardor

Hivern

**Podrà la nostra terra
seduir al turista
xinès?**



ÍNDIX

1. CONSIDERACIONS PRÈVIES.....	1
2. RESOLUCIÓ D'UN PROBLEMA.....	3
3. METODOLOGIA.....	5
4. RECERCA TEÒRICA.....	7
4.1. Els actors	
4.1.1.El turisme.....	8
• Què és?.....	9
• De quina manera és presenta el turisme.....	14
• Tipus.....	15
4.1.2. Turisme català.....	16
• Característiques dels viatges dels turistes xinesos.....	22
• Procedència dels fluxos turístics estrangers.....	24
4.2. L'escenari	
4.2.1. Catalunya.....	26
• Què té?.....	27
• Que ofereix?.....	35
• Cultura.....	35
• Tradicions.....	39
• Entreteniment.....	43
4.2.2. Xina.....	45
• Els turistes xinesos.....	46
• Productes preferits dels xinesos.....	47
• Particularitats dels turistes xinesos.....	47
• Els perfils del turista xinès.....	51
5. PART PRACTICA.....	53
5.2. Entrevista.....	55
5.3. Graelles.....	59
5.4. Enquestes.....	61
5.5. Revista.....	73
6. CONCLUSIONS.....	75
7. WEBGRAFIA.....	78
8. ANNEX.....	81
9. AGRAÏMENTS.....	

1

CONSIDERACIONS PRÈVIES

Alicia
繁榮

Fer un treball de recerca, evidentment, suposa feina i moltes hores de dedicació. Per això, tenint en compte aquests requisits, val la pena triar un tema que, a més d'obligar-te a buscar informació, seleccionar-la i donar-li forma, t'aporti nous coneixements, un benefici personal i t'obligui a superar dificultats i a trobar solucions als problemes que es poden presentar mentre s'està duent a terme.

Quan ens van dir que havíem de fer un treball de recerca, ben bé no sabia si realitzar-lo sobre la fotografia o sobre el turisme, dos grans temes que són molt importants per mi:

La fotografia és una de les meves passions. M'hi dedico molt tant a l'hora de millorar, com a l'hora de dur a terme les fotografies. Però vaig proposar-me crear un treball de recerca d'allò que m'agradaria dedicar-me en un futur, dedicar temps a un assumpte que realment m'agradés, el turisme.

Buscant informació sobre el turisme, vaig fer un llistat de tots els temes diferents que trobava. I sortien diferents exemples com: El turisme i les llengües, l'enoturisme, o la gastronomia xinesa. Finalment vaig voler fer un treball on el meu objectiu principal fos la creació de noves rutes turístiques de Catalunya per a turistes estrangers.

Per acabar de perfilar-lo, vaig voler realitzar un treball de recerca entorn el turisme català. Concretament, estudiar què li podria interessar a l'incipient turisme xinès de nivell mitjà-alt sobre la nostra terra.

L'objectiu és arribar a dissenyar rutes per Catalunya durant les diferents estacions amb recorreguts diferents segons les preferències d'aquest tipus de turisme xinès.

3

RESSOLUCIÓ D'UN PROBLEMA

Alicia 繁榮

Si el meu objectiu és arribar a dissenyar rutes per Catalunya durant les diferents estacions amb recorreguts diferents segons les preferències d'aquest tipus de turisme xinès el que he de fer és:

1. Saber què té Catalunya per oferir als turistes estrangers.
2. Saber què busca el potencial client que, en aquest cas, és el turista xinès de classe mitjana-alta.
 - 2.1. De quina quantitat de gent estem parlant
 - 2.2. Quines són les seves preferències a l'hora de viatjar



LA RESSOLUCIÓ DEL PROBLEMA SUPOSA SABER COMBINAR ELS INTERESSOS DELS XINESOS I EL QUE CATALUNYA POT ARRIBAR A OFERIR

5

METODOLOGÍA

Alcornoque
繁栄

Un treball de recerca ha de dividir-se en la part teòrica i la part pràctica. Jo tenia dos grans pilars i per sentit comú vaig decidir que la recerca d'informació del turisme català i les particularitats del turista xinès seria la part de recerca de dades, mentre que la creació de rutes turístiques, les graelles, les entrevistes i enquestes seria la part pràctica.

Vaig decidir que realitzaria la part teòrica mitjançant internet. He de dir que, tot i que la informació que circula no és gaire objectiva, tota la informació que he escrit al treball ha estat contrastada en diverses webs.

La meva estratègia consisteix primer en la part teòrica i intercalar-la amb la part pràctica.

El primer apartat és el turisme general i després centrar-me en el turisme català. A continuació el que Catalunya pot oferir. Després, realitzar una entrevista a diferents agències receptores, amb la finalitat de conèixer amb més profunditat el que Catalunya pot oferir.

El segon apartat és conèixer al màxim el turista xinès. Les seves preferències, el que busca a l'hora de viatjar i les característiques dels diferents turistes xinesos. També ho acompanyaré d'una enquesta als xinesos de classe mitjana-alta durant la meva estància a Beijing.

El tercer apartat, depenen dels interessos dels xinesos, realitzaré quatre revistes segons les estacions de l'any, on crearé diferents rutes per arreu Catalunya, amb diferents experiències segons els temes elegits per crear-les.

RECERCA TEORICA

8

EL TURISME

Alicia 繁榮

QUÈ ÉS?

El turisme és un conjunt d'activitats que realitzen les persones durant els seus viatges i estades en llocs diferents al seu entorn habitual, en un període de temps inferior a un any, amb finalitats d'oci, treball o altres motius.

Si considerem el turisme com a fenomen social, té tres característiques que li són pròpies:

1. Desenvolupament contemporani
2. Naturalesa diversa
3. Estructura complexa

Per tant el turisme és un conjunt d'activitats econòmiques que presenta moltes particularitats i aquestes segueixen el paper que desenvolupa l'espai geogràfic, el territori, en el procés de producció/consum turístic.

Un concepte important és el caràcter contemporani del fenomen turístic que fa que introduïm l'evolució del turisme i la identificació de diferents etapes en el seu desenvolupament.

Deixant de banda les etapes del turisme, els estudis i la bibliografia sobre la història del turisme, hi ha uns esquemes que identifiquen les fases d'aquest.

Cal destacar la caracterització de la fase actual i comprovar el caràcter canviant i dinàmic del turisme. La fase actual es caracteritza per una divisió dels mercats, la flexibilitat en els factors de producció, distribució i consum, l'explotació necessària de sinergies i economies de profundització en la producció i activació en el mercat per arribar a uns nivells de rendibilitat acceptables.

Els canvis en la demanda turística i en l'oferta turística, han provocat l'aparició d'un nou escenari turístic, que es considera un nou model turístic, però també s'han preguntat el predomini que té el model convencional i dels espais turístics tradicionals.

Aquesta nova etapa del turisme és un reflex del nou model social sobre el qual no hi ha un acord a l'hora de denominar-lo.

Els trets principals que diferencien el turisme en aquesta darrera etapa són:

- Noves formes de turisme, amb noves demandes i nous hàbits de consum.
- La diferenciació inexacta del turisme respecte a altres activitats, ja sigui l'esport, la cultura, el treball o l'espectacle. Destaca la situació del turisme en el context més general de la producció cultural.
- Els canvis i les innovacions en el procés de producció/consum turístics, en particular en el transport aeri, en la comercialització i en la pròpia organització empresarial.
- La crisi de la massificació, des del costat de la producció, fins el costat del consum.
- La superació de la concentració geogràfica, amb l'aparició de noves destinacions, noves destinacions competidores i mercats alternatius.

En aquest últim punt, s'identifiquen dos processos o manifestacions de generalització espacial de les activitats turístiques, que afecten les regions de la Mediterrània i les destinacions turístiques fusionades de sol i platja:

1. El procés d'internacionalització del turisme.
2. El procés d'extensió espacial del turisme a tot el territori, també conegut com a *turistificació*¹ del territori a escala regional.

Per tant en les ultimes dos dècades del sector turístic està vivint un període de canvi, ja que s'estan diversificant les motivacions i estan creixent les preocupacions pels seus impactes socials, econòmics i mediambientals. Aquest comportament de la indústria turística forma

¹ **Turistificació:** Impacte que té la massificació turística al teixit comercial i social de determinats barris o ciutats.

part de la fase d'acceleració i intensificació dels processos de globalització. Cal destacar que l'etapa identificada, com a nova etapa del turisme, no ha substituït l'etapa anterior que es caracteritza pel turisme de masses, que continua tenint un caràcter hegemònic.



Depenen de la demanda s'han de fer els canvis específics adients i parlar del “nou turista”. Les transformacions que ha tingut el turisme, tenen un caràcter general i estructural que han provocat la consolidació entre els conceptes vell i nou turisme des del producte fins la demanda. Segons els experts en màrqueting, els canvis en la demanda turística s'entenen en el marc general caracteritzat per l'arribada de la societat de la il·lusió, que substitueix la societat de la informació en el món desenvolupat, i en la qual els valors, les emocions i els sentiments assoleixen molta més rellevància que el component racional. El fenomen d'aquesta nova societat, comporta implicacions per a la indústria turística per tant, aquest nou model social, crea un nou consumidor, el nou turista, que ja no busca serveis, sinó que desitja experiències que satisfacin el seu sistema emocional. Des de la perspectiva de la producció, es tracta d'oferir "experiències" un procés que implica la “participació i activitat” del turista.

Si ens centrem en l'oferta, cal tenir en compte els canvis actuals en els processos productius i l'aparició de nous hàbits de consum. Aquests, han

fet redescobrir els continguts culturals del turisme, i permeten reformar-lo de nou des d'una nova perspectiva que ha de tenir en compte que, a causa de les noves condicions productives de capitalisme contemporani, la cultura no sol s'ha convertit en una mercaderia que és útil per educar, sinó també per a entretenir, i que el turisme té cada vegada més com a objectiu generar experiència i emocions a aquells que el practiquen.

La cultura és un element indispensable en la formació i el lleure dels ciutadans. L'augment del consum cultural en el temps de lleure i la importància de les activitats i les instal·lacions culturals fan de la cultura i les seves manifestacions, un element d'atracció. Tot i que és un instrument de promoció personal social i econòmica, és també un instrument de promoció turística i actua com a dinamitzador de l'activitat humana local en cadascun d'aquests àmbits.

El patrimoni cultural envolta trets materials però també els trets immaterials o espirituals que caracteritzen una societat o grup social. En els nostres temps, la cultura no es limita al patrimoni històric artístic, sinó que té una idea més ampla i integrada d'altres àmbits de la cultura com poden ser el popular, industrial o el tecnològic...entre d'altres. Per tant, l'actual concepte de patrimoni cultural té un significat molt ampli que agafa tots els testimonis de l'acció de l'home i de la natura i deixa de banda la idea única i excepcional de "tresor artístic". Podem parlar d'aquest sentit, d'una idea de patrimoni que s'atansaria a un "tot cultural", que inclou tant els elements perceptibles com els imperceptibles de la cultura general.

El patrimoni natural ha estat objecte de valoració social i turística. Aquest procés específic s'incorpora dins d'un procés general més ampli de desenvolupament del paradigma "eco" i de l'aparició i consolidació d'una major sensibilitat pel medi ambient, una consciència ambiental que defensa l'ús adequat i no agressiu de recursos naturals i la seva

preservació. La incorporació de la natura com a bé de consum, s'emmarca en els processos de creació de noves necessitats i consums, i suposa automàticament la mercantilització del patrimoni natural.

El turisme està molt influït pel clima, ja que el clima pot actuar com a factor de localització, com a recurs i com a atractiu turístic. El clima intervé en els processos de funcionalització d'un territori. Com a recurs turístic es configura com a primera matèria que en modalitats com el sol i la platja, el turisme de neu, el turisme nàutic i determinats esports d'aventura participa en l'elaboració del producte turístic. Com a atractiu, fa de característica de la destinació que pesa amb caràcter decisiu en l'acte de compra que realitza el turista, s'incorpora en la imatge de l'oferta i realitza un paper destacat en les tasques de promoció turística.

Des d'un punt de vista més pràctic, el clima afecta el tipus de marc ambiental en el qual les activitats turístiques es desenvolupen i conforma espais turísticament atractius. El clima exerceix una gran influència en l'establiment dels calendaris temporals de l'activitat turística, igual com el temps meteorològic repercuteix en la mateixa activitat i en la seva programació. El medi atmosfèric també té una gran influència en les edificacions i les infraestructures turístiques i en el bon funcionament dels transports i les comunicacions, i facilita o condiciona el desplaçament turístic. De la mateixa manera, les condicions climàtiques i meteorològiques influeixen en la sensació de gaudir, en el grau de satisfacció, en la despesa, en la sensació de seguretat, en la percepció de confort i en la salut dels turistes.

Tots aquests aspectes reflecteixen els vincles que hi ha entre els elements atmosfèrics i les activitats turístiques, i mostren la necessitat de conèixer amb el màxim detall possible la potencialitat turística dels climes.

DE QUINA MANERA ES PRESENTA EL TURISME?

Hi ha tres formes de turisme:

- Intern: Realitzat dins del propi país
- Receptor: El que prové d'altres països
- Emissor: Contrari al receptor. Estudia cap a on viatgen els turistes d'un determinat país.

Aquestes tres formes de turisme poden combinar-se:

- Turisme interior: Combinació de turisme intern i receptor. Es dedica a l'estudi del turisme que visita una determinada regió, tant els propis del país com els que arriben d'altres països.
- Turisme nacional: Combinació de turisme intern i emissor. Es dedica a l'estudi dels llocs que visita la població d'un determinat país, tant intern com emissor.
- Turisme internacional: Combinació de turisme receptor i emissor. Estudia els viatges que fa la població fora del seu país i els que es reben des d'altres països.

El flux turístic és aquell moviment de persones que es desplaça d'un punt geogràfic a un altre per motius turístics. Aquests desplaçaments poden ser per terra, mar o aire.

Els països emissors són aquells que generen una corrent turística cap a un altre país (normalment són països del Nord amb alt nivell econòmic i social).

I els països receptors són aquells que pels seus recursos històrics, naturals o climàtics atreuen una massa turística.



TIPUS DE TURISME:

- Turisme individual: Turistes que viatgen de manera individual (no sempre sols) i s'organitzen el viatge per si mateixos.
- Turisme de masses: Aquell que viatja massivament o en grup, en viatges organitzats per TTOO o agències.
- Turisme itinerant: Viatges turístics en els quals les estades es fan en diferents punts, com un circuit.
- Turisme d'estada: Viatges dels quals l'estada és en un mateix lloc, no hi ha canvi d'hotel.



16

TURISME CATALÀ

Alcega 繁榮

Catalunya és la segona destinació turística d'Europa, només per darrere de la regió de París, i disposa actualment d'una oferta d'allotjaments al voltant dels 3 milions de places comercialitzables i residencials. Del total, 261.000 són places hoteleres i 235.000 són places de càmpings. La seva distribució territorial presenta unes pautes asimètriques, amb una forta concentració al litoral, en la qual destaca la Costa Brava com a primera marca turística segons la capacitat hotelera i de càmpings. El nombre de visitants estrangers que tenen com a destinació principal del seu viatge Catalunya, va ser de 2.621,8 milers al mes de maig de 2017, un 3,1% més que al mateix mes de l'any anterior. D'aquests visitants, 1.893,9 milers eren turistes, mentre que 727,9 milers eren excursionistes. Això suposa un creixement del 16,2% dels turistes i un decrement del 20,3% dels excursionistes.

La realitat complexa del turisme a Catalunya dificulta el seu coneixement aprofundit. Es pot parlar de l'existència de molts recursos i de pocs productes, de concentració geogràfica de l'oferta, de litoralització del turisme, del minifundisme empresarial, de la necessitat en la formació de recursos humans o de la millora de la competitivitat. Justament, el *projecte de Mapa Nacional de l'Oferta i els Productes Turístics* ² constitueix un instrument, que se suma a d'altres, per a millorar el coneixement del turisme a Catalunya.

A continuació es presenta uns trets bàsics del turisme a Catalunya, des d'una perspectiva geogràfica:

1. El turisme a Catalunya té avui dia un caràcter estructural.
2. Les activitats turístiques que es desenvolupen a Catalunya tenen un caràcter estacional i es concentren principalment a l'estiu.
3. El mapa turístic de Catalunya és asimètric, amb una forta concentració de les activitats al litoral.
4. El flux turístic és diversificat.

² **Mapa Nacional de l'Oferta i els Productes Turístics:** És el resultat del conveni signat entre el Departament d'Innovació, Universitats i Empresa i la Universitat de Barcelona.

5. Predomini del turisme de sol i platja i diversitat de turismes.
6. Participació activa dels agents privats i públics.
7. El turisme ha estat i és un factor estructurador del territori.
8. El model turístic català és dinàmic i en els darrers anys mostra diversos canvis.
9. Catalunya com a regió turística ha assolit un estadi evolucionat i madur.

Catalunya, en els darrers anys, està vivint un debat sobre el turisme, que ha transcendit els àmbits del sector i ha implicat tots els agents i, fins i tot, es podria dir que ha implicat tota la societat catalana. El debat s'ha instal·lat en els mitjans de comunicació i és obert a tothom.

Aquest interès i preocupació pel turisme obeeix a diverses causes que es manifesten interrelacionades. Tres causes de caràcter estructural són la pròpia naturalesa del fenomen turístic, l'escenari actual de canvi de paradigma turístic i el fet que Catalunya és una regió turística de primer ordre, en un moment d'inflexió turística i que, a més, compta amb una bona part dels espais turístics que són destinacions de sol i platja consolidades, saturades i amb necessitat de revitalització. Tot plegat condueix a parlar, segons l'escala de referència, d'algunes qüestions recurrents:

- L'èxit del model de turisme *fordista* (primera revolució turística).
- La crisi del model turístic català.
- La necessitat d'adaptació del sistema turístic català a les noves tendències de la demanda.
- Repensar el model turístic català i cercar arguments per a la creació de noves activitats i negocis turístics.

Des del 2008 s'incorpora, a la preocupació pel turisme i al debat sobre el tema, la situació de crisi generalitzada, que sens dubte ha donat pas a un escenari de trencament dels resultats empresarials i ha generat incerteses sobre les tendències més estructurals de l'oferta i la demanda.



La preocupació pel coneixement del turisme de sol i platja, dels límits del seu model i dels models alternatius ha fet que avui es disposi de nombrosos estudis i diagnòstics sobre el turisme català i sobre les seves destinacions turístiques específiques.

Catalunya està situada al top ten de xarxes mundials en turisme, concretament a la posició número 8. També destaca que Catalunya apostarà el proper 2018 pel turisme cultural. Ara mateix ens visiten 18 milions de turistes internacionals cada any. Catalunya és el segon destí turístic preferit d'Europa, i això es trasllada a les xarxes, Catalunya Experience té 1 milió de seguidors a Facebook i més de 220.000 a Instagram, amb 1,6 milions de fotos etiquetades.

Els turistes esperen trobar clima, sol i platja, i el que més valoren quan visiten la nostra terra es la cultura, estil de vida i per últim el clima.

Barcelona és la cinquena destinació turística d'Europa. La capital catalana s'ha convertit en un fenomen turístic. Però, mentre que les xifres

de negoci no paren de créixer, la relació entre els ciutadans i els visitants es complica per culpa de la gran quantitat de visitants. Els habitants de Ciutat Vella, de la Sagrada Família, de la Barceloneta o del Parc Güell es queixen dels sorolls i de les molèsties derivades de la massificació de certs espais, de la desaparició dels negocis del barri.

L'augment constant del turisme implica la transformació de la ciutat. El caràcter de Barcelona és el que atreu els turistes, però, alhora, l'arribada de tants turistes pot provocar que Barcelona perdi el caràcter propi.

El ritme de creixement del sector turístic a escala mundial està a prop del 5% anual. Segons xifres de l'Organització Mundial del Turisme, el 2015, 1.200 milions de persones al món es van desplaçar fora dels seus països per passar-hi les vacances. Abans, viatjar era un desig a l'abast de pocs, però ara s'ha convertit en l'activitat d'oci més comuna per a gairebé tothom. Des del boom turístic dels anys 60 i 70, el turisme de masses ha anat augmentant terreny, fins a convertir-se en una de les principals activitats econòmiques a escala internacional i un dels pilars de l'economia per a Catalunya.

Més enllà de l'enlluernament de les xifres, el turisme és un fenomen que impacta, a tots els nivells, la vida de les ciutats i a demés les transforma.

Catalunya és la destinació turística número u de tot l'Estat espanyol en turisme estranger, seguida de prop per les Illes Balears, les Canàries i Andalusia. En l'època actual, Catalunya ocupa el primer lloc en el rànquing de comunitats autònomes amb el nombre més elevat tant d'arribades de turistes estrangers com de pernoctacions internacionals. Aquests moviments turístics estrangers visiten Catalunya fonamentalment per tres aspectes diferenciats i consolidats: pel turisme de sol i platja, mercat consolidat per a la costa catalana; per Barcelona, una de les ciutats més atractives a nivell mundial turísticament parlant ja sigui per turisme de negocis, turisme urbà o turisme cultural; i pels Pirineus

catalans, cercant activitats d'excursionisme, turisme actiu, turisme de neu o d'alta muntanya.

No hi ha dubte que Catalunya gaudeix d'uns atractius naturals, culturals i geogràfics que fan de les terres catalanes una destinació turística a nivell internacional. No obstant això, aquests són factors necessaris per al desenvolupament de l'activitat turística, però no suficients. De fet, el paper actiu d'institucions públiques i privades en el sector turístic ha estat clau per al posicionament competitiu de Catalunya. Tanmateix, una sèrie d'esdeveniments socials, polítics i culturals han afavorit que els fluxos turístics estrangers hagin continuat augmentant fins a l'actualitat. En aquest sentit, destaquem la ubicació estratègica de dos aeroports complementaris al de Barcelona, a la Costa Brava i la Costa Daurada; la disponibilitat de vols de baix cost des d'un nombre creixent d'orígens internacionals cap a Catalunya; l'establiment d'una moneda única europea, fet que ha afavorit l'increment del volum de turisme internacional; canvis del patró de comportament del turista actual, que vol viatjar més sovint i amb una durada curta, i l'accés a Internet, que permet al turista organitzar el viatge directament i l'aparició de la Web 2.0 que permet aconseguir via xarxes socials, blocs personals i professionals, etc., informació extra de la destinació turística.



CARACTERÍSTIQUES GENERALS DELS VIATGES DELS TURISTES ESTRANGERS A CATALUNYA

Per analitzar el perfil dels turistes estrangers es consideren diversos trets fonamentals dels moviments turístics, en particular el motiu del viatge, la forma d'organitzar el viatge, el mitjà de transport i el tipus d'allotjament, entre d'altres.

En primer lloc, és destacable que la majoria dels viatges dels estrangers a Catalunya responen a motius d'oci o vacances, amb un 77%, mentre que en un pla secundari se situen els viatges per raons professionals, amb un 13%. Una presència mínima tenen els viatges d'estrangers per visites a familiars i/o amics i altres.

En segon lloc, és rellevant analitzar com aquests turistes organitzen el seu viatge. En aquest sentit, destaca el fet que el 81% dels viatges s'organitzen de manera individual, mentre que només un 19% ho fa per mitjà d'agències de viatge. Aquest és un tema d'alta implicació per a l'activitat turística i sobretot per als operadors turístics i, per tant, és interessant avaluar el comportament del turista estranger en organitzar el seu viatge a Catalunya durant els darrers anys.

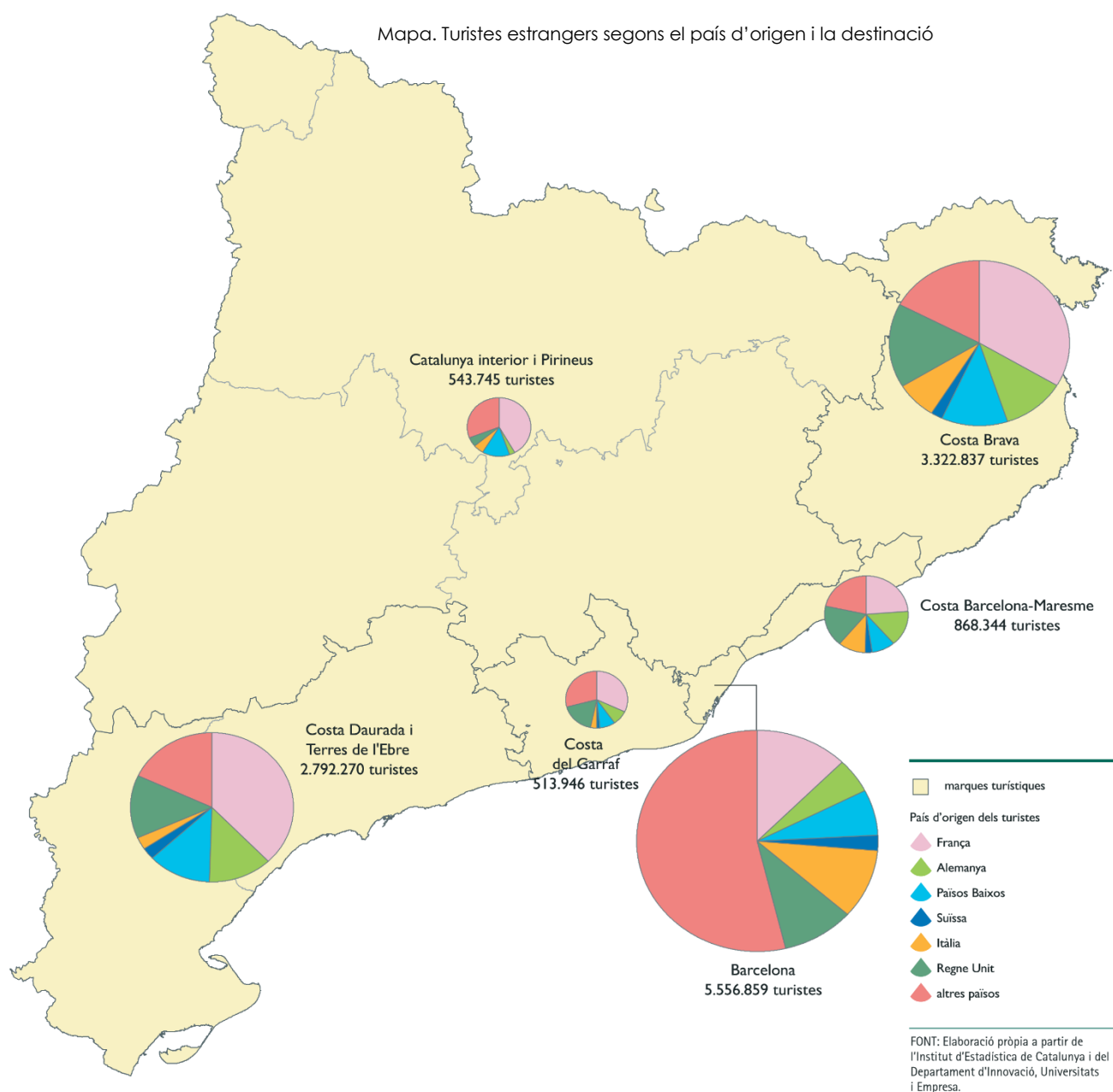
En tercer lloc, una característica important és avaluar quins són els mitjans de transport més escollits pels turistes estrangers que arriben a Catalunya. En aquest sentit, més de la meitat dels turistes estrangers que arriben a Catalunya en l'actualitat ho fan amb avió (55%), mentre que també és important el grup de turistes que arriben amb cotxe (36%). Per donar un exemple numèric, l'any 2007, per mitjà dels tres aeroports catalans (ubicats a Barcelona, Costa Brava i Costa Daurada), van arribar 8,7 milions de turistes estrangers a Catalunya. Mentre que, per carretera, Catalunya va rebre 5,7 milions de turistes. Aquestes són dades rellevants per tenir en compte els transports públics necessaris o cotxes

de lloguer i la planificació del Govern i les localitats quant a càrrega en carreteres, necessitat d'aparcaments i serveis semblants.

En aquest context, és molt rellevant estudiar les tendències del mercat, el comportament dels fluxos turístics estrangers que arriben a Catalunya. I s'observa com el nombre de turistes estrangers que arriben amb cotxe té un creixement continu amb una certa variabilitat. Tenint en compte que França, Alemanya i Bèlgica i els Països Baixos són els mercats emissors més reforçats per a Catalunya, no sorprèn que hi hagi uns fluxos molt elevats de turistes que arriben a Catalunya via carretera.

Finalment, pel que fa al tipus d'allotjament, el 52% dels turistes estrangers que visiten Catalunya s'allotgen en establiments hotelers, mentre que l'altre 48% ho fa en establiments no hotelers. Com a establiments hotelers s'inclouen els càmpings, cases de turisme rural, apartaments o cases de lloguer i altres. És important tenir en compte aquest comportament de la demanda estrangera per tal de planificar les necessitats de recursos en termes de diversificació de tipus d'allotjament, hostaleria i altres serveis associats directament a l'activitat turística. Per completar, les destinacions més populars per als turistes estrangers són la Costa Brava, Barcelona i la Costa Daurada, respectivament. Pel que fa a la procedència principal dels turistes internacionals, els països emissors més importants per a Catalunya són França, Regne Unit, Alemanya i Bèlgica i els Països Baixos.

TURISTES ESTRANGERS SEGONS EL PAÍS D'ORIGEN I DESTINACIÓ



PROCEDÈNCIA DELS FLUXOS TURÍSTICS ESTRANGERS

Catalunya es nodreix de fluxos turístics procedents d'una àmplia gamma de països de diversos punts del planeta. No obstant, alguns països europeus destaquen com els mercats emissors més importants per a Catalunya. Aquest fet respon, a raons de proximitat geogràfica i cultural. No sorprèn que el mercat emissor històricament i en l'actualitat

més important per a Catalunya sigui França. Després segueixen el Regne Unit, Alemanya, Bèlgica i els Països Baixos i Itàlia.

França és el mercat més important, amb 4,3 milions de turistes francesos que visiten les terres catalanes, el 27% del total de turistes estrangers arribats a Catalunya. El segon mercat amb més rellevància en nombre de turistes és el Regne Unit amb 2,2 milions. En termes generals, França i Regne Unit, juntament amb Alemanya, Bèlgica i els Països Baixos i Itàlia configuren els cinc mercats emissors més importants en nombre de turistes estrangers que visiten Catalunya. Aquests són mercats consolidats i tant històricament com actualment suposen el focus principal de moviments turístics estrangers a Catalunya. O bé són països de proximitat geogràfica, com els casos de França i Itàlia, o bé són països com Regne Unit i Alemanya, que són cultures tradicionalment atretes pel turisme de sol i platja, amb un especial èmfasi en el cas del litoral mediterrani català i de la resta de l'Estat espanyol.

És molt interessant la presència de turistes estrangers procedents dels països nòrdics, Suïssa i Rússia. No obstant això, és destacable que el nombre de turistes procedent de la categoria "altres països" és molt important, ja que significa un total de 3,3 milions de turistes. No hi ha dades estadístiques detallades sobre aquest grup, però es pot suposar que es tracta d'un grup heterogeni format per turistes que provenen d'una àmplia varietat de països, per exemple països de l'Europa de l'Est, d'Amèrica Llatina, d'Àsia i Austràlia. Aquests grups minoritaris conjuntament signifiquen el volum més important darrere França. Finalment, el grup de turistes procedents dels Estats Units i Japó ha guanyat pes durant els darrers anys i avui dia ha significat uns fluxos turístics notables per a Catalunya.

26

CATALUNYA

Alcecea 繁榮

QUÈ TÉ CATALUNYA?

Catalunya, com la resta del món, viu avui en una societat de consumidors; els ciutadans i les ciutadanes consumeixen constantment temps i espais, béns i mercaderies, serveis i infraestructures. Els espais comercials, tot i ser d'empreses privades, competeixen i cooperen cada dia més amb els espais públics urbans per atraure i adequar-se per al passeig, l'oci i també, la compra dels ciutadans i dels visitants.

L'homogeneïtzació progressiva de l'oferta de béns i de serveis, la millora en la fluïdesa i comoditat de les transaccions quotidianes gràcies a la difusió de les targetes de crèdit, la seguretat i el condicionament climàtic fan més i més atractius els nous espais comercials. Al mateix temps, els centres de les ciutats amb llarga tradició comercial han iniciat processos de cooperació interempresarial amb el suport de les administracions autonòmiques i locals per tal d'adaptar-se a les noves demandes dels consumidors.

Litoral:

Es caracteritza per la seva diversitat geogràfica, morfològica i paisatgística. S'ha convertit en un escenari i suport de les diverses activitats turístiques que, en molts casos, passen els límits de la primera línia de costa.

Per la qual cosa, a l'hora de parlar del fenomen turístic en aquest espai, s'ha optat per fer una delimitació incloent només tots aquells municipis amb costa, ja que es consideren unitats operatives d'anàlisi.



L'escala d'anàlisi utilitzada és la municipal, ja que es pot mesurar millor la magnitud del fenomen turístic i els seus canvis i evolució. A més a més, s'estan creant i desenvolupant els nous productes i estratègies turístiques més interessants i novedoses amb aquesta escala.

Muntanya:

La força del paisatge pirinenc i tots els seus components naturals fan possible, juntament amb un context socioeconòmic favorable, el seu aprofitament com a recursos turístics de primer nivell.

Els Pirineus han assolit un nivell d'oferta i de demanda elevat però continuen liderant les zones costaneres i la ciutat de Barcelona. La proporció de places hoteleres dels Pirineus representa un 8% del total d'establiments hotelers de Catalunya, dada que és elevada si ens fixem en el poc pes demogràfic d'aquest territori. En concret, els Pirineus concentren el 18% dels establiments hotelers de tot Catalunya, la qual cosa indica que es tracta, en gran part, d'establiments familiars, de petites dimensions. En canvi, a les zones de costa, un menor nombre d'establiments concentren major nombre de places.

L'oferta hotelera a muntanya presenta una distribució per comarques que distingeix tres grans grups:

Vall d'Aran	Pallars Sobirà + Cerdanya + Ripollès + Alta Ribagorça	Alt Urgell + Berguedà + Garrotxa + Pallars Jussà + Solsonès
25% del total de les places hoteleres dels Pirineus	48%, és a dir, quasi la meitat del total de les places hoteleres dels Pirineus	26% del total de les places hoteleres dels Pirineus, és a dir inferior al 10% de les places

Per establiments:

Hotels **	Hotels *** i *	Hotels ****
Són els que tenen més representació	En segon lloc i amb valors propers	En tercer lloc

A nivell d'oferta d'allotjament rural, les comarques de muntanya concentren el 41% de les places de tot Catalunya, sent la proporció més alta de tots els àmbits, seguida per les comarques gironines i les comarques centrals, que concentren el 29 i el 24% respectivament.

L'àmbit de l'Alt Pirineu i Aran, que no inclou les 4 comarques del Pirineu oriental, té la tercera posició amb un 20% del total de les places. Així, la distribució d'allotjament rural a les comarques de muntanya dibuixa tres tipus de comportaments:

Comarques turístiques especialitzades en allotjament rural	Comarques turístiques especialitzades en allotjament en hotels	Comarques amb escassa orientació turística
Berguedà Garrotxa Pallars Sobirà Ripollès Solsonès	Alta Ribagorça Cerdanya Vall d'Aran	Pallars Jussà Alt Urgell

L'esquí, els esports d'aventura i el turisme rural es pot considerar que són els tres principals productes turístics de la muntanya. Pel que fa a la resta de productes, als Pirineus s'hi troben el 16% dels camps de golf i el 18% dels balnearis de les places de tota Catalunya. L'oferta de serveis turístics complementaris a l'allotjament amb el distintiu de "turisme actiu"

ofereix un diferents possibilitats per a tots els públics: Bicicletes Tot Terreny (BTT), ràfting, piragüisme i hidrotineu, rutes a cavall, barranquisme i *trekking*, tir amb arc i orientació, 4x4 i quads.



Els Pirineus estan clarament especialitzats en aquest tipus d'activitats i és la que concentra més establiments de turisme actiu de tots els territoris turístics de Catalunya. D'altra banda, la pràctica de l'espeologia, l'observació d'aus i el turisme científic són, per ara, sectors que responen més a les necessitats de la demanda que de l'oferta. En una línia intermèdia, es trobaria la pràctica del senderisme que incrementa el nombre de seguidors però no és encara un producte suficientment promocionat ni integrat en el conjunt de l'oferta turística de cada territori específic.

Turisme urbà:

L'estructura territorial de Catalunya s'explica, per la seva xarxa de ciutats, una gran quantitat d'espais urbanístics, que s'estenen per tota la geografia catalana. Sis de cada set catalans viuen en una localitat amb més de 5.000 habitants i, més de la meitat, en una ciutat habitada per més de 50.000 persones.

Potser la principal característica de la xarxa urbana de Catalunya és la seva diversitat. Hi ha moltes formes urbanes, una tipologia complexa que s'ha modelat amb els processos històrics, el context geogràfic i les relacions amb la resta de la xarxa. De manera esquemàtica, la xarxa urbana catalana està formada per quatre grans estructures. L'epicentre de la geografia urbana és l'Àrea Metropolitana de Barcelona, que es caracteritza per un sistema molt fort entre els nuclis que la formen. En segon lloc, destaquen la successió de ciutats mitjanes situades a l'entorn de la plana prelitoral. Aquestes ciutats actuen com a centres d'espais comarcals molt ben definits, com l'àrea de Barcelona (el Vallès Oriental, el Vallès Occidental, l'Alt Penedès) que està molt condicionada pels processos de metropolinització. Més enllà de la Serralada Prelitoral, les ciutats de la Catalunya Central situades sobretot en els cursos dels principals rius també actuen com a centres comercials i de serveis dels entorns comarcals propers. Finalment, les Terres de Ponent es caracteritzen per una trama urbana menys concentrada i una forta unificació de la ciutat de Lleida.

A diferència d'altres regions turístiques, el turisme urbà a Catalunya està poc desenvolupat. Probablement, el dinamisme del turisme litoral i la forta capacitat d'atracció de Barcelona han limitat la seva capacitat de creixement. La geografia del turisme urbà de Catalunya és discontinua i està integrada per les ciutats mitjanes del país. S'han considerat les 48 ciutats catalanes amb més de 25.000 habitants, un espai que defineix la condició de ciutat mitjana en el context de la Mediterrània, i s'han exclòs la ciutat de Barcelona i els municipis de Blanes, Cambrils, Lloret de Mar, Pineda, Sitges i el Vendrell perquè el seu model turístic és clarament litoral.

El turisme urbà és un fenomen complex i es presenta des de final dels anys vuitanta com un dels sectors turístics amb demandes emergents. El turisme a la ciutat és un fenomen antic, ja que l'origen del turisme es troba en l'atracció de la ciutat, però la dimensió que ha assolit avui i la

forma en què es manifesta permeten parlar d'una novetat del turisme urbà. La ciutat de Barcelona ha viscut un gran desenvolupament de les activitats turístiques, i es pot considerar un exemple del comportament generalitzat que s'observa a la major part de les ciutats mitjanes i grans. Aquest procés ha atret l'atenció d'investigadors i institucions que han dut a terme diversos estudis i publicacions. En el cas de Barcelona destaquen els informes i les estadístiques promogudes pel mateix Ajuntament i pel Turisme de Barcelona i els articles publicats en revistes especialitzades.



Són diverses les raons que poden explicar l'expansió del turisme urbà, tant des del punt de vista de la demanda com de l'oferta. Es poden identificar, almenys, quatre raons que fonamenten l'actualitat i l'interès del binomi turisme-ciutat i l'expansió del turisme urbà:

1. El canvi turístic, que per les seves característiques afavoreix el turisme urbà.
2. Les estratègies de desenvolupament de les activitats turístiques a les ciutats i la cerca de l'eficàcia del sistema turístic de cada nucli urbà.

3. El desenvolupament del turisme com a estratègia per a definir el model de ciutat per al present i per al futur, en la nova dialèctica dels processos de producció-consum i del canvi de significat de l'espai urbà.
4. El turisme com a estratègia per a reforçar la funció internacional i per a reforçar l'avantatge en l'escenari de competència entre grans ciutats en un món globalitzat.

Com a primera aproximació a la situació actual es pot afirmar que la interrelació dels factors indicats ha donat lloc a un fort creixement del flux turístic a les ciutats i, al mateix temps, es comprova un fort protagonisme de l'Administració pública en el desenvolupament del turisme a les ciutats. En els darrers anys el creixement del turisme a les ciutats europees ha superat tots els altres segments del turisme a Europa, a la vegada que les metròpolis més grans d'Europa són les veritables guanyadores de l'explosió del turisme de ciutat.

Barcelona és una de les grans ciutats turístiques més destacades d'Europa pel volum de la seva capacitat d'allotjament i pel flux de viatgers. És superada per sis o vuit ciutats, però totes són capitals d'estat. En el context de Catalunya interessa assenyalar que des de fa més de deu anys la ciutat és el nucli amb major capacitat hotelera.

La ciutat continua batent rècords pel que fa als paràmetres bàsics del fenomen turístic, tal com demostren les xifres que es fan públiques en els balanços anuals, amb creixements liderats pel dinamisme dels creuers i dels congressos.

Fonaments del turisme de la ciutat

Barcelona presenta els fonaments bàsics que caracteritza el turisme urbà: ciutat bimil·lenària, patrimoni històric i monumental singular, equipament i dinàmica cultural destacada, capital econòmica i turisme de negocis que l'ha feta destacar com a ciutat de fires i congressos,

plaça comercial de gran atracció, ciutat universitària, capital esportiva, centre d'atracció de serveis especialitzats i l'oferta del front marítim recuperat que, a més de disposar d'una àmplia oferta de serveis lúdics/recreatius, comprèn quatre quilòmetres de platges.

Però Barcelona es beneficia, a més a més, d'unes circumstàncies que amplien la seva capacitat d'atracció actual i futura:

1. La seva localització i les seves condicions ambientals.
2. La celebració dels Jocs Olímpics de 1992.
3. Conformació definitiva de Barcelona com a metròpoli mediterrània de primer ordre.
4. La decidida gestió de l'Administració pública a favor del turisme.

Situats en un context més recent, el desenvolupament turístic de Barcelona s'ha mantingut en les claus que expliquen tradicionalment l'èxit de les destinacions urbanes:

1. El reforçament de la seva imatge com a ciutat monumental (l'arquitectura és la característica millor valorada pels visitants).
2. L'increment de l'oferta cultural i mu-seística (el Museu Marítim, el Museu d'Història de Catalunya, el Museu d'Art Modern, el Centre Cultural de la Caixa de Catalunya i Caixa Fòrum).
3. El reforçament de la capacitat d'atracció en el segment de reunions i congressos.

La consolidació com a plaça forta en els itineraris dels creuers mediterranis.



QUÈ OFEREIX?

Cultura

Catalunya atrau al llarg de l'any un nombre elevadíssim de turistes gràcies als seus atractius naturals i comercials, i a la seva àmplia oferta d'allotjament, restauració i alternatives d'oci.

Una part considerable d'aquest turisme prové de països amb un elevat nivell educatiu i una vida cultural notable. Tanmateix la demanda cultural d'aquests turistes se centra majoritàriament en les propostes d'oci (discoteques, bars musicals, animació hotelera o festes comercials), en les activitats de les festes majors, i per últim en l'oferta de monuments i museus.

En canvi, l'àmbit de l'espectacle en viu convencional no sembla interessar excessivament al gran nombre de turistes que visiten Catalunya. Tan sols alguns festivals emblemàtics o l'oferta musical de més alt nivell semblen atreure un volum de públic turístic minoritari però significatiu. Bona part de l'activitat musical, no arriba als circuits turístics. Per un altre cantó, molts hotels, locals d'oci o fins i tot consorcis d'animació turística produeixen espectacles dirigits quasi exclusivament al públic turístic. A nivell territorial, la demanda turística que consumeix espectacle en viu en espais convencionals se centra en l'oferta d'espectacles i festivals barcelonins, i en menor mesura en la de Girona o altres localitats turístiques amb ofertes reconegudes.

Per tant, el mapa de l'oferta musical, teatral i de dansa només coincideix en part amb la del turisme cultural.

Fer turisme a Catalunya significa visitar el seu patrimoni. A cada paisatge i a cada destinació de Catalunya, hi ha una quantitat diversa de llocs per visitar i activitats culturals per descobrir.

La cultura catalana ha desenvolupat, al llarg dels segles, una identitat singular i universal. Els aspectes que han format una cultura nacional i

cosmopolita a la vegada són: la innovació, la creativitat, la capacitat de absorció de les diferents influències i els valors de convivència i tolerància. Les noves corrents d'art i de pensament profunditzen tradicionalment amb força a Catalunya gràcies a la situació geogràfica del país, oberta als països del Mediterrani i d'Europa, i també a la força i l'esperit innovador que genera Barcelona.

Catalunya té una cultura molt diversa, podríem començar parlant de la sardana que es considera la dansa nacional de Catalunya. S'acompanya amb el so dels instruments de la cobla. També podríem parlar del ball de bastons i la jota de les Terres de l'Ebre que són danses populars catalanes, així com les cantades d'havaneres, pròpies de la costa.

Festes i fires

A Catalunya, la cultura popular constitueix, amb la llengua, una part fonamental del llegat patrimonial que caracteritza l'ànima del país.

Un llegat extraordinàriament ric i divers que genera i omple de contingut una activitat constant: cicles, festivals, fires i trobades vinculades a l'associacionisme cultural.

Això és possible gràcies a la força del nostre món festiu, viu, establert en la tradició mediterrània i compartit amb els demés països de parla catalana.

La música i el cant, la dansa, el foc, castells, entremesos i representacions teatrals, aplecs, processons, desfilades i molt més són un univers que ens situa i ens identifica, que creix amb el país i la seva gent, i que es recolza en la participació, la creativitat i el compromís de tothom.

De festes n'hi ha de moltes classes i s'articulen entorn dels eixos bàsics del temps i de l'espai, o, més ben dit, de la nostra percepció. Per això hi ha festes

commemoratives vinculades als moments de traspàs de l'individu d'una condició social a una altra (bateigs, primeres comunions, matrimonis...). Però també hi ha festes commemoratives que celebren l'individu o la societat repetitivament any rere any (com el sants, els aniversaris, les festes majors, les diades) i, sobretot, festes vinculades a la pròpia estructura del curs de l'any, circular, però amb unes fites on el temps sembla que s'atura i torna a prendre embranzida. En aquests moments hi ha algunes de les principals festes tradicionals. Al solstici d'hivern, totes les festes del cicle nadalenc; a l'equinocci de primavera, festes de fecunditat com les festes florals, els arbres de maig o les passions i altres celebracions de Setmana Santa. Al solstici d'estiu, trobarem les festes de Sant Joan i totes les revetlles, i, a l'equinocci de tardor, Tots Sants i les festes dels morts.

Fires de cultura popular

Arreu de Catalunya se celebren nombroses fires vinculades al teixit associatiu i la cultura popular.

Aquestes fires són una model de les diverses expressions de cultura popular del nostre país, amb tallers i espectacles en directe. Són un espai de trobada, de comunicació i d'intercanvi de propostes, coneixements i experiències.

Festes populars i tradicionals

Una gran diversitat de manifestacions festives, elements i actes formen part del patrimoni festiu català, amb un calendari festiu ben viu. D'entre totes les festes religioses i cíviques que es celebren, destaquen les del cicle d'hivern, amb les de Nadal i les de Sant Antoni Abat, el Carnaval, Setmana Santa, les festes de maig, el Corpus, Sant Joan i les festes majors d'estiu.

Cada comunitat té les seves festes, que reforcen la cohesió i el sentit de pertinença, celebracions amb característiques pròpies. La festa és explosió, diversió, convivència, expressió, intensitat, etc. La festa és

plena de colors, emocions, moviment, música i creativitat. La festa és per viure-la i per compartir-la.

Profunditzar en la riquesa i pluralitat de les festes és descobrir un patrimoni cultural ple de tradició, de valors, en transformació constant i amb molta implicació i participació ciutadana, associativa i institucional.

La majoria de les festes populars són tradicionals o aspiren a ser-ho. Totes les festes, per tradicionals que siguin, tenen una data de naixement o de recuperació o de reinvenió. En alguns casos pot ser més o menys llunyana o poc coneguda, però en altres no. Moltes procedeixen, tal com avui es coneixen, del llarg període de fundació del catalanisme cultural i polític que va des de la Revolució Industrial i el romanticisme del segle XIX fins a la Guerra Civil. I d'altres neixen els darrers anys del franquisme i els primers de la transició fins als nostres dies.



Tradicions

Les festes i les tradicions són dos fenòmens molt relacionats. Una tradició és un artifici cultural: la cultura, per la seva pròpia naturalesa adaptativa, a banda d'altres aspectes, té un vessant tradicional, de transmissió de generació a generació, però també, necessàriament, un vessant evolutiu. Segons els contextos culturals i els moments històrics, l'evolució és més o menys ràpida, però, les cultures sempre es transformen per adaptar-se als nous temps i a les noves situacions, ja que no tenen res que sigui eternament fix.

Les tradicions són la fixació en el temps d'un fenomen cultural, habitualment amb finalitats simbolicoidentitàries.

Tot fenomen cultural té una triple dimensió: forma, funció i significat. La tradició fixa interromp l'evolució formal, principalment, del fenomen. La funció i el significat continuen evolucionant d'acord amb les necessitats socials i individuals.

Fer cagar el tió, per exemple, és una tradició molt estesa a Catalunya i que mostra una saludable vitalitat. Formalment es manté en la seva forma original, fins i tot, com moltes altres tradicions, en alguns casos pot haver recuperat aspectes formals que ja s'havien perdut en la pràctica. Funcionalment el tió s'ha integrat, com un element més, juntament amb el Pare Noel i els Reis, dintre de la disbauxa consumista de les festes de Nadal i també s'ha reubicat en la dinàmica d'escoles i esplais, on no havia estat mai. Quant al significat, ha esdevingut majoritàriament, en aquest context una autèntica afirmació de catalanitat. Potser algú continua fent cagar el tió com un ritual de fecunditat agrària, però no és aquest el sentiment general de la població, sinó el consum, una dimensió que no ha format part de la mateixa tradició fins fa unes poques dècades. Igualment es podria analitzar, en aquest mateix sentit, la castanyada o les tradicions de la nit de Sant Joan, per exemple.

Les tradicions també canvien amb la incorporació de nous materials i noves tecnologies per a millorar la seguretat, l'eficàcia o l'espectacularitat d'una determinada manifestació amb la simplificació, l'homogeneïtzació i la descontextualització.

Una de les tradicions més reconegudes internacionalment són els castellers, una tradició originària dels Balls Valencians. S'ha acabat estenen per tot el territori català. Els diferents grups castellers, intenten formar-ne la més alta i de millor estructura, coronats amb l'anxaneta, un nen o nena que aixeca el braç en coronar el castell.

El 11 de setembre, se celebra La Diada Nacional de Catalunya, la festa nacional de Catalunya i es commemora anualment recordant la darrera defensa de Barcelona l'11 de setembre de 1714.

El 23 d'abril, se celebra Sant Jordi, patró de Catalunya. Es costum d'aquesta festa regalar roses a les noies i llibres als nois.

El 23 de juny, se celebra la revetlla de San Joan. Aquest dia tal i com marca la tradició, es fan fogueres als carrers de les ciutats i pobles per tal d'allunyar els dimonis, les malalties, les plagues d'insectes... se sol fer un sopar amb els amics o veïns i per acabar es menja una coca típica.

Encara es podria anomenar moltes més ja que Catalunya és un país ric en cultura i tradicions.



Distribució territorial de les festes i tradicions turísticament més rellevants a Catalunya

A Catalunya no trobarem cap comarca, ni pràcticament cap poble que no tingui alguna festa o tradició que el transcendeixi. Només l'enumeració de les més significatives ja desborda els límits d'aquesta obra. Afortunadament, es disposa d'una bona bibliografia i ben actualitzada.

El Parlament de Catalunya, a la Llei de Foment i Protecció de la Cultura Popular i Tradicional i de l'Associacionisme Cultural, va establir la figura de Festes d'Interès Nacional per distingir les "celebracions de la cultura tradicional catalana d'especial arrelament i rellevància". Actualment hi ha vint-i-sis festes declarades d'interès nacional: l'Aplec del Cargol de Lleida, el Ball del Sant Crist de Salomó, el Carnaval de Vilanova i la Geltrú, el Via Crucis vivent de Sant Hilari Sacalm, la Festa de l'Arbre i Ball del Cornut de Cornellà de Terri, la Festa de les Enramades d'Arbúcies, la Festa de les Enramades de Sallent, la Festa de les Falles a Isil, la Festa del Pi de Centelles, la Festa dels Raiers a la Pobla de Segur, la Festa dels Traginers de Balsareny, la Festa Major de Castellterçol, la Festa Major de Gràcia, la Festa Major de Reus, la Festa de Sant Bartomeu de Sitges, la Festa Major de Sant Feliu de Pallerols, la Festa Major de Vilafranca del Penedès, les Festes de Santa Tecla de Tarragona, les Festes decennals de la Mare de Déu de la Candela de Valls, les Festes del Tura d'Olot, la Fira de la Candelera de Molins de Rei, la Passió d'Esparreguera, la Passió d'Olesa de Montserrat, la Patum de Berga, la Processó del Sant Enterrament de Tarragona i la Processó i Dansa de la Mort de Verges. Una d'aquestes festes, a més, la Patum de Berga, ha obtingut de la UNESCO la declaració de Patrimoni Immaterial de la Humanitat.

Aquesta llei permet ubicar en l'espai i en el curs de l'any un bon nombre de manifestacions festives tradicionals, però no és un inventari complet, per diverses raons:

-En primer lloc, perquè, per la raó que sigui, determinades festes que hi podrien figurar perfectament no hi figuren.

-En segon lloc, perquè hi ha manifestacions tradicionals que poden estar més o menys relacionades amb la festa o amb cicles festius, però que no ho són en elles mateixes, i que tampoc no hi consten.

-En tercer lloc, perquè hi ha festes i tradicions que no s'adscriuen a una població en concret, tot i representar potser un dels actius més importants a Catalunya, com és singularment el cas de Sant Jordi.

-I, en quart lloc, perquè no s'hi recullen manifestacions ludicofestives més recents però amb una gran i consolidada implantació, com l'Aquellarre de Cervera, la Feria de Abril de Barcelona o la mostra Girona en Flor.

Caldria afegir encara que hi ha manifestacions potser d'interès més local però que poden ser turísticament importants per a un públic de proximitat. I tot plegat, deixant de banda fenòmens com les Festes de la Mercè, a Barcelona, que adquireixen una complexitat que desborda l'anàlisi d'aquest fenomen concret.

Potser en part per alguna d'aquestes raons, el Centre de Promoció de la Cultura Popular i Tradicional ha creat, per decret del 2006, el Catàleg del Patrimoni Festiu de Catalunya, amb la qual cosa ha augmentat la catalogació dels fenòmens festius d'interès nacional amb nous criteris afegits.

Entretament

Avui un turista ja no pot ser definit només com la persona que fa un viatge més o menys llarg durant les seves vacances. Des del punt de vista estricte del seu origen o punt de sortida, el turista és un consumidor fora del seu lloc de residència habitual, cosa que, d'una banda, amplia el concepte de turista i, de l'altra, reforça la seva llibertat d'alguns frens al consum que la vida ordinària comporta conscientment o inconscientment. Els turistes consumeixen normalment espai i temps lliure, sigui a les platges, a les muntanyes o a les ciutats i als seus monuments; aquests llocs, amb la freqüentació dels turistes, s'han equipat d'establiments comercials i de serveis més o menys especialitzats i de manera quasi mai no planificada.



En aquest sentit, podria afirmar-se avui que tot l'equipament comercial, almenys a Catalunya, forma part, d'alguna manera, de la infraestructura turística i ja no pot ser considerat més com una activitat simplement complementària. Sobretot, si es pensa que poden ser tinguts en compte com a turistes, a cada localitat on no viuen, tots els catalans que viatgen per Catalunya els caps de setmana o els ponts i les

vacances, a més dels milions de visitants de la resta d'Espanya i de l'estranger que ens visiten més o menys esporàdicament, afavorits tots per la baixa considerable dels preus del transport, principalment, en avió, cosa que permet viatjar amb més facilitat a més gent, més lluny i amb més freqüència i a través d'aeroports més petits, com els de Girona o Reus.

Una gran quantitat de consumidors d'origen divers es mouen anualment per Catalunya i passegen i compren pels establiments comercials. Els turistes, doncs, independentment del seu lloc de residència i del lloc on passegin, són persones ocioses, les quals volen gaudir del seu temps lliure consumint i, si cal, i si volen, comprant.

En el cas de Catalunya, cal no oblidar un exemple històric de turisme comercial tradicional, que alternava la compra amb l'oci i el turisme. Es tracta del cas d'Andorra, la qual, als seus recursos de paisatge i de turisme d'hivern, ajuntava una oferta comercial molt important que convertia els seus nuclis centrals en una veritable gran superfície comercial, especialment en els anys de la dictadura franquista, quan l'escassetat i la pobresa de l'oferta comercial espanyola era proverbial. Algunes persones encara van a Andorra a passejar i a comprar, tot i que les raons inicials del seu èxit pràcticament han desaparegut del tot.

A Catalunya hi ha una immensa varietat d'entreteniment per tots els ciutadans i turistes, dels més petits fins als més grans. Hi ha parcs temàtics i d'atraccions com ara Port Aventura, infinitats d'activitats de lleure a l'aire lliure tant terrestres, aquàtics i aeri, per exemple senderisme, rafting o volar amb globus aerostàtic... Disposa de activitats esportives com esquiar als Pirineus, balnearis i tasts dels millors vins de Catalunya. També disposa de càmpings. A més a més hi ha centres de fauna i botànica. Es pot trobar concerts de tot tipus.

45

XINA

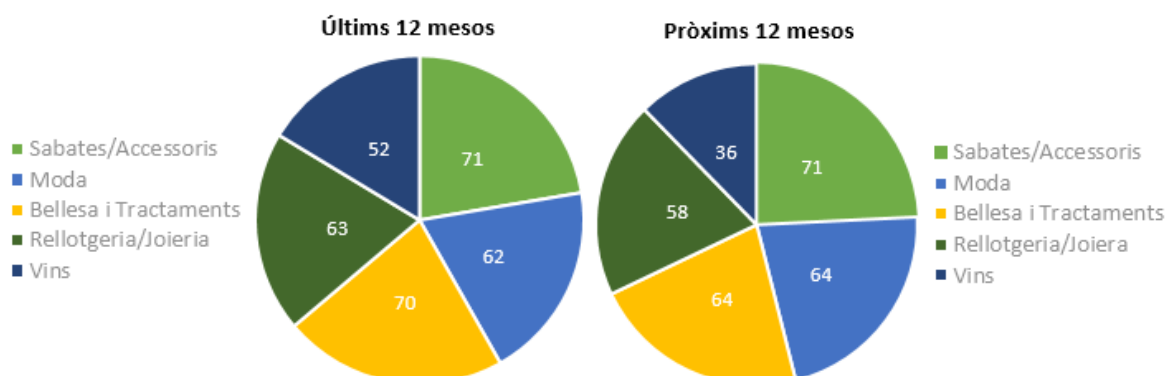
ELS TURISTES XINESOS

Cada cop més els turistes xinesos d'alt poder adquisitiu arriben a Catalunya. La combinació del nou consumidor per descobrir i el fet que tingui diners, obra portes a comerciants i hostalers a que puguin conèixer què és el que realment esperen trobar aquests turistes en la seva estada. Cinc de cada deu xinesos que arriben a Catalunya per comprar ho fan amb una llista preparada a casa. Precisament, a l'hora d'escollir aquests articles, dos de cada tres els prefereixen discrets en lloc de carregats, posant les sabates i les bosses de mà com els productes preferits.

Per sectors, els que lideren l'interès del turista xinès són el de la moda, el de bellesa i tractaments exclusius. Tots tres generen l'interès del 64% dels visitants xinesos al nostre país. Així doncs, les expectatives que es tenen en relació a les seves maletes en el viatge de tornada, no aniran tan plenes de productes gastronòmics; sinó que serà més fàcil trobar-hi productes de nivell ja que sol un terç s'hi interessa en aquesta.



ELS PRODUCTES PREFERITS PELS TURISTES XINESOS



De fet, aquest perfil de visitant té una gran tendència a repetir estades a llocs coneguts. El 56% dels xinesos té previst gastar més en la següent visita, mentre que el 46% pensa gastar el mateix.

LES PARTICULARITATS DEL TURISTA XINÈS

Aquest estudi revela que en les seves compres, no busca un reconeixement social. Només un 17% afirma que compra per mostrar el seu estatus davant de la societat i dos de cada tres prefereixen les compres adients a les seves necessitats. A més a més, pràcticament la meitat valora que els productes estiguin fets amb materials de primera qualitat.

En l'actualitat, només el 10% dels xinesos (uns 132 milions de persones) gaudeix i es pot permetre moltes més despeses, gràcies a la seva classe social mitjana. Es calcula que al 2030 uns 480 milions de persones (un 35% de la població) formaran part de la classe mitjana en disposar d'uns ingressos mitjans-alts o alts i una capacitat de despesa anual superior als 10.000 dòlars (9.106 euros).

Els turistes que més viatgen i més gasten

L'auge de la classe mitjana a la Xina està revolucionant els hàbits de consum i disparant alguns negocis com el turisme. L'any passat, 120 milions de xinesos van viatjar a l'estranger i es van gastar 104.500 milions de dòlars (gairebé 100.000 milions d'euros).

Encara que els seus destins preferits segueixen estant a Àsia, cada vegada més turistes xinesos viatgen a Europa, on Espanya va captar l'any passat gairebé 400.000 visitants d'aquest país. El seu nombre no deixa d'augmentar en els últims temps, però Espanya encara està molt per darrere del Regne Unit, França i Alemanya. Entre les noves tendències del turisme xinès, destaquen les 60.00 persones que van viatjar en 2014 a Corea del Sud per fer-se operacions de cirurgia estètica.

Actualment 150.000 xinesos visiten el nostre país i la seva principal activitat durant el viatge és anar-se'n de compres, per sobre d'altres activitats com les visites a museus o monuments. Tot i així, adverteix que aquest consumidor cal començar a atreure'l al seu país d'origen.

Què busquen els xinesos?

- | | |
|-------------|---------------|
| -Oci | -Gastronomia |
| -Cultura | -Arquitectura |
| -Naturalesa | -Salut |

En respecte a la cultura pot ser interessant influir aspectes tradicionals, folklòrics i més autòctons de les regions més petites. Com danses, menjar típic, activitats curioses...

El 82% dels xinesos afirmen que el "shopping" és l'objectiu i la part vital del viatge per tant, es una dada molt important a l'hora de programar un itinerari.

Ara prefereixen viatges més profunds i de autoservei, de caràcter lliure, els viatges de pocs dies a molts països diferents ja han passat de moda.

Els xinesos valoren molt la seguretat. Per tant, és necessari donar bones indicacions i recomanacions quan sortint a passejar i vagin a zones amb més incidència de robatoris. Es tracta de advertir-los de la importància de saber evitar possibles incidències.

Per el turista xines la bandera de Xina és un símbol de benvinguda als establiments.

Estaria bé incorporar la bandera en hotels, restaurants preparats per al turista xinès, amb personal xinès...



El xinès no és un client exclusiu d'hotels de 4-5 estrelles. Hem de saber detectar el perfil de turista que arriba i oferir-li el hotel més adequat. La idea de que tots els xinesos que arriben són milionaris no és certa.



Per un altre costat els hotels haurien d'oferir menjar típic de Xina, ja que el turista xinès estranya ràpidament el seu menjar.

L'enoturisme s'hauria de potenciar més, ja que actualment el nostre país s'ha convertit en el primer productor de vi al món.

La millor manera de potenciar l'enoturisme és oferir activitats de tast de vins i visites a les bodegues i aprendre a vendre els nostres vins de forma atractiva i diferent. Els vins que més agraden als xinesos són suaus, dolços i amb un bon sabor al final.

Gràcies a la rellevància de arquitectes com Gaudi, Catalunya i concretament Barcelona són atractius i reconeguts mundialment. Els nostres edificis són parada obligatòria i èxit assegurat.

El golf s'està convertint en un esport molt popular a Xina, però a causa de la manca de infraestructures i condicions per practicar-lo, no es pot dur a terme. Per tant, oferir aquesta activitat pot ajudar-nos a afegir-ho al nostre itinerari.

Pels xinesos, tornar a casa després d'un viatge i no tenir res material per mostrar a familiars i amics on han estat, és com no haver-hi estat. A part de fer fotos, poden emportar-se souvenirs, així no sol marxaran més orgullosos, sinó que també podran recomanar el nostre país als seus amics i familiars.

Uns 300.000 viatgers del país asiàtic van visitar el 2016 Catalunya, un 40% més que el 2015. Són els que més viatgen i gasten de tot el món. Travessar les seves fronteres és per a ells sinònim d'estatus i prestigi i solen viatjar amb tota la família.

Els xinesos gasten a Catalunya entre 180 i 200 euros per dia i són els que més diners destinen a compres.

La majoria dels visitants procedeixen de grans ciutats, de més d'un milió d'habitants, tenen entre 27 i 50 anys, posseeixen títol universitari i pertanyen a la creixent classe mitjana o alta. Solen visitar un o dos països per viatge, més d'una ciutat i s'interessen per les més famoses.

El turisme xinès ha crescut a Catalunya un 40% en els darrers cinc anys, i a nivell estatal ha augmentat un 23% en el darrer any. És, sens dubte, un dels mercats turístic que més creix, juntament amb la Índia, i les previsions diuen que ho seguirà fent els propers anys.

La clau per atraure aquests visitants és "oferir experiències". Per això cal que la seva visita no sigui només de fer fotos, cal oferir-li experiències inoblidables, luxoses, per assegurar el negoci.

ELS PERFILS DEL TURISTA XINÈS

Els Detallistes: Representen el 25% dels turistes xinesos. Tenen una mitjana de 50 a 60 anys. Els agrada molt aprendre i planificar els seus viatges al màxim. Els atrau la gastronomia, la cultura i per descomptat, són els que tenen més alt nivell econòmic. Se senten atrets per les activitats tranquil·les i gaudir del relax.

Connectors Prudents: També representen el 25% i compten amb el mateix rang d'edat que els anteriors. Tendeixen a viatjar en família i busquen per hotels assegurances i activitats per a tota la família. Són molt planificats i busquen la diversitat i qualitat dels serveis.

Cercadors d'Experiències: Són el 17% dels turistes. Tenen entre els 20 a 30 anys i viuen molt de la ciutat. Són turistes que busquen el nou, modern i elegant. També són amants de la cultura i estan en constant recerca de noves experiències.

Capritxosos: Són el 12% dels turistes i ronden els 20 i 30 anys. En general són nous emprenedors, compten amb gran nivell econòmic i els agrada el millor. Tendeixen a allotjar-se en hotels de 5 estrelles i gaudir de tots els serveis. També els agrada l'aventura, de manera que tendeixen a buscar nous llocs per viatjar. Estimen l'exòtic.

Aventurers: Són el 21% dels turistes i se'ls coneix com els "millennials". Són joves nascuts als 90 i els encanta conèixer nous llocs, però potser tenen un pressupost més ajustat. Busquen molts preus i busquen el viatge low-cost. El bohemí i la tecnologia és part dels aventurers.

L'estudi dels perfils va ser fet pel programa "Ipsos", on van participar més de 3.000 xinesos enquestats. Les dades es van complementar amb l'estudi fet per Hoteles.com.



PART PRACTICA

El meu treball de recerca també està compost per una part practica per poder conèixer al turista xinès amb molta profunditat i conèixer les festes i fires de Catalunya específicament.

La part practica està formada per quatre apartats, dels quals són totalment diferents: Una entrevista a una extreballadora de l'Oficina de Turisme de Catalunya i una agencia professional receptora, per descobrir amb màxima profunditat el que Catalunya ofereix i com ho fa. A continuació les graelles de les festes i fires de Catalunya més rellevants. Després les enquestes als xinesos durant la meva estada a la Xina. I per últim, la creació del meu objectiu, unes revistes turístiques, que, es troben fora del treball de recerca.

La meva tutora i jo, ens vam ficar en contacte amb dues agencies de Xina, les quals els hi vam enviar les revistes de les diferents estacions i els hi vaig demanar la seva sincera opinió. Això és el que van respondre:

Vicky Huo

Sales Manager

Tel: 86 10 67160201 ext 1019

Mobile: +86 13581636181

Office Hours: 9:00-18:00 (GMT+0800) Monday - Friday

Tour Operator: **Beijing Champagne International Travel Service**

Address: 2001-1-1, Nanxiaojie, Guangqumen, Chongwen District, Beijing, China 100061

Dear Oscar,

The work Mrs. Anna Aznar sent me was absolutely wonderful! The proposal for Chinese tourists to visit Catalonia is very interesting. Our Travel Agency Tour Beijing is aware of the fact that many Chinese citizens are already spending their holidays abroad, being England, France, Germany and Italy the main destinations. However, we have no

doubt that if they were presented this opportunity of visiting Catalonia, they would, no doubt, take it. We also liked the style you have when presenting the different routes for the different seasons and we find the fact that you thought of the seasons as the main theme for organizing everything really appropriate, as we, Chinese, are guided by the seasons.

We want to congratulate you for your job and encourage you to go on in this way.

Yours sincerely,

John Meng

TTC Travel Network

www.travelbeijingtour.com

www.tourtravelchina.com

Your Vision, Our Mission!

E-mail: ttctravel@yahoo.com

Whatsapp: +86 133 6679 1165

Mob: +86 13366791165 (24-hour)

Tel: +86-10-51668643

Fax: +86-10-58043535-00011

Dear Anna,

The magazines you sent me are simply amazing. The design is superb and the content is astonishingly well-organized. It is hard to believe it was carried out by a 16-year-old student. He has thought of every single detail and I think that including the gastronomy in the different activities he proposes is an excellent choice, if we have the Chinese character into account.

Nevertheless, he doesn't seem to take into account that our holidays are really short. The Chinese tourist – right now- cannot stay in a country for such a long time.

Tell your student that he is on the right track and that perseverance is the way to achieve his goal. Congratulations!

55

ENTREVISTA

Alicia
繁榮

Vaig realitzar una entrevista a Lorena Mascarell, que actualment treballa al Patronat de Turisme de Lleida, i extreballadora de l'oficina de turisme de Catalunya a Lleida, i a una agència receptora coneguda com Across Spain, que organitza programes culturals tant individuals com per a grups per arreu d'Espanya. A més, és especialista en esdeveniments esportius i reunions i activitats d'incentius a tot el territori. El seu objectiu es regeix pel principi d'apropar diferents cultures i de construir relacions entre els visitants i els habitants del país receptor. Els hi vaig formular les següents qüestions:

1. QUE POT OFERIR CATALUNYA?

Catalunya pot oferir des de monuments, museus, tradicions i festivals fins a enoturisme, oleoturisme, itineraris i també productes de la terra. Apart també pot oferir recursos naturals com els espais naturals i/o protegits, platges i ornitologia (interès pels ocells), restaurants de luxe, estacions de ski, càmpings, hotels i allotjaments rurals.

1.1. COM HO OFEREIX?

De la manera que ho ofereix és a través de les agències de viatges. Hi ha les de turisme egressiu o d'explotació que atenen l'oferta i demanda del turisme egressiu a l'exterior, després les de turisme receptiu que atenen dins del país els corrents turístics que provenen de l'exterior i per últim les de turisme intern que atenen el moviment intern del turisme d'un país. Totes aquestes ofereixen rutes turístiques, packs turístics, packs esportius, instal·lacions i serveis per conferències, allotjament i excursions per individuals.

1.2. QUINA ÈPOCA DEL ANY ÉS MILLOR PER VIATJAR? QUANTS TURISTES VENEN EN AQUESTA ÈPOCA?

Hi ha diverses opinions. Uns pensen que els mesos calorosos són els pitjors per les altes temperatures que hi ha, en canvi, d'altres pensen que els mesos d'hivern les temperatures són bastant baixes. També depèn del perfil dels viatgers i les seves vacances del país de origen.

Tot i aquesta diversitat d'opinions, actualment, s'està posant de moda les escapades de cap de setmana a prop d'on viuen, i disfruten d'una gran amplitud de entreteniment i sobretot diversió.

2.QUINS SÓN ELS LLOCS MÉS COMUNS QUE ELS TURISTES ACOSTUMEN A VISITAR?

Situat al nord-oest de Catalunya trobem l'únic parc nacional català, el Parc Nacional d'Aigüestortes i el Congost de Mont-Rebei, un paratge que forma part de la Reserva Natural Parcial de la Noguera Ribagorçana/Mont-Rebei. Al nord-est hi ha la Costa Brava, és la costa gironina on es concentren més turistes a l'estiu. Al sud-est trobem Tarragona, amb el complex turístic anomenat Port Aventura amb diferents parcs temàtics que arriben a visitar-los més de 4 milions de persones a l'any i es pot gaudir amb la família, a més a més a Tarragona destaca la gastronomia i el Delta de l'Ebre, un parc natural molt important. A l'oest trobem Lleida amb l'Aplec del Caragol, una manifestació gastronòmica, on els cargols són els protagonistes i també la Festa de Moros i Cristians. I per últim a l'est òbviament trobem Barcelona, la ciutat que destaca més en turisme en tots els àmbits. Normalment combinen el seu viatge amb Madrid i/o la resta d'Espanya, el sud de França o Illes Balears. Només a la ciutat de Barcelona fins més lluny Girona i Figueres.

2.2. QUIN TIPUS D'ENTRETENIMENT ES POT TROBAR A CATALUNYA?

Destaca el senderisme, una activitat per caminar a l'aire lliure i descobrir paisatges de Catalunya. Disposa d'establiments especialitzats, compta amb rutes de senderisme de diferents graus. També esports d'aventura al Pirineu i parcs temàtics com Port aventura. Actualment està de moda fer Motorisme i Cicloturisme.

Es pot trobar esdeveniments i espectacles individuals o en grup i en els que es pot incloure guia.

Catalunya disposa de molts circuits de karts i també activitats d'aventura com el barranquisme, escalada, entre d'altres.

Cinemes, teatres i circs també són altres tipus d'entreteniments que es poden trobar, però no destaquen tant com els anteriors.

2.3. QUÈ BUSQUEN ELS TURISTES QUE VOLEN VISITAR CATALUNYA?

Ambient, memòria i preus competitius.

3. MERCAT XINÈS

3.1. HI HA UN MERCAT XINÈS? JA HI HA TURISTES XINESOS QUE VENEN? QUANTS XINESOS VISITEN AQUEST MERCAT XINÈS?

Si que n'hi ha.

3.2. QUÈ BUSQUEN?

Cultura, oci, entreteniment i gastronomia són els que destaquen més quan visiten Catalunya.

3.3. QUÈ SE'LS OFEREIX?

Segons les oficines de turisme de Catalunya, l'oferta turística que es proposa són: recursos tant naturals, culturals i patrimonials. També esdeveniments lúdics, culturals, esportius i comercials de Catalunya; Restauració, allotjaments i transports.

Altres serveis serien la distribució de publicacions turístiques gratuïtes, la tramesa de material informatiu fora de l'àmbit municipal de cada municipi. A més a més guies i publicacions de recursos turístics de Catalunya i marxandatge.

A més a més se'ls ofereix combinant la seva estància amb menjar xinès.

L'objectiu d'aquesta entrevista ha sigut descobrir el que realment Catalunya pot arribar a oferir als turistes xinesos en qualsevol època de l'any.

59

GRAELLES

Alicia
繁榮

Per poder dur a terme el meu objectiu inicial vaig haver de conèixer amb més profunditat el que Catalunya oferia en tots els seus municipis. Per això, vaig investigar les diferents festes i fires (culturals, tradicionals, gastronòmiques, de natura i esport) per tal de saber el que un turista es podria trobar al llarg de l'any a Catalunya. Vaig triar les festes i fires més conegudes popularment, amb la finalitat de crear unes graelles les quals especifiquessin el seu lloc i dies de durada i explicant el seu origen i una breu explicació d'aqueta. També s'especificava al final de tot les activitats que es duen a terme a la fira o a la festa. A més a més com indicació del lloc on es dur a terme es va afegir un mapa de Catalunya indicant la comarca i un altre mapa de la comarca indicant el municipi. A continuació, es presenta el model de les graelles. A més, es poden trobar totes les graelles a l'annex.

NOM DE LA FIRA O FESTA	
QUAN? ON? QUÈ ÉS?	 MAPES
ORIGEN	 FOTOGRAFIA DE LA FIRA O FESTA
ACTIVITATS	

61

ENQUESTES

Alice 繁榮

En la part practica del meu treball de recerca, he realitzat una enquesta a 54 xinesos de classe mitjana-alta de la capital de Xina, Pequín, durant la meua estança allí en un viatge de quinze dies, per aprendre la llengua i la cultura. Durant aquells dies, vaig anar realitzant el màxim d'enquestes.

Vaig buscar persones de totes les edats i sexes. El lector observarà que no hi entrevistes a persones de tercera edat, ja que no volien contestar, a causa de la seva desconfiança. En canvi molts joves es veien molt interessats en voler contestar les enquestes. La majoria de les persones de mitjana edat tenien el dubte de voler contestar, però per altra banda alguns tampoc volien contestar.

La finalitat d'aquesta enquesta fou investigar l'interès del xinès a l'hora de visitar un país, conèixer si havien visitat Catalunya i el grau de satisfacció i per últim i més important, el coneixement que tenen sobre Catalunya.

La enquesta està escrita en anglès i en xinès, ja que els xinesos de nivell econòmic mitjà-alt ja comprenen l'anglès i si tenien algun dubte podien consultar el significat de la pregunta a continuació.

L'enquesta està formada per tres capítols:

1. Recerca de diferents preguntes que em plantejava a l'hora de començar el treball.
2. Recerca per saber el coneixement dels xinesos pel que fa a Catalunya.
3. Recerca per conèixer els interessos dels xinesos a l'hora de viatjar.

Dins d'aquests capítols, al segon capítol, hi ha diferents apartats que la formen per conèixer amb més profunditat el seu coneixement. A continuació, es presenta el model de l'enquesta durada a terme a la Xina.



CATALONIA



WHAT DO YOU KNOW ABOUT CATALONIA?

1. Age 年齡

- ☐ 16-20
- ☐ 21-35
- ☐ 36-55
- ☐ 56-75
- ☐ More than 75

2. Gender 性別

- ☐ Male 男
- ☐ Female 女

3. Do you know the capital of Spain? 你知道西班牙的首都嗎？

- ☐ Barcelona
- ☐ Madrid

4. Have you ever been to Catalonia? 你去過加泰羅尼亞嗎？

- ☐ YES
- ☐ NO

4.1. If you have answered the previous question affirmative, how would you rate your stay in Catalonia? 如果你去加泰羅尼亞，你喜欢嗎？

- | | |
|--|---|
| ☐ 1-4 (Bad-坏) | ☐ 7-8 (Good-好) |
| ☐ 5-6 (Regular-正常) | ☐ 9-10 (Very good-很好) |

4.2. The reason for your trip to Catalonia was for: 你去加泰羅尼亞之行的原因是：

- ☐ Leisure
- ☐ Business
- ☐ Others

4.3. What did you visit in Catalonia? 你在加泰羅尼亞參觀了什麼？



Sagrada Família- Barcelona

☐

Amfiteatre- Tarragona

☐

Museu de Dalí- Girona

☐

La Seu Vella- Lleida

☐

5. What do you know of Catalonia? 你知道什麼東西加泰羅尼亞？

Food- 餐飲:



Bread with tomato
○



Calçots
○



Snails
○

Traditions- 傳統:



Tió de Nadal
○



Saint George
○



Correfocs
○



Castellers
○



Sardanes
○



Ball de Bastons
○

Places-地方:



Congost de Mont-Rebei
○



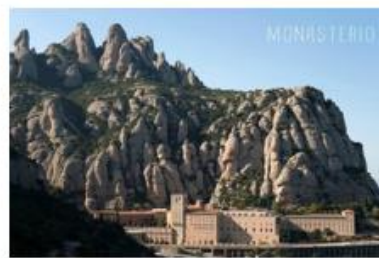
Delta de l'Ebre
○



Aigüestortes
○



Besalú
○



Montserrat
○



Manresa
○

People-人:

Culture-文化



Salvador Dalí



Antoni Gaudí



Carlos Ruiz Zafón



Sports-運動



Gemma Mengual



Marc Márquez



Messi



Personal Tastes-個人口味

1. Which countries have you visited? 你访问过哪些国家？

2. Which countries would you like to visit? 你想去哪個國家？

3. What are you interested in when you visit a country? 当你访问一个国家时,你对什么感兴趣？

☐ Culture-文化

☐ Tradition-传统

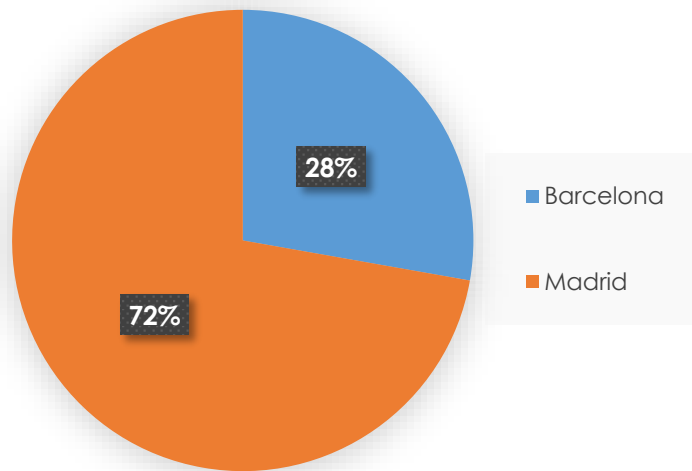
☐ Gastronomy-美食

☐ Sport-运动

☐ Nature-天

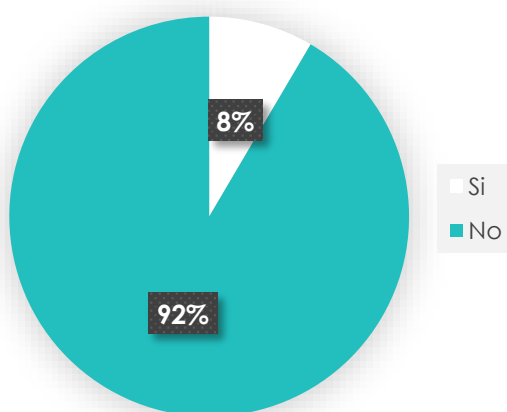
☐ Others-其他

Quina creus què és la capital d'Espanya?



En aquesta pregunta, podem concloure que el 72% saben que la capital d'Espanya és Madrid. Però s'ha de tenir en compte que més d'un quart dels enquestats tenen com a capital d'Espanya Barcelona. Possiblement, això és a causa de la incultura, ja que Barcelona té més ressò mundial.

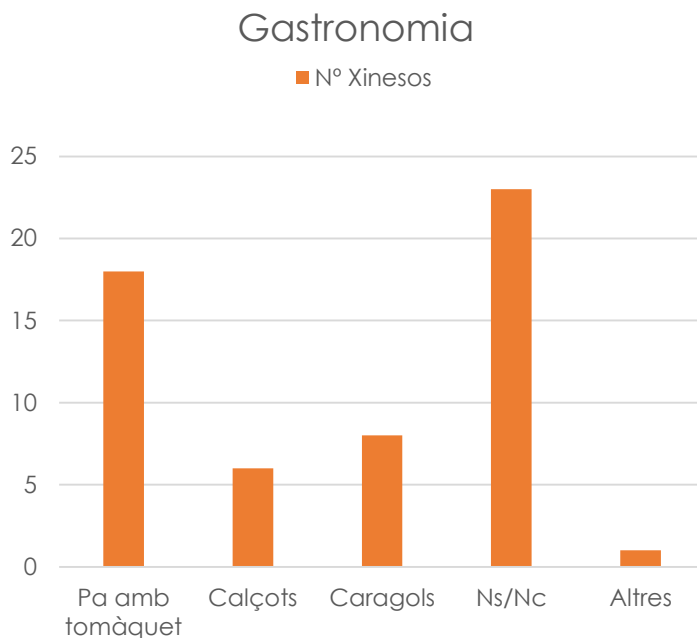
Has visitat mai Catalunya?



En la segona pregunta que es va realitzar als xinesos va ser si havien visitat mai Catalunya. I els resultats obtinguts, com es pot veure a la gràfica, més del 90% han respost que no, i la resta (inferior al 10%) que si. Per tant, una gran part dels xinesos de Pequín no han visitat mai les nostres terres.

La raó de perquè havien visitat Catalunya va ser per oci. I també la seva estància allí l'havien destacat d'excel·lent.

El segon capítol de l'enquesta realitzada, consta de analitzar el coneixement del xinès sobre diferents aspectes: la gastronomia catalana, les tradicions, personatges públics i indrets.

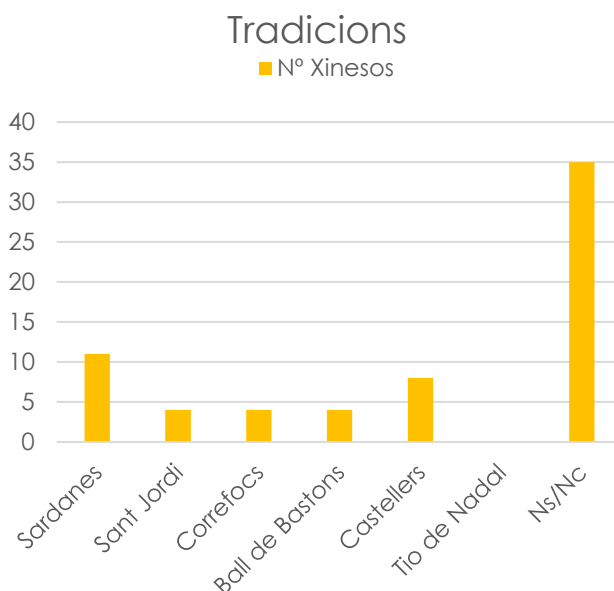


En l'apartat de gastronomia vaig elegir tres plats típics catalans: el pa amb tomàquet, els calçots i els caragols. Com es pot observar en la gràfica, el més destacat entre aquests tres és el pa amb tomàquet, més de 15 xinesos enquestats van afirmar que coneixien aquest plat. En segon lloc, els caragols amb més de 5 xinesos. I en tercer lloc, els calçots amb més de 5 xinesos.

Per un altra banda, aproximadament 23 xinesos, al no conèixer cap d'aquests plats no van contestar, demostrant desconeixement de la gastronomia catalana. En canvi d'altres tenien desconeixement d'aquests tres plats típics però coneixien d'altres com "La Paella".

La gastronomia és un aspecte molt important per el turisme de Catalunya. El turisme culinari destaca, ja que Catalunya té tots els paisatges d'on provenen les matèries primes: mar, muntanya, hort i secà. Els experts afirmen que el paisatge i la cuina han d'estar sempre lligats.

Els xinesos no coneixen suficientment la gastronomia catalana, donat que el turista xinès no té un suficient coneixement de Catalunya.

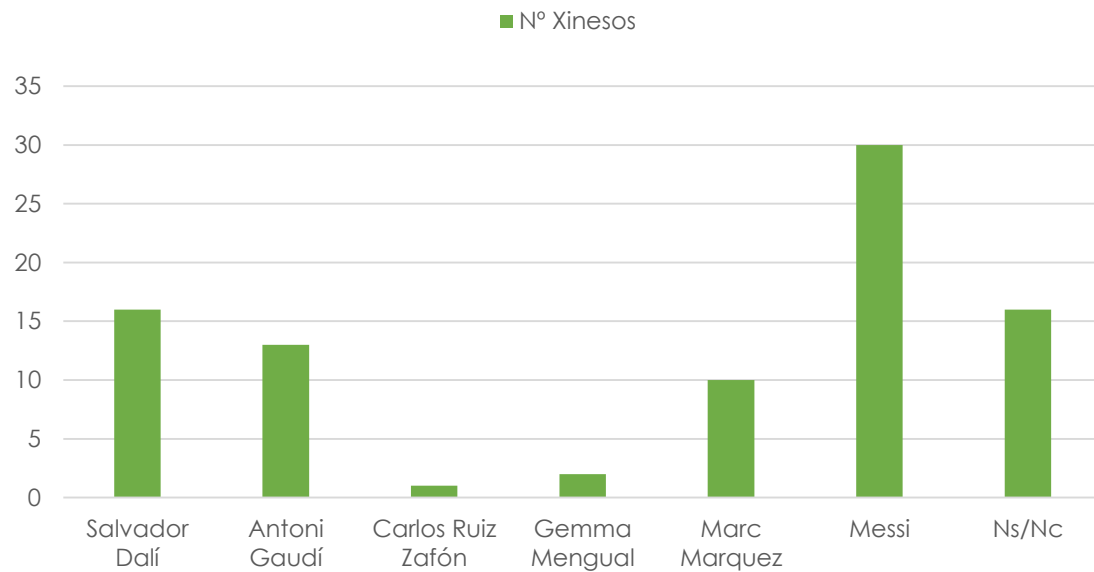


En el següent apartat, vaig elegir diferents tradicions catalanes com: les sardanes, Sant Jordi, els correfocs, el ball de bastons, els castellers i el tió de Nadal. El més destacat, ha sortit les sardanes amb més de 10 xinesos que afirmaven conèixer aquesta. Després, els castellers contestat per menys de 10 xinesos. A continuació, Sant Jordi, els correfocs i el ball de bastons, menys de 5 xinesos van conèixer aquestes tradicions. Finalment, el tió de Nadal no tenien coneixença.

Tanmateix, més de la meitat dels enquestats no tenien coneixement de cap tradició catalana.

Probablement, la causa d'aquest desconeixement és que durant el transcurs del viatge del turista xinès, no ha pogut gaudir de cap tradició, coneguda popularment per tots els catalans.

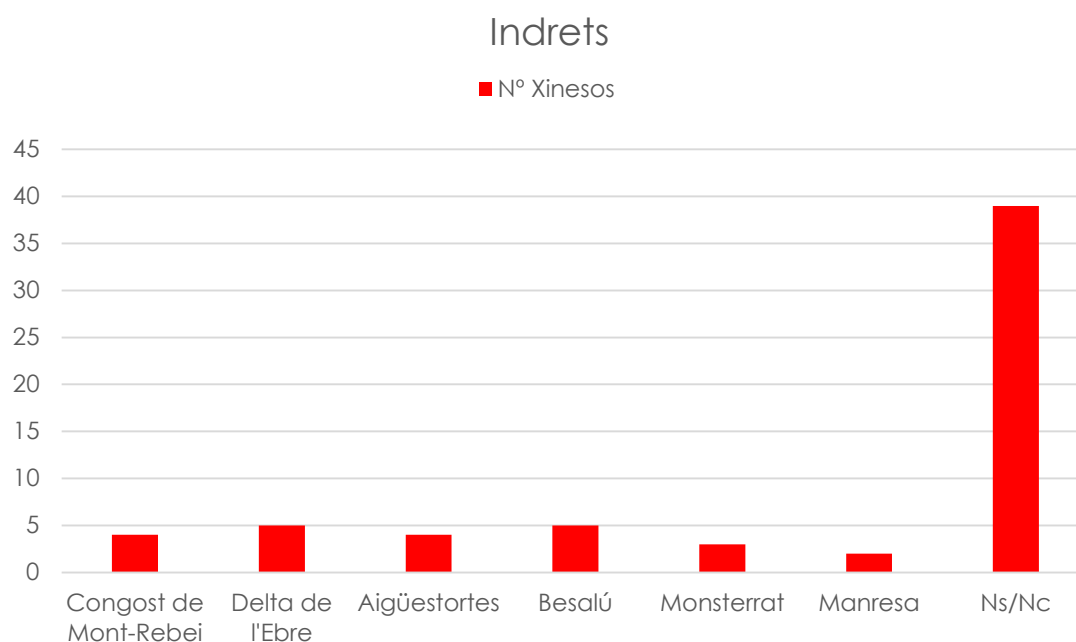
Personatges públics catalans



En l'apartat de personatges públics catalans, vaig elegir a Salvador Dalí, Antoni Gaudí, Carlos Ruiz Zafón, Gemma Mengual, Marc Marquez i Leo Messi. El més destacat entre tots, ha sigut Leo Messi, jugador del FCB, amb 30 xinesos que el coneixen. Seguidament, Salvador Dalí amb més de 15 xinesos. A continuació, Antoni Gaudí amb més de 10 xinesos, després Marc Marquez amb 10 xinesos, Gemma Mengual aproximadament 3 xinesos i per últim, Carlos Ruiz Zafón amb 1 xinès.

Els xinesos que no coneixien cap personatge públic català ha sigut un nombre de més de 15 xinesos.

Podríem afirmar, que els xinesos tenen coneixement de l'esport, gràcies a Leo Messi i Marc Marquez. I també podríem afirmar que tenen un coneixement de l'arquitectura catalana, gràcies a Antoni Gaudí i coneixement de l'art català, gràcies a Salvador Dalí. En canvi, els xinesos no tenen coneixement sobre la literatura catalana.

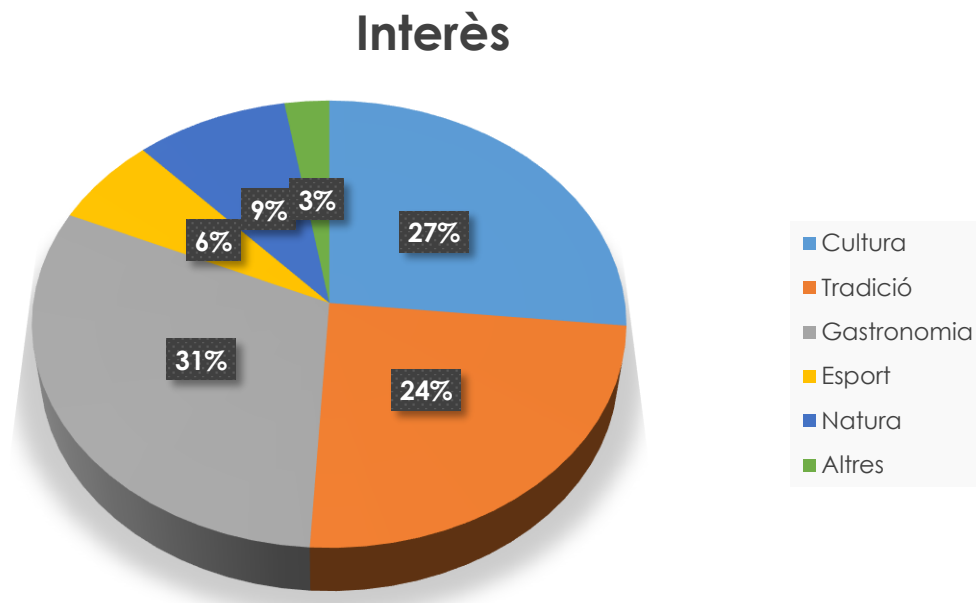


En l'últim apartat, vaig elegir diferents indrets de Catalunya com: El Congost de Mont-Rebei, Delta de l'Ebre, Aigüestortes, Besalú, Montserrat i Manresa. Com podem observar en la gràfica, el nombre de xinesos que coneixen aquest llocs es escàs. Tanmateix, trobem que els llocs més destacats són el Delta de l'Ebre i Besalú, arribant fins a 5 xinesos que coneixen aquests dos indrets. En canvi, tots els altres no superen ni arriben a 5 xinesos.

En aquesta gràfica, el que destaca més, és el nombre de xinesos enquestats que no coneixen cap indret seleccionat i afirmen que no ho saben, a les hores no contesten.

El desconeixement d'aquest apartat, podria ser a causa de que un gran nombre superior a la majoria dels turistes xinesos visiten indrets pròpiament reconeguts, com Barcelona i es limiten a visitar aquelles ciutats primordials per visitar Catalunya, oblidant-se de indrets de natura, com parcs nacionals o pobles allunyats de les grans ciutats.

En l'últim capítol de l'enquesta, plantejava als xinesos que buscaven quan visitaven un altre país. Em vaig basar en els temes a l'hora de realitzar les rutes, els temes més adequats per tenir una raó a l'hora de voler visitar un país.



Els resultats d'aquesta pregunta, com podem veure a la gràfica, han sortit molt diversos. El que destaca més és la gastronomia. Això suposa que un gran nombre de xinesos quan volen visitar un país tenen molt més interès per el menjar típic, que pels monuments.

Tanmateix, la cultura també destaca molt a l'hora de visitar un país i al darrere seu esta la tradició, en proporcions molt igualades. Són temes molt importants per visitar un país i més important a Catalunya, ja que ens destaca per tenir un ampli repertori de cultura i tradicions.

A continuació segueix la natura i per últim l'esport. Aspectes menys importants que els anteriors però que igualment interessants per saber si tenen algun paper a l'hora de visitar un lloc.

Per acabar, vaig afegir l'opció d'altres temes per si algun xinès tenia interès per un altre aspecte. Pocs d'ells van respondre altres, referint-se a

les pel·lícules i a les cançons fetes per propis cantants o actors/actrius propis del país.

Els vaig preguntar quins països havien visitat. Molt d'ells van dir moltíssims països, es a dir, són persones a qui els agrada viatjar. Però els que destaquen més són: Estats Units, França, Alemanya, Canada i Japó. Són països popularment dits com destinacions turístiques. I a més a més són més coneguts per la seva gran potència econòmica i turística.

També els països que els agradaria visitar en un futur, A la majoria els hi agradaria molt visitar Espanya. Però d'altres els agradaria visitar el Regne Unit. I també molts xinesos que havien visitat un país anteriorment els hi agradaria tornar a visitar-lo. El Regne Unit té una potència turística molt gran, per això els xinesos volen viatjar allí.

Per una part volen viatjar a España per comprar, ja que un xinès gasta en un dia el que un europeu gasta en una setmana. Per a moltes empreses dedicades al luxe, els clients xinesos han estat la seva salvació durant la crisi. I creuen que seguirà sent així. Botigues exclusives del carrer Serrano de Madrid i del passeig de Gràcia de Barcelona reconeixen que fins al 70% de les seves vendes depenen del client asiàtic, sobretot xinès. La majoria té dependents que parlen el seu idioma i coneixen les seves normes de cortesia, i fins i tot alguns complexos comercials, com La Roca Village, organitzen la Chinese Route, una ruta per les botigues de luxe preferides.

Per una altra raó és perquè Barcelona i Madrid són les principals ciutats turístiques d'Espanya i tenen una gran oferta turística de diversos congressos i convencions nacionals i internacionals, i això fa que els xinesos tinguin interès per Espanya.

73

REVISTA

Alcornoque
繁榮

Per poder presentar una proposta als turistes xinesos he dissenyat quatre revistes, una per cada estació de l'any, on es poden trobar les diferents rutes que tenen una durada de un dia per poder-les realitzar. Aquestes rutes estan preparades a partir dels interessos del turista xinès, amb la finalitat de que el turista pugui elegir la ruta que més li agradi. La revista esta formada per les rutes que jo mateix he creat per les principals ciutats com Barcelona, Girona, Tarragona i Lleida. I després les diferents rutes que es realitzen al llarg de cada estació de l'any. A continuació, es presenten les diferents quinzenes de cada més per poder elegir la que més s'adapta als interessos.

A més a més hi ha un fulletó on s'explica en general el funcionament de les quatre revistes.

Cada ruta està formada per una portada amb un títol introductori en català i també en xinès. En la següent pagina es troba les indicacions que es faran al llarg del dia i un mapa. També es troba una breu frase per poder animar al turista a conèixer la ruta determinada. També hi podem trobar els diferents indrets on poder anar a dinar i a sopar i per últim un "Skyline" de la determinada província de Catalunya on es dur a terme la ruta. Després, a la següent pagina trobem una breu explicació dels diferents indrets emblemàtics que es visiten, ja poden ser monuments o ciutats. I també les diferents fires i festes. I en la ultima pagina trobem el que podrem menjar en els restaurants proposats. Tanmateix, trobem en algunes rutes que hi ha un dinar o sopar tradicional.

75

CONCLUSIONS

Althea 繁榮

Els interessos que destaquen més en els turistes xinesos per visitar Catalunya són la gastronomia i la cultura. Per això he creat unes revistes que compleixen aquests interessos, però també incloent les tradicions, la natura i l'esport, tot i que tenen un valor d'importància menor que els altres dos conceptes anteriors. El motiu és que crec que han de poder viure una experiència completa, satisfer els seus interessos i molt més.

Es per això que en la revista he intentat donar sortida a una altra mena d'oferta pels turistes xinesos, una oferta en un dels països que actualment encara no està en la llista de destins turístics. Tot i obrir portes a noves ofertes, en un futur s'hauria de fer molta més difusió del nostre país cap a Xina i buscar ofertes, promocions i mitjans per oferir un viatge més econòmic, ja que actualment és bastant costós i no els surt a compte econòmicament.

Durant el transcurs del meu treball, he pogut descobrir el complex que és dur a terme un treball de recerca. Durant tot aquest temps, m'he esforçat al màxim descobrint el que realment m'agradava del treball. He pogut conèixer en més profunditat tota Catalunya, començant per els detalls més petits, com per exemple, les tradicions i la cultura. A continuació, els interessos dels xinesos a l'hora de viatjar a un lloc estranger i fins i tot observar que no han visitat la nostra terra tants turistes xinesos. Finalment, he pogut descobrir que Catalunya és un petit món i dins d'aquest, hi podem trobar i viure moltíssimes emocions, olors i, el més important, experiències.

Com a conclusió del meu treball de recerca, puc dir que s'ha complert el meu objectiu que era, arribar a dissenyar rutes per Catalunya durant les diferents estacions amb recorreguts diferents segons les preferències d'un determinat tipus de turisme xinès, aquell que pertany a la classe mitjana-alta i que, per tant, tenen un acceptable nivell adquisitiu que els permet viatjar fora d'Àsia. És per això que he combinat els interessos dels

turistes xinesos amb el que Catalunya pot arribar a oferir com a destí potencial.

A més a més, vaig presentar les revistes a diferents agències de viatges de Beijing com: Beijing Champagne International Travel Service i TTC Travel Network. Em van felicitar per les revistes que vaig fer. Diuen, que si se'ls hi presenten aquesta nova proposta als xinesos sense cap dubte l'agafarien, ja que ho troben molt interessant tant el contingut molt ben organitzat, com el estil d'haver-ho organitzat per estacions, ja que ells es guien per estacions. Els hi és molt difícil creure que estan fetes per un nen de la meua edat. Valoren el fet d'incloure l'apartat de gastronomia ja que afirmen que els xinesos els interessa molt. M'animen a seguir endavant.

78

WEBGRAFIA

GOOGLE. [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/6xJrrX>

GOOGLE IMATGES. [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/wSnsZE>

GOOGLE MAPS. [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/DgSXTJ>

PASTRANO, Fernando. ¿Qué buscan los turistas chinos en España? [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/gjNk7b> [consulta 22-04-2017]

BAIDEWEI. El turismo chino, ¿Qué busca? [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/fBQih7> [consulta 22-04-2017]

SORO, Selena. Els xinesos agafen el relleu dels turistes dels russos [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/6qm5QF> [consulta 23-04-2017]

GUTIERREZ, Thais. El turisme xinès a crescut un 40% a Catalunya [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/32V9fR> [consulta 23-04-2017]

Televisió de Catalunya, TV3. Catalunya a la recerca del turisme xinès [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/hqtbnG> [consulta 23-04-2017]

COMUNICATOR. Catalunya podria triplicar el nombre de turistes xinesos en pocs anys [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/qPWG1L> [consulta 23-04-2017]

CORREDORS. [Actualment no disponible] <https://goo.gl/d5os6Z> [consulta 30-04-2017]

FESTA DE CATALUNYA. [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/Spg3TN> [consulta 30-04-2017]

VIU LA FESTA. [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/qR82im> [consulta 1-05-2017]

RODRIGUEZ, Oriol. Los turistas chinos, lideres en número y los que más gastan [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/yZQPRn> [consulta 3-05-2017]

RICO, Juan. Tursitas chinos: los que más gastan y más viajan. [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/aJ2mfH> [consulta 10-05-2017]

GARCIA, Raúl. Turismo chino: claves para conocer sus gustos y necesidades [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/RuLQRD> [consulta 8-06-2017]

ATTRACT CHINA BLOG. ¿Cuáles son las fechas en las que más viajan los turistas chinos? [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/Edjekv> [consulta 14-06-2017]

EL NACIONAL. Los chinos son los que más viajan y gastan. [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/wJVq51> [consulta 14-06-2017]

NOTICIAS DE TURSIMO. 5 perfiles del turista chino [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/Dq2nZr> [consulta 14-06-2017]

VIA EMPRESA. Què compren els turistes xinesos[En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/3UAee3> [consulta 14-06-2017]

CATALUNYA. Propostes. [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/86xfWP> [consulta 28-04-2017] [consulta 18-05-2017] [consulta 3-06-2017]

CATALUNYA EXPERIENCE. [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/qKgi5a> [consulta 28-04-2017] [consulta 5-05-2017]

Federació de fires de Catalunya. Llistat de fires. [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/1kJuP6> [consulta 7-05-2017]

VUELING. [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/3t8FJs> [consulta 1-07-2017]

GENERALITAT DE CATALUNYA. Cultura. [Actualment no disponible] <https://goo.gl/7nPq2G> [consulta 7-07-2017]

TURISME PER A TOTHOM. [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/Shui3a> [consulta 8-07-2017] [consulta 9-07-2017]

EL GERIÓ. Turisme de Girona centra els seus esforços en el mercat xinès. [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/tCJhv3> [consulta 9-07-2017]

FESTA DE CATALUNYA. Turisme cultural [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/kYMeEn> [consulta 11-07-2017]

Universitat de Barcelona. Activitats culturals[En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/4LytGh> [consulta 11-07-2017]

FESTA DE CATALUNYA. Arenys de Mar. [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/WTy93k> [consulta 19-07-2017]

FESTES.[En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/Mfd2By> [consulta 19-07-2017]

GENERALITAT DE CATALUNYA. La Generalitat promou Catalunya entre 80 agents de viatge i operadors turístics de la Xina. [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/umMyTe> [consulta 12-08-2017]

GENERALITAT DE CATALUNYA. [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/wZTQRr> [consulta 12-08-2017]

GENERALITAT DE CATALUNYA. Portal Jurídic de Catalunya[En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/Ujurok> [consulta 7-07-2017]

GENERALITAT DE CATALUNYA. Turisme. [En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/BjCfca> [consulta 7-07-2017] [consulta 14-08-2017] [consulta 15-08-2017]

Atles Turisme de Catalunya.[En línia]. Disponible des d'Internet en: <https://goo.gl/FZM4Qw> [consulta 10-06-2017] [consulta 27-06-2017] [consulta 5-07-2017] [consulta 24-08-2017]...

81

ANNEX

Althea 繁榮

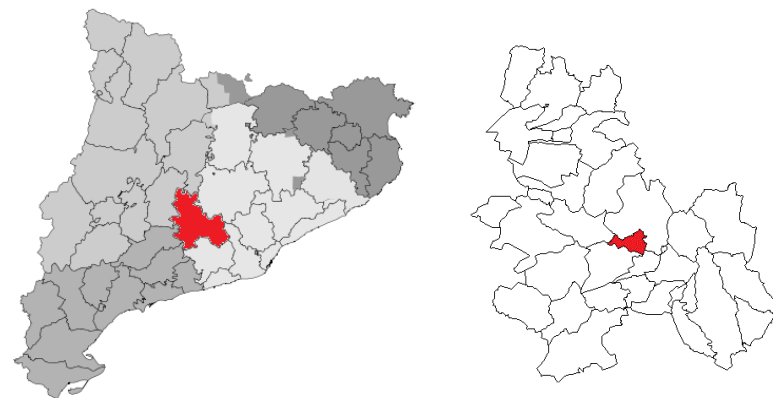
GENER

FIRA DE REIS

QUAN? HIVERN 6 GENER
ON? BARCELONA, Igualada

QUÈ ÉS?

Els pagesos de la comarca venen planters d'arbres. S'ha complementat amb productes d'artesanania d'aquí i de fora.



ORIGEN

Al 1373 Pere III el Cerimoniós concedí a Igualada el privilegi de celebrar una Fira, que va començar en la festa de l'Epifania del Senyor i de durada els quinze dies següents, origen de la tradicional Fira de Reis.

ACTIVITATS

- Venda de planters d'arbres
- Exposicions de maquinària agrícola

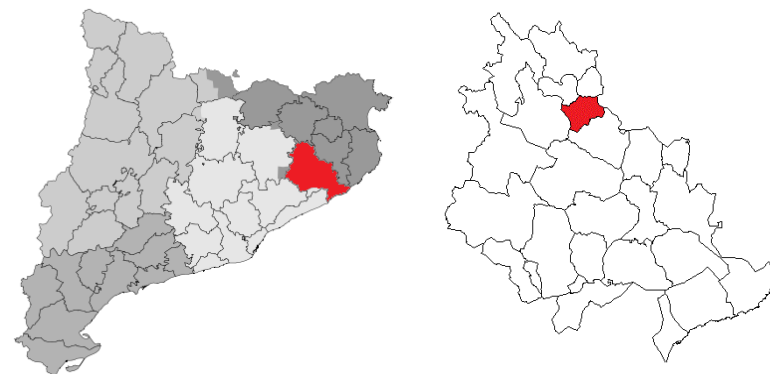


FIRA DE SANT ANTONI

QUAN? HIVERN 14 I 15 GENER
ON? GIRONA, Anglès

QUÈ ÉS?

Està encaminada a obtenir la fertilitat dels animals i dels aliments, i la purificació.



ORIGEN

La llegenda explica que era un gran amic dels animals i quan veia un ferit el curava. Ho va fer amb un porquet, que, per mostrar-li el seu agraïment, va decidir acompanyar-lo la resta de la seva vida.

ACTIVITATS

- Esmorzar
- Motos antigues i concentració de cotxes
- Visites guiades i exposicions...

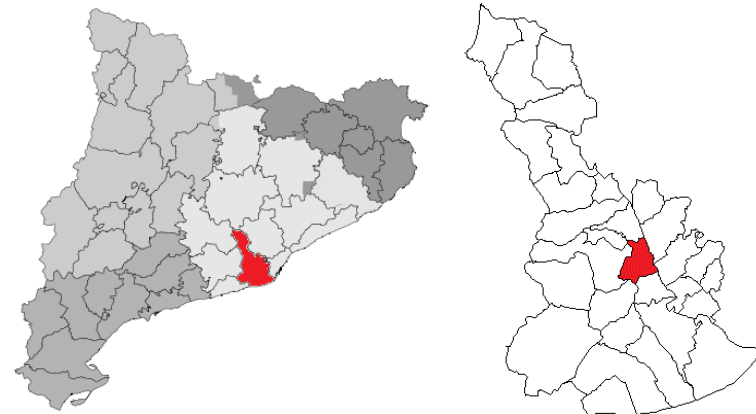


FIRA MOSTRA COMERCIAL I AGRÍCOLA

QUAN? HIVERN, 21 I 22 GENER
ON? BARCELONA, Sant Vicenç dels Horts

QUÈ ÉS?

Una fira de referència al Baix Llobregat, centrada en la gastronomia de proximitat; Exposició de fruites i verdures, mostra del comerç local.



ORIGEN

Es va originar fa molts anys per poder mostra a tots els vicentins i vicentines els productes del municipi i sobretot a la població externa al Baix Llobregat.

ACTIVITATS

- Música en viu
- Entreteniment pels petits



FIRA DE L'OLI DE QUALITAT VERGE EXTRA. FIRA DE LES GARRIGUES

QUAN? HIVERN 20, 21 i 22 Gener
ON? LLEIDA, Borges Blanques

QUÈ ÉS?

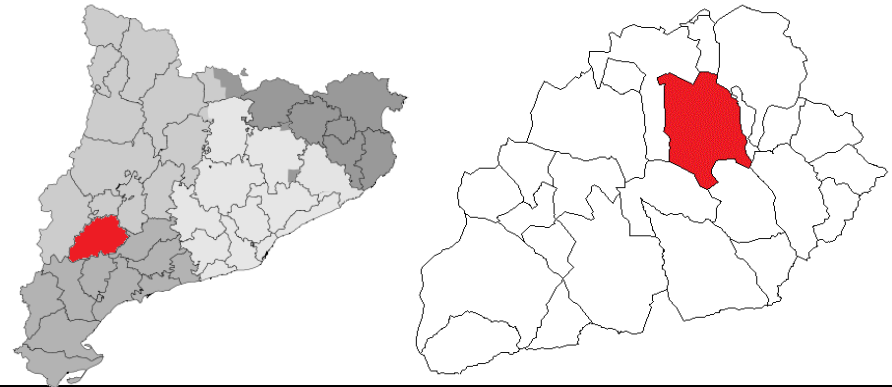
Es tracta d'una fira amb diferents exposicions de l'Oli Verge Extra, un producte artesà únic de Catalunya.

ORIGEN

Al 1997 es va iniciar, juntament amb la Fira de les Garrigues, la primera Fira de l'oli de qualitat verge extra.

ACTIVITATS

- Tast d'oli
- Comprar garrafes...

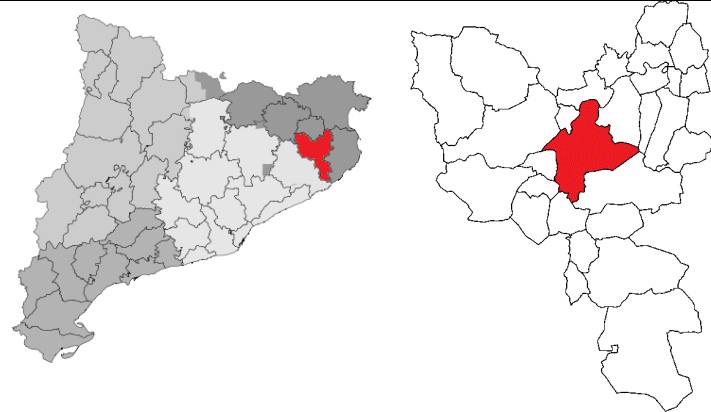


CURSA FIRA DE L'ESPORT

QUAN? HIVERN, 22 GENER
ON? GIRONA

QUÈ ÉS?

Cursa que es realitza com activitat a la fira de l'esport de Girona.



ORIGEN

Des de fa molts anys.

ACTIVITATS

- Activitats lúdiques



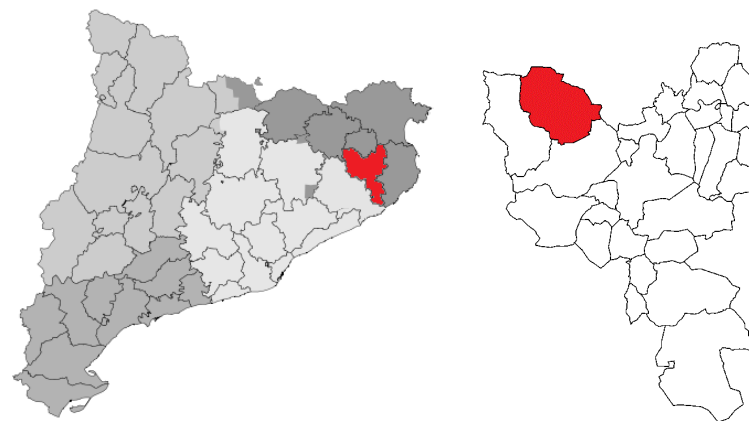
FEBRER

CURSA DE MUNTANYA NOCTURNA DE ROCACORBA

QUAN? HIVERN, 2 FEBRER
ON? GIRONA, Canet d'Adri

QUÈ ÉS?

Cursa d'atletisme on es realitza a la muntanya i a la nit.



ORIGEN

Des de fa anys.

ACTIVITATS

- Activitats lúdiques

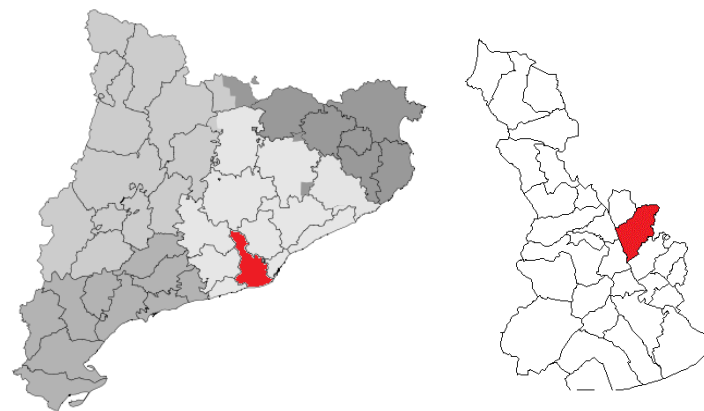


FIRA DE LA CANDELERA

QUAN? HIVERN, 3 AL 5 FEBRER
ON? BARCELONA, Molins de Rei

QUÈ ÉS?

Fira de mostres de planters, jardineria i maquinaria agrícola. També s'ha afegit l'automoció i la indústria.



ORIGEN

Des dels seus inicis es va veure com el procés d'industrialització que vivia el país i feia que el tèxtil anés perdent importància i augmentar l'activitat agrícola i ramadera.

ACTIVITATS

- Concerts
- Concursos

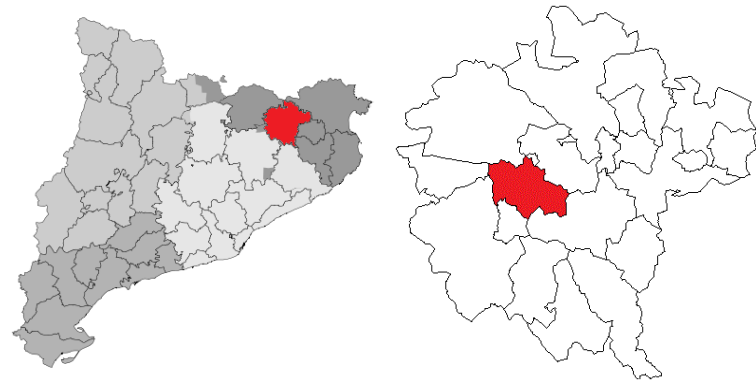


FIRA DE FAJOL

QUAN? HIVERN, 12 FEBRER
ON? GIRONA, Batet de la Serra

QUÈ ÉS?

A més de conèixer i degustar el fajol, els visitants tenen l'oportunitat d'assistir a una mostra de productes agroalimentaris locals i d'oficis tradicionals de la comarca.



ORIGEN

El fajol, blat negre molt popular a la Bretanya, es cultiva també a Catalunya, però només a la Garrotxa.

ACTIVITATS

- Tallers
- Visita a la zona volcànica de la Garrotxa

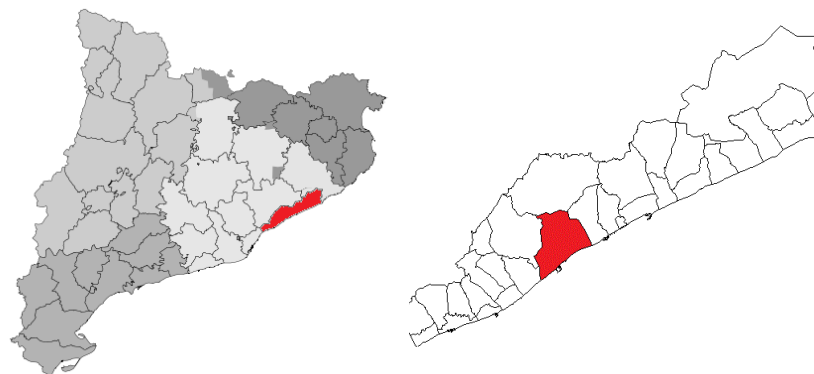


FIRA MERCAT DE L'ARBRE. FIRA DE LA NATURA

QUAN? HIVERN, 13 I 14 FEBRER
ON? BARCELONA, Mataró

QUÈ ÉS?

La Fira principalment està centrada en l'exposició i venda d'arbres i plantes, però es planteja la seva oferta des d'un concepte més ampli amb productes alimentaris de la nostra terra.



ORIGEN

Es vol conscienciar als més petits el respecte per la natura.

ACTIVITATS

- Concursos
- Xerrades

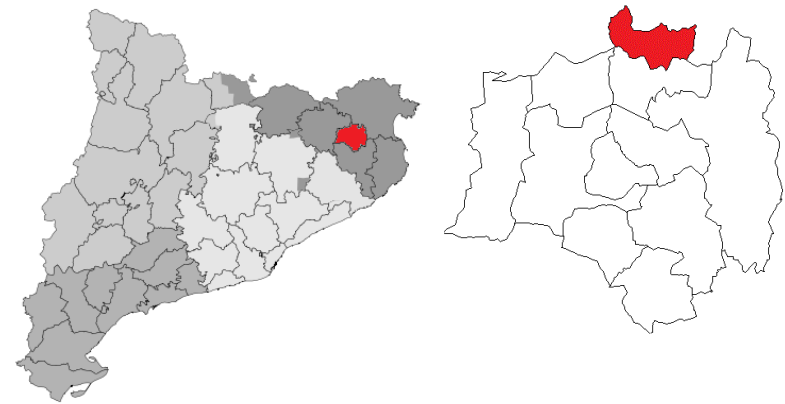


FIRA DE LA MEL

QUAN? HIVERN, 25 I 26 FEBRER
ON? GIRONA, Crespità

QUÈ ÉS?

En aquesta Fira s'hi pot trobar tot tipus de productes, des d'artesanía fins a l'aminadures passant per embotits, formatges, vins, ... Però el producte estrella és la mel.



ORIGEN

La Fira de la Mel és una fira d'origen medieval quan Crespità era un dels punts més importants en matèria d'exportació de mel a l'estranger, principalment a Itàlia.

ACTIVITATS

- Tast de mel
- Balls de sardanes

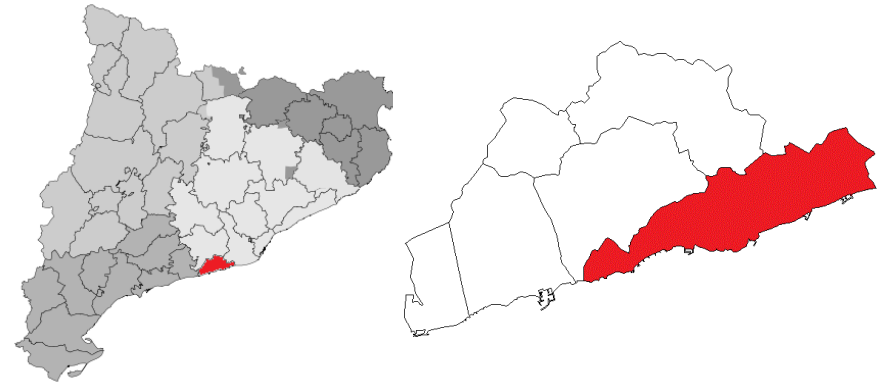


CARNAVAL

QUAN? HIVERN, 23 FEBRER AL 1 MARÇ
ON? BARCELONA, Sitges

QUÈ ÉS?

És un dels carnavals que se celebren a Catalunya i amb més de 100 anys d'història un dels més emblemàtics del país.



ORIGEN

Aquest Carnaval va començar a adquirir importància a partir de finals del segle XIX, la raó va ser l'aparició de la Societat Recreativa i el Casino que van monopolitzar l'activitat social de Sitges.

ACTIVITATS

- Entreteniment per tots
- Musica en viu i espectacles



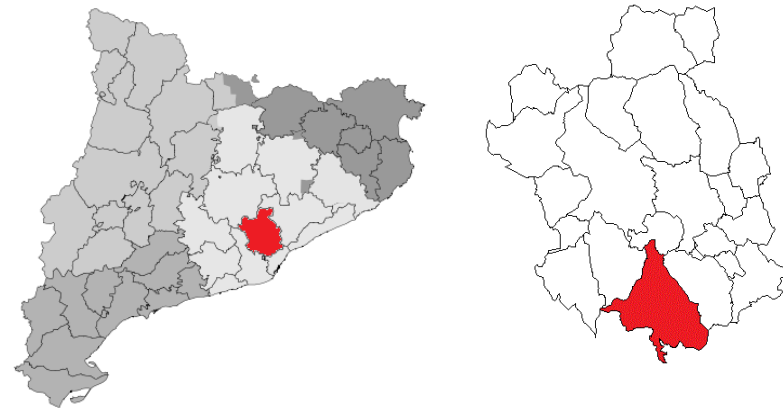
MARÇ

FESTA DE SANT MEDIR

QUAN? HIVERN, 3 MARÇ
ON? BARCELONA, Sant Cugat del Vallès

QUÈ ÉS?

Consisteix en una romeria, des de Gràcia i Sant Gervasi de Cassoles, actualment barris de Barcelona, fins a l'ermita de Sant Medir a la serra de Collserola.



ORIGEN

L'origen de la festa de Sant Medir és a Gràcia en una promesa que va fer el 1828 el forner Josep Vidal i Granés, que tenia el negoci al carrer Gran.

ACTIVITATS

- Castellers
- Musica en viu

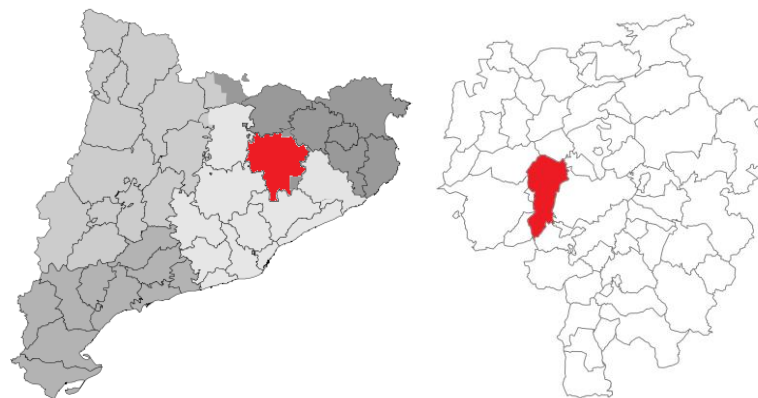


FIRA NATURA I MUNTANYA

QUAN? HIVERN, 4 I 5 MARÇ
ON? BARCELONA, Sant Bartomeu del Grau

QUÈ ÉS?

Es tracta d'una fira compromesa que vol donar importància a l'artesanía, l'economia solidària, el respecte per la natura i les activitats en família.



ORIGEN

Als inicis s'anomenava Fira de l'Aigua, ja que estava relacionada amb aquesta. Però es va anar donar importància a la natura i a la muntanya i es van unir formant el nom de la fira.

ACTIVITATS

- Activitats lúdiques
- Concursos

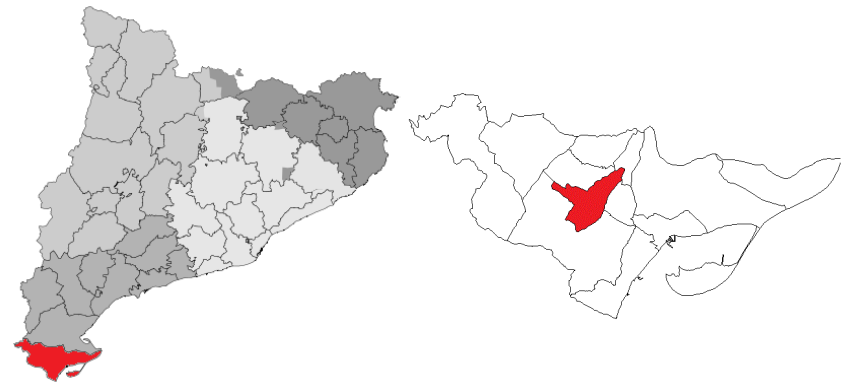


FIRA DE L'OLI I L'ESPÀRREC DE GODALL

QUAN? HIVERN, 11 I 12 MARÇ
ON? TARRAGONA, Godall

QUÈ ÉS?

Exposició i venda d'oli artesà i espàrrecs de la pròpia terra.



ORIGEN

L'any 2003 amb el nou molí d'oli que permet un producte de més qualitat i amb un envasat millor, han creat aquesta fira, en el seu dia, van apostar per la innovació.

ACTIVITATS

- Concursos
- Establiments de roba, menjar preparat

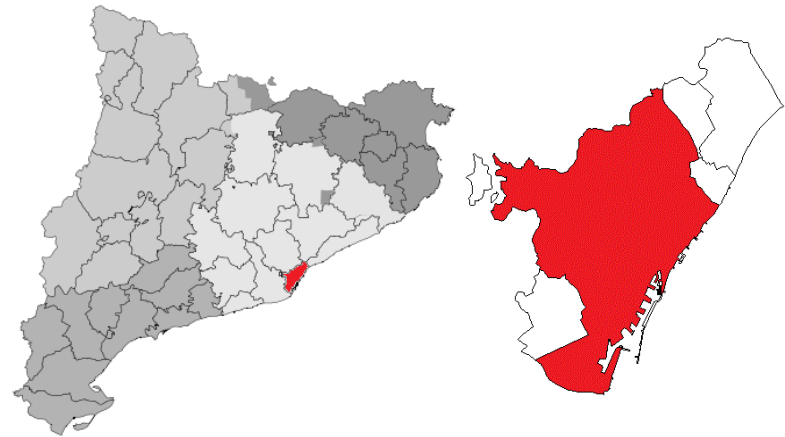


ZURICH MARATÓ

QUAN? HIVERN, 12 MARÇ
ON? BARCELONA

QUÈ ÉS?

Cursa d'atletisme organitzada per l'agència de segurs Zurich.



ORIGEN

Des de fa anys.

ACTIVITATS

- Activitats lúdiques
- Música en viu

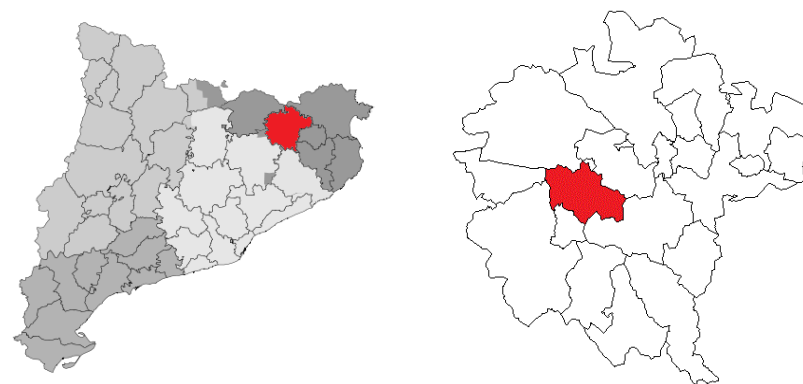


FIRA DE L'EMBOTIT

QUAN? HIVERN, 18 I 19 MARÇ
ON? GIRONA, Olot

QUÈ ÉS?

Compta amb expositors de productes alimentaris amb un espai diferenciat per als embotits, formatges i cerveses d'elaboració pròpia.



ORIGEN

Es va iniciar per mostrar l'embotit de la pròpia terra.

ACTIVITATS

- Tallers
- Balls

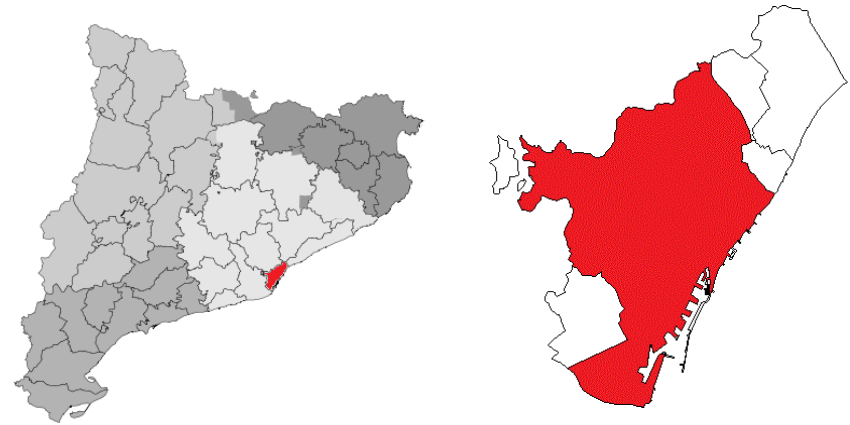


MOTOH! BARCELONA

QUAN? PRIMAVERA, 30 MARÇ AL 1 ABRIL
ON? BARCELONA

QUÈ ÉS?

Un esdeveniment únic que acosta al gran públic a les principals marques i als més destacats professionals del sector de la motocicleta.



ORIGEN

L'estreta col·laboració amb ANESDOR, permet construir un exclusiu punt de referència a nivell nacional.

ACTIVITATS

- Circuit de motocicleta
- Exhibicions
- Sortejos

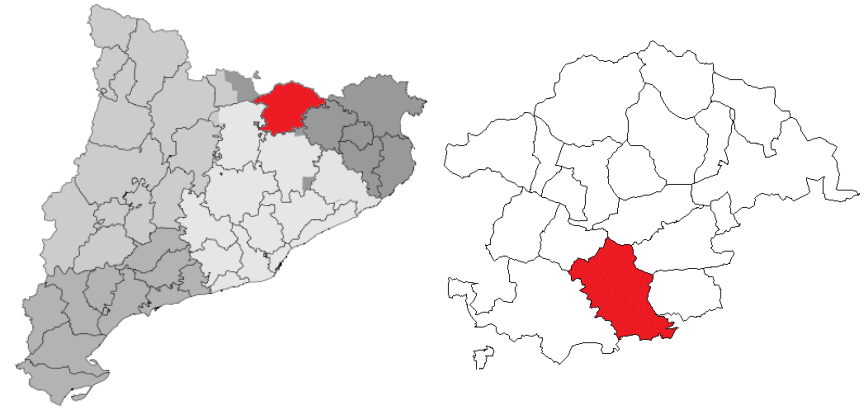


FIRA DE LES 40 HORES

QUAN? PRIMAVERA, 31 MARÇ AL 2 ABRIL
ON? GIRONA, Ripoll

QUÈ ÉS?

La fira serveix com a aparador dels productes que s'elaboren i es negocien a la comarca i comprèn des dels estands comercials fins a les típiques parades.



ORIGEN

Antigament, els dos últims dies de quaresma i el diumenge de Passió, el Santíssim romania exposat durant quaranta hores al monestir.

ACTIVITATS

- Activitats lúdiques



ABRIL

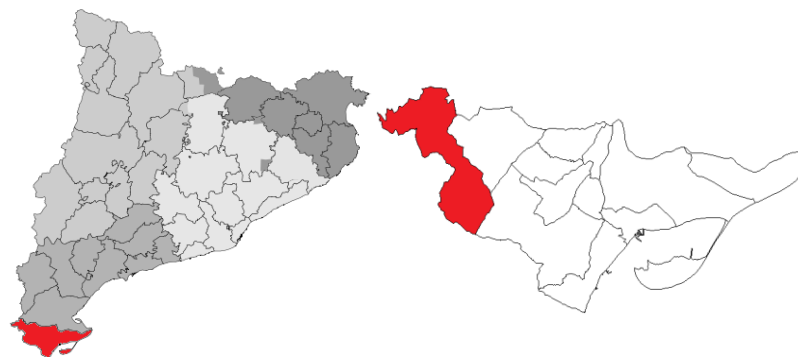
FIRA DE PRIMAVERA

QUAN? PRIMAVERA, 8 ABRIL

ON? TARRAGONA, La Sénia

QUÈ ÉS?

La fira té la intenció de donar a conèixer el comerç i l'activitat de la zona, i potenciar d'aquesta manera els productes locals i l'entorn.



ORIGEN

La fira s'ha celebrat des de sempre a l'època de primavera i s'han innovat les parades i les activitats.

ACTIVITATS

- Jocs pels petits
- Tallers de flors

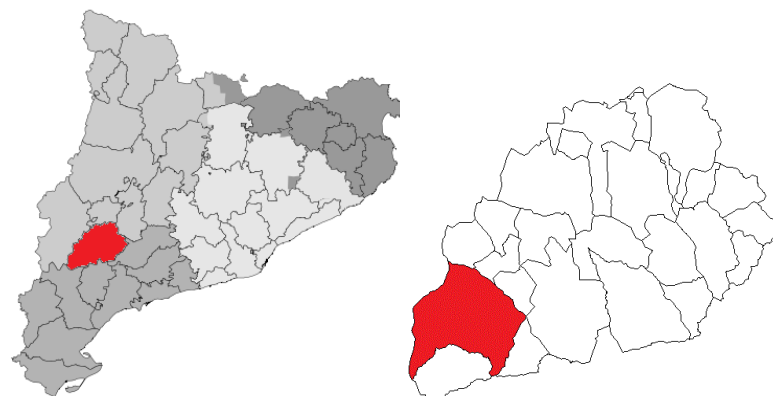


SETMANA SANTA

QUAN? PRIMAVERA, 10 AL 17 ABRIL
ON? Lleida, Granadella

QUÈ ÉS?

La celebració de la Setmana Santa a la població on hi podem trobar elements únics.



ORIGEN

És el recordatori de la mort Jesús. Es celebra en totes les regions però La Granadella és un lloc molt especial.

ACTIVITATS

- Processons

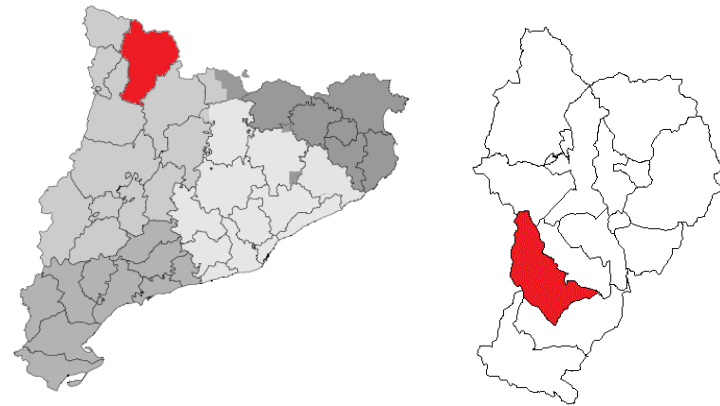


MOSTRA DE FORMATGES ARTESANS DE CATALUNYA

QUAN? PRIMAVERA, 14 I 15 ABRIL
ON? Lleida, Sort

QUÈ ÉS?

Mostra i tast de formatges catalans artesans.



ORIGEN

Es va iniciar per mostrar els formatges artesans de Catalunya.

ACTIVITATS

- Activitats lúdiques
- Música en viu



FIRA COMARCAL DE PRIMAVERA

QUAN? PRIMAVERA, 22 I 23 ABRIL

ON? Girona, Campllong

QUÈ ÉS?

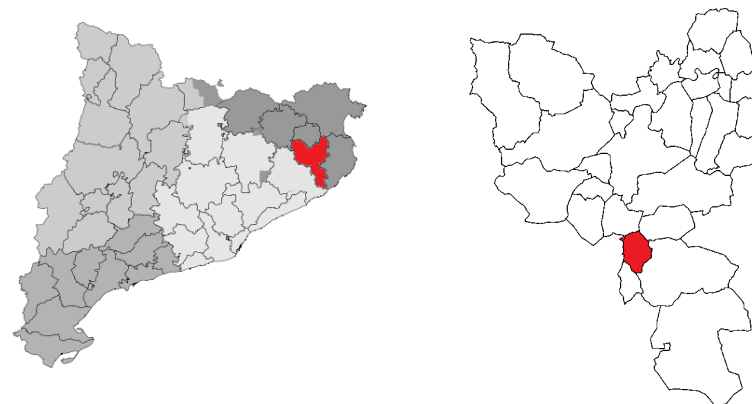
Es mostra a les parades de venda de productes artesans, demostració d'oficis artesanals, exposicions de maquinària agrícola i industrial antiga i actual, mercat d'ocasió, etc.

ORIGEN

Anualment, el primer cap de setmana després de Setmana Santa, es converteix en un veritable aparador de l'activitat econòmica i social, no solament del municipi de Campllong i rodalies, sinó de tota la província.

ACTIVITATS

- Concursos
- Exhibicions

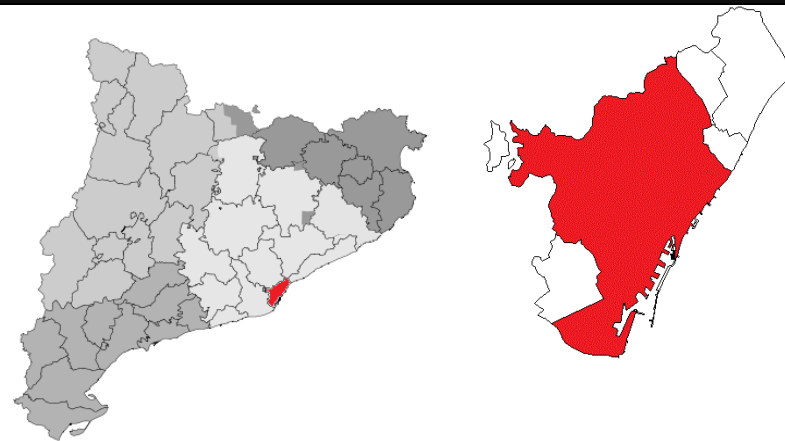


TENIS: TROFEU CONDE DE GODÓ

QUAN? PRIMAVERA, 22 AL 30 ABRIL
ON? BARCELONA

QUÈ ÉS?

Campionat de tennis on molts turistes gaudeixen i es pot observar com els millors jugadors de tennis competeixen.



ORIGEN

Des de fa anys.

ACTIVITATS

- Activitats lúdiques

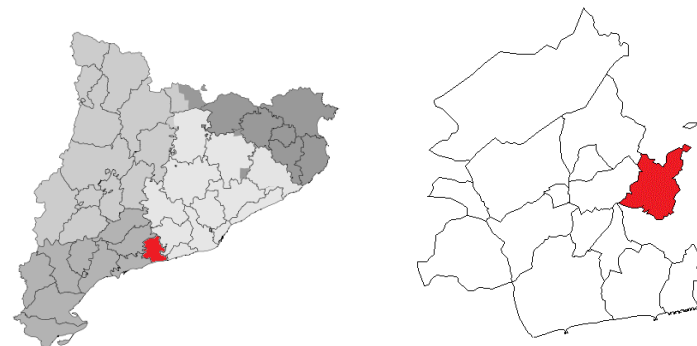


FIRA MODERNISTA DEL PENEDÈS

QUAN? PRIMAVERA, 29 I 30 ABRIL
ON? TARRAGONA, Baix Penedès

QUÈ ÉS?

Fira inspirada en el transcurs de l'època del modernisme. Els seus habitants es vesteixen amb l'estil de l'època.



ORIGEN

La Fira Modernista del Penedès, creada i concebuda per l'Ajuntament de l'Arboç, ha estat des dels seus inicis una clara aposta estratègica del municipi per posicionar-se com la capital del Modernisme al Penedès i un dels seus principals nodes turístics.

ACTIVITATS

- Jocs pels infants



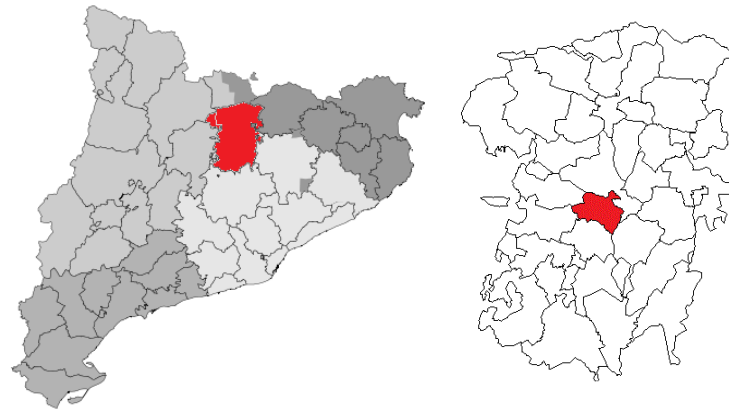
MAIG

FIRA DE MAIG

QUAN? PRIMAVERA, 30 ABRIL I 1 MAIG
ON? BARCELONA, Berga

QUÈ ÉS?

Fira multisectorial de referència del berguedà i com una de les més importants de la Catalunya central.



ORIGEN

Al 1547, Felip II, atorga a la vila de Berga el privilegi de celebrar una fira de 8 dies de durada que havia de començar el primer dia del mes de maig.

ACTIVITATS

- Espectacle infantil
- Trobada de cotxes de l'època de Berga

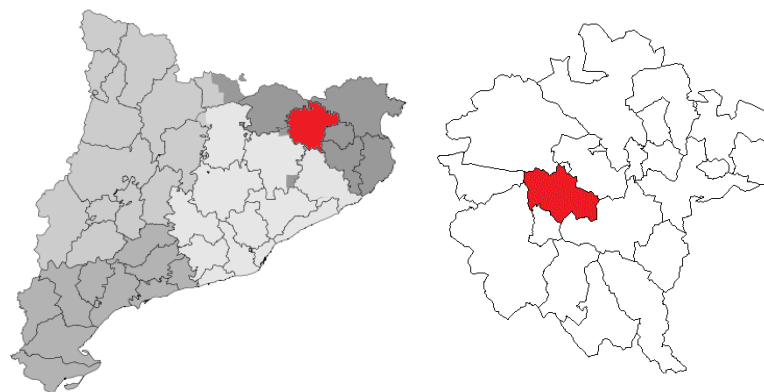


FIRA DEL PRIMER DE MAIG

QUAN? PRIMAVERA, 1 MAIG
ON? GIRONA, Olot

QUÈ ÉS?

La Fira 1 de Maig és la fira d'Olot que dona la benvinguda a la primavera. Es pot trobar una gran secció comercial i mercat de l'automòbil i un mercat extraordinari de roba.



ORIGEN

Des de fa anys es celebra aquesta fira per donar la benvinguda a la primavera.

ACTIVITATS

- Concurs de cant d'ocells
- Exposició de vehicles antics



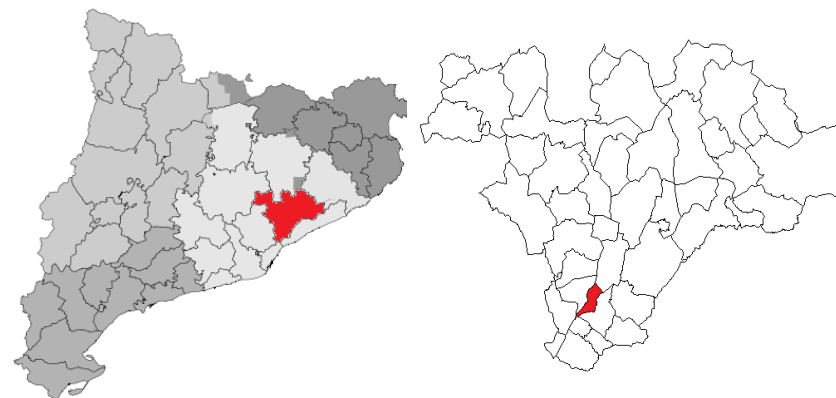
GRAN PREMI D'ESPANYA DE FORMULA 1

QUAN? PRIMAVERA, 12 AL 14 MAIG

ON? BARCELONA, Montmeló

QUÈ ÉS?

Cursa d'automòbils de Formula 1 on es competeix per aconseguir el premi d'Espanya.



ORIGEN

Des de fa anys.

ACTIVITATS

- Activitats lúdiques



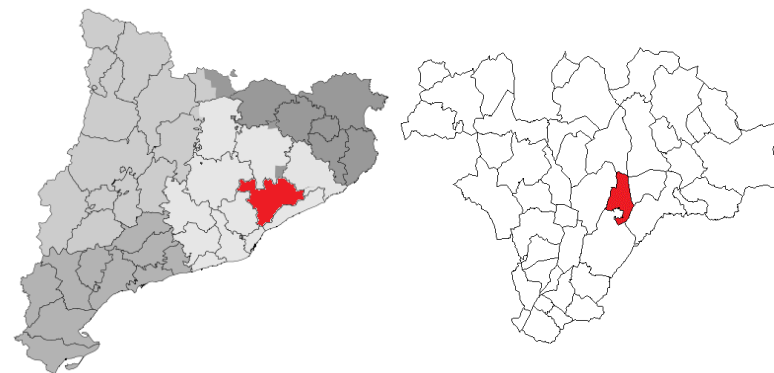
FIRA DE SANT ISIDRE

QUAN? PRIMAVERA, 12 AL 15 MAIG

ON? BARCELONA, Cardedeu

QUÈ ÉS?

Ramaderia, indústria, comerç, turisme...formen la Fira de Sant Isidre de Cardedeu, també coneguda com a FICARD. La mostra del bestiar i la mostra comercial.



ORIGEN

Des de 1984.

ACTIVITATS

- Concurs mundial de menjadors de borregos
- Gimcana de cotxes

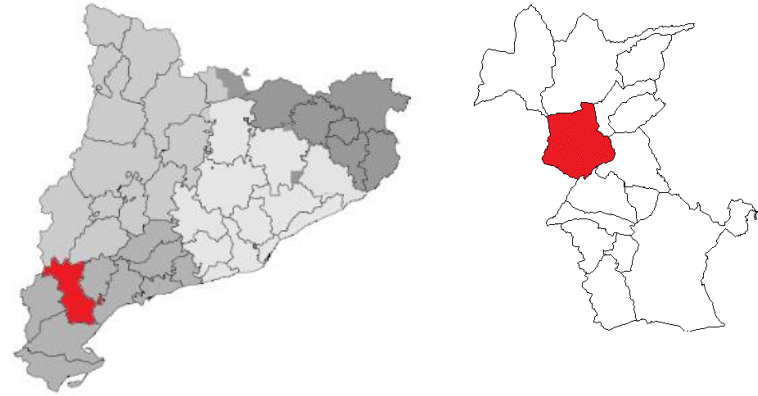


TASTAVIN'S

QUAN? PRIMAVERA, 20 I 21 MAIG
ON? TARRAGONA, Ascó

QUÈ ÉS?

Se celebra al mes de maig, conjuntament amb una mostra d'Arts i Oficis, podent-degustar vins de totes les DO de la província de Tarragona.



ORIGEN

S'han celebrat diverses fires de Tastavin's.

ACTIVITATS

- Tast de vins
- Venda de vins



EXPOSICIÓ DE CIRERES

QUAN? PRIMAVERA, 21 I 22 MAIG
ON? BARCELONA, Sant Climent de Llobregat

QUÈ ÉS?

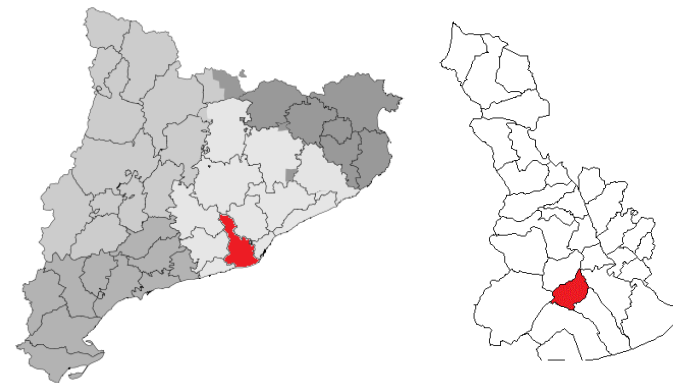
L'Exposició de Cireres, l'ànima de la festa, on els pagesos, particulars i entitats guarneixen les seves paneres artísticament, i els més petits, per afegir-se a la tradició.

ORIGEN

Als anys 70, els pagesos mostraven les cireres que havien plantat i tot tipus de receptes amb aquest producte.

ACTIVITATS

- Degustar cireres
- Actes i exposicions

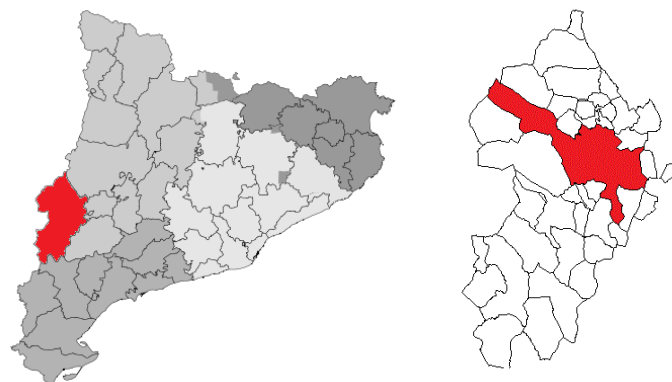


APLEC DEL CARGOL

QUAN? PRIMAVERA, 26 AL 28 MAIG
ON? LLEIDA

QUÈ ÉS?

Els Camps Elisis acullen, durant tres dies, 12.000 lleidatans organitzats en un centenar de colles que, a les seves respectives parcel·les, centren la festa en el consum de 12 tones de caragols.



ORIGEN

L'any 80, amb només 300 persones, va néixer un Aplec improvisat, informal i mancat d'infraestructura que, ja en la seva segona edició, incorporava una cercavila pels carrers de la ciutat de Lleida i presentava una certa organització.

ACTIVITATS

- Concursos
- Desfilades



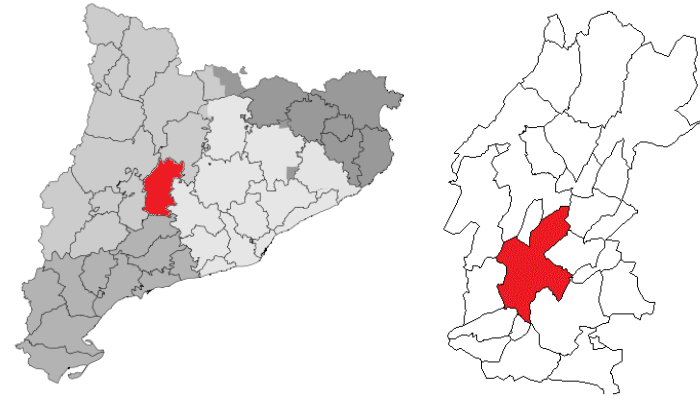
JUNY

FIRA DE SANT ISIDRE

QUAN? PRIMAVERA, 3 I 4 JUNY
ON? LLEIDA, Cervera

QUÈ ÉS?

En la Fira de Sant Isidre es pretén assolir un nou repte tenint com a objectiu impulsar i dinamitzar la prospecció de nous sectors dins l'activitat firal de la nostra ciutat i comarca i implicar la participació de diferents entitats.



ORIGEN

Cervera ha estat sempre molt vinculada al món de la pagesia sent el punt neuràlgic d'una zona eminentment agrícola com la Segarra, per aquest motiu la Fira se celebra per Sant Isidre patró dels pagesos.

ACTIVITATS

- Castellers
- Concursos

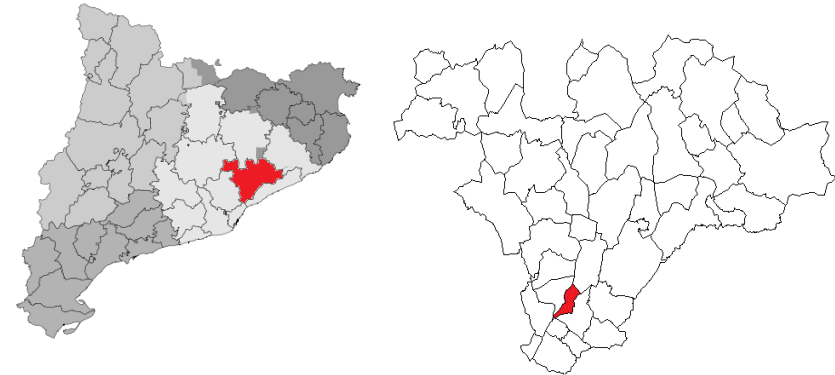


GRAN PREMI DE CATALUNYA

QUAN? PRIMAVERA, 11 JUNY
ON? BARCELONA, Montmeló

QUÈ ÉS?

Cursa de MotoGP on es pot gaudir d'un ambient competitiu i observar els millors corredors de MotoGP.



ORIGEN

Des de fa anys.

ACTIVITATS

- Activitats lúdiques



FIRA TEMPS DE VI

QUAN? PRIMAVERA, 9 AL 11 JUNY
ON? BARCELONA, Vilanova i la Geltrú

QUÈ ÉS?

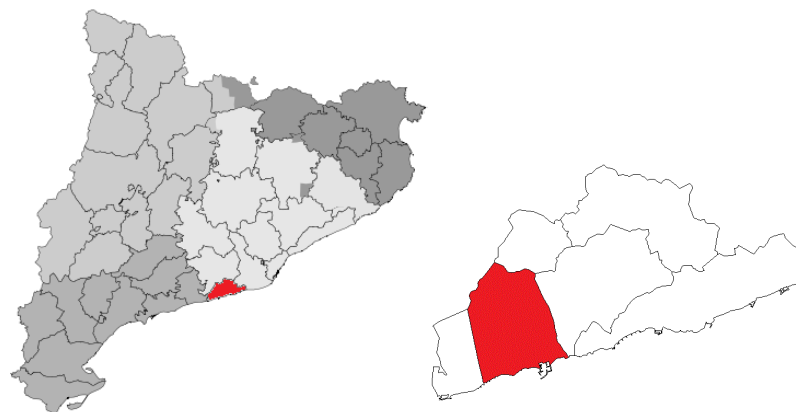
Temps de Vi és una fira amb tres eixos principals, promoure els vins elaborats a Catalunya, extendre la Cultura del Vi i del Cava juntament amb el patrimoni de Vilanova i la Geltrú, i augmentar la presència a la carta dels restaurants de vins de la terra.

ORIGEN

Des de fa temps es volia promoure els vins propis de Catalunya, per aquest motiu, es va començar a celebrar aquesta fira.

ACTIVITATS

- Tast de vins
- Concerts



FIREBRE. FIRA DE TURISME, NAVEGACIÓ FLUVIAL, GASTRONOMIA I VINS

QUAN? PRIMAVERA, 17 I 18 JUNY

ON? TARRAGONA, Benifallet

QUÈ ÉS?

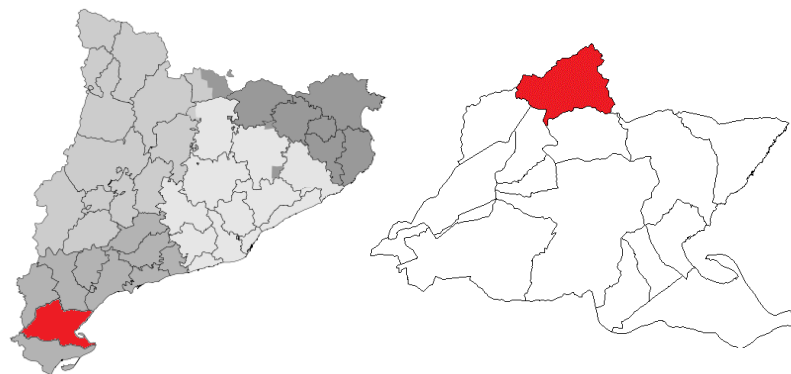
Una variada mostra dedicada al territori i a la promoció del turisme, la gastronomia, els vins, la navegació fluvial, etc. També un conjunt d'activitats complementàries per tota la família.

ORIGEN

Des de fa 12 anys es celebra la Firebre, la qual, vol gaudir dels primers dies d'estiu.

ACTIVITATS

- Concurs de fotografia

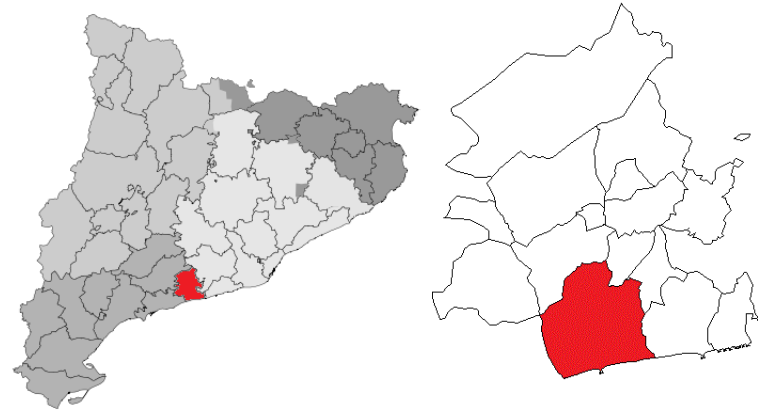


TURISMAR

QUAN? ESTIU, 23 I 25 JUNY
ON? TARRAGONA, Coma-ruga

QUÈ ÉS?

Fira estiuenca per donar la benvinguda a la nova estació. Espectacles, botigues, vins,...



ORIGEN

Es va crear per donar la benvinguda a l'estiu.

ACTIVITATS

- Sardanes
- Concerts



FIRA DE SANT JOAN I XOLLADA D'OVELLES

QUAN? ESTIU, 24 JUNY
ON? LLEIDA, Sort

QUÈ ÉS?

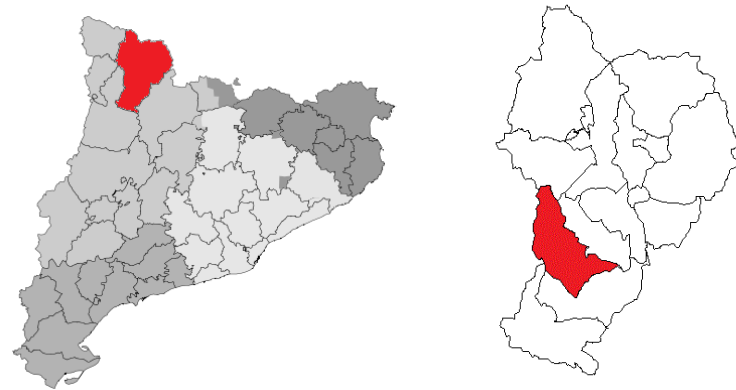
Es celebra tradicionalment al Riuet, té com a objectiu fonamental donar a conèixer ofici antic i tradicional de les comarques de muntanya que avui dia, per rapidesa i higiene, es fa amb màquina elèctrica. Coincideix amb la revetlla de Sant Joan.

ORIGEN

Antigament hi havia l'ofici de xollador d'ovelles i es feia amb tisora. Avui dia es fa a maquina per rapidesa i higiene.

ACTIVITATS

- Mercat de productes artesans



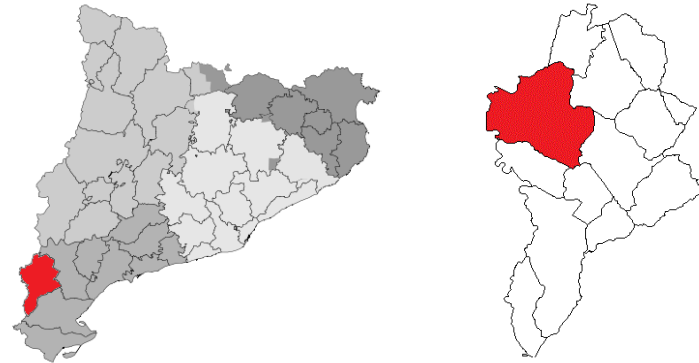
JULIOL

MERCAT MEDIEVAL

QUAN? ESITU, 1 I 2 JULIOL
ON? TARRAGONA, Batea

QUÈ ÉS?

Un cap de setmana d'activitats al voltant del passat medieval de la població: expositors, espectacles, cercaviles, sopars i molta festa.



ORIGEN

Volen reviure el passat medieval de la població.

ACTIVITATS

- Sopars
- Espectacles

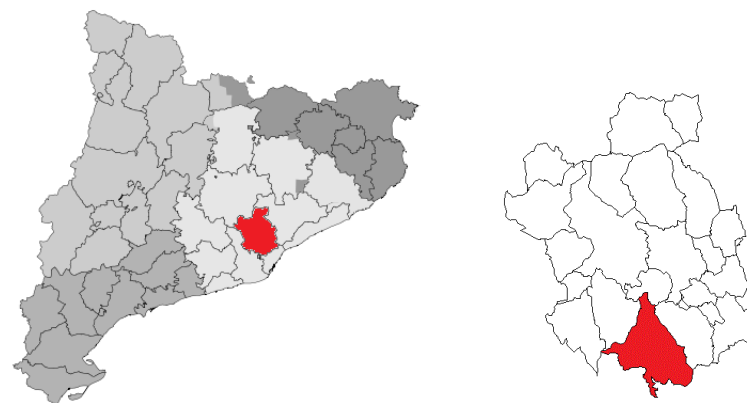


FIRA ARTESANA D'ESTIU

QUAN? ESTIU, 2 JULIOL
ON? BARCELONA, Sant Cugat del Vallès

QUÈ ÉS?

Una mostra d'articles d'artesanania, que ens apropa als diversos treballs dels artesans, amb dissenys, materials i utilitats sorprenents.



ORIGEN

Quan es va formar aquesta fira, s'ha continuat fent sempre el mateix.

ACTIVITATS

- Venda de productes artesans



FIRA MEL NOVELLA

QUAN? ESTIU, 3 JULIOL
ON? GIRONA, Colera

QUÈ ÉS?

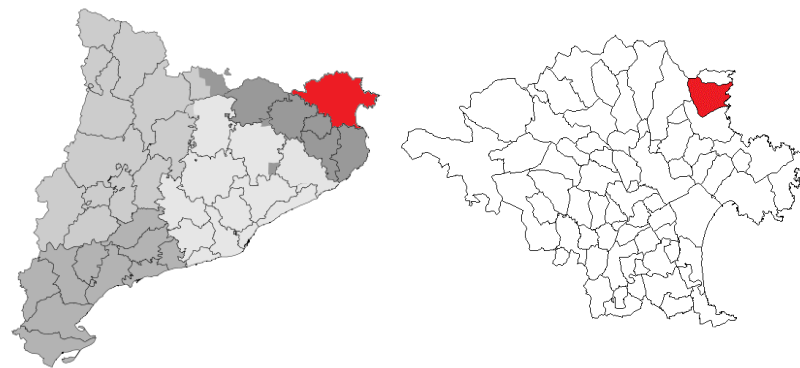
La Fira de la Mel Novella permet als apicultors de la zona posar a la venda els seus productes acabats de recollir. Amb la mel com a producte destacat de la fira, s'organitzen visites gratuïtes que mostren l'elaboració de la mel, l'extracció i l'envasat.

ORIGEN

Aquesta fira permet vendre les mels més artesanes i més bones.

ACTIVITATS

- Menús especials com a ingredient estrella la mel

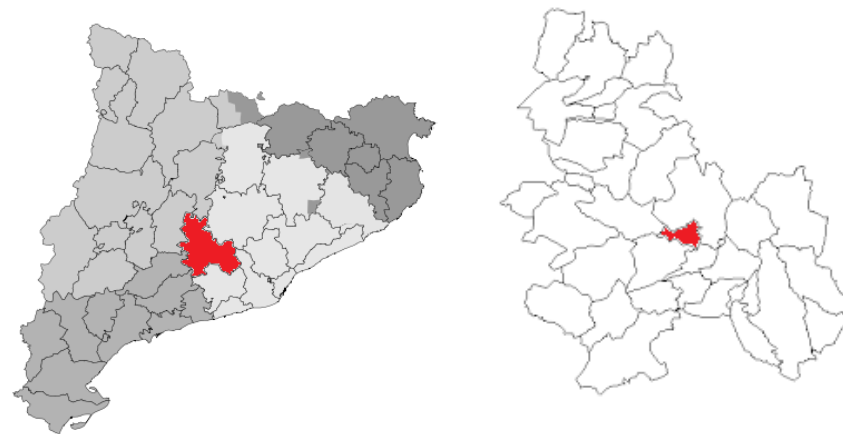


EUROPEAN BALLOON FESTIVAL

QUAN? PRIMAVERA, 6 AL 9 JULIOL
ON? BARCELONA, Igualada

QUÈ ÉS?

Consisteix en una concentració de globus aerostàtics (la més nombrosa del sud d'Europa) que, al llarg de 4 dies, reuneix a Igualada.



ORIGEN

Des de 1997.

ACTIVITATS

- Actuacions musicals
- Tallers infantils
- Concurs fotogràfic

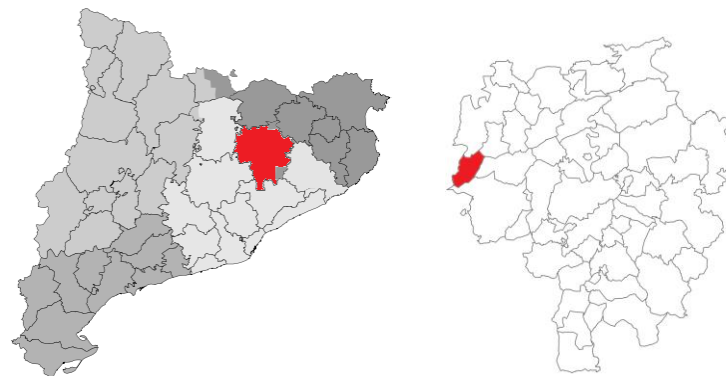


FIRA DE SANT JAUME

QUAN? ESTIU, 23 JULIOL
ON? BARCELONA, Prats de Lluçanès

QUÈ ÉS?

La fira de Prats de Lluçanès és un punt de trobada i de celebració entre els habitants de la població i els seus visitants. Es pot trobar tot tipus de productes artesanals i veure com s'elaboren davant del públic assistent.



ORIGEN

Es celebra l'homenatge de la romeria dels fanalets de Sant Jaume.

ACTIVITATS

- Balls de bastons
- Concursos



MERCAT DEL COMTE ARNAU

QUAN? ESTIU, 29 I 30 JULIOL

ON? GIRONA, Sant Joan de les Abadesses

QUÈ ÉS?

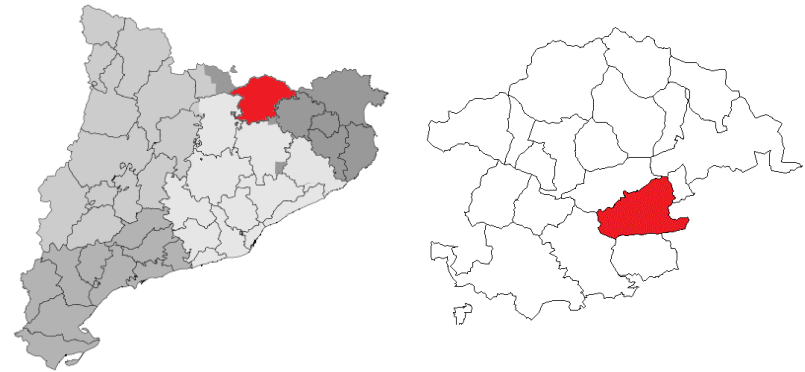
El mercat medieval del Comte Arnau omple els carrers de la Vila Vella amb parades de productes artesans i agroalimentaris. Formatges, embotits, vins i infusions, pa i coques elaborades en forn de llenya. Tots productes de gran qualitat elaborats artesanalment.

ORIGEN

El Comte Arnau va ser un ric noble de la mitologia catalana. A causa de diversos pecats, va ser condemnat a cavalcar durant tota l'eternitat com a ànima en pena sobre un cavall negre.

ACTIVITATS

- Espectacles
- Música en viu



AGOST

FIRAGOST. FIRA - EXPOSICIÓ DEL CAMP CATALÀ

QUAN? ESTIU, 1 I 2 AGOST
ON? TARRAGONA, Valls

QUÈ ÉS?

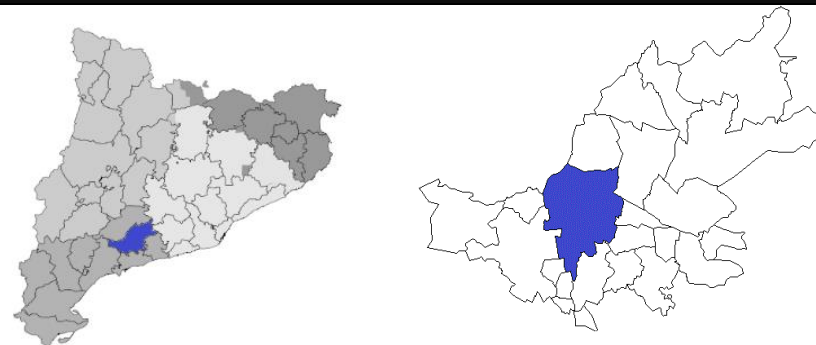
Firagost aplega expositors de fruites, verdures, vins, caves, plantes i jardineria, herboristeria, productes de l'agricultura i per a l'agricultura, alimentació artesanal, ceràmica, terrissa, artesanía, maquinària agrícola, ramadera, vehicles, estands diversos...

ORIGEN

Des de l'any 1955.

ACTIVITATS

- Concursos
- Tast de vins

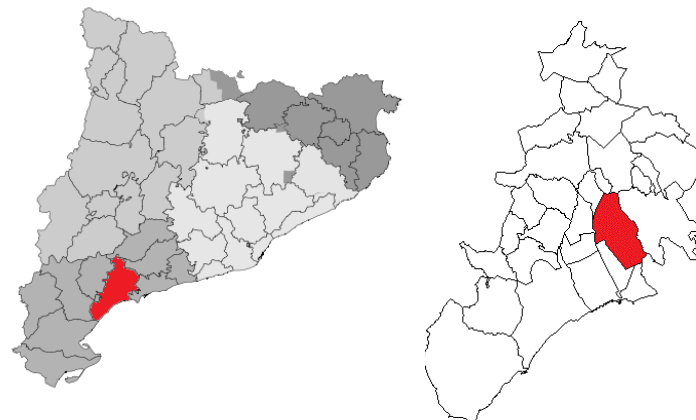


FIRA DE SANT LLORENÇ. FIRA DE L'AVELLANA

QUAN? ESTIU, 11 AL 13 AGOST
ON? TARRAGONA, Riudoms

QUÈ ÉS?

La Fira de Sant Llorenç, la Fira de l'Avellana, avui en dia s'hi exposen fruits secs i derivats i la seva gastronomia.



ORIGEN

Fa molts anys que es fa aquesta Fira per comercialitzar l'avellana i els derivats.

ACTIVITATS

- Actuacions musicals
- Castellers



FESTA MAJOR DE GRÀCIA

QUAN? ESTIU, 15 AL 21 AGOST
ON? BARCELONA, Gràcia

QUÈ ÉS?

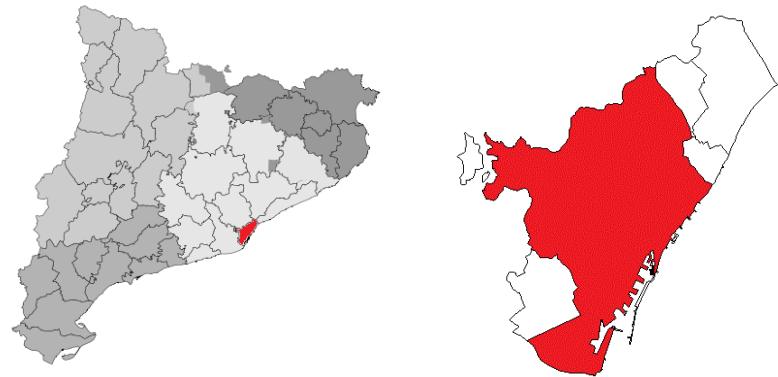
La Festa Major de Gràcia és la festivitat anual més important de la Vila de Gràcia. Se celebra durant una setmana a partir del dia 15 d'agost, però el pregó és fet a la plaça de la Vila un dia abans.

ORIGEN

Si bé el motiu de la Festa Major de Gràcia es considera que és per la festivitat de l'Assumpció, perquè la tradició diu que el barri es troba sota l'advocació de la Mare de Déu.

ACTIVITATS

- Castellers
- Espectacles



MOSTRA GASTRONÒMICA, COMERCIAL I D'ARTESANS DE CABRILS

QUAN? ESTIU, 18 AL 21 AGOST
ON? BARCELONA, Cabrils

QUÈ ÉS?

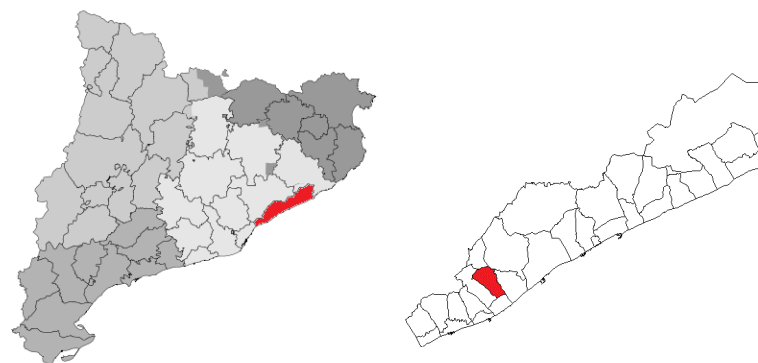
Aquesta mostra busca promocionar els productes gastronòmics i artesanals d'aquesta població del Maresme. Comptarà amb la participació de restauradors de la zona, parades de vi i cava de la DO Alella, botigues i parades d'artesans.

ORIGEN

Quan va començar aquesta mostra gastronòmica es pretenia promocionar com actualment aquests productes.

ACTIVITATS

- Tast de productes
- Venda de productes



AQUELARRE

QUAN? ESTIU, 25 AL 27 AGOST
ON? LLEIDA, Cervera

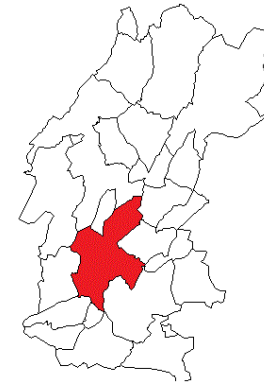
QUÈ ÉS?

L'Aquelarre de Cervera és una festa tradicional celebrada a Cervera l'últim cap de setmana d'agost des de 1978. Cervera s'omple de correfocs, espectacles, màgia, esoterisme i bruixes.

ORIGEN La primera edició d'aquesta festa va tenir lloc l'any 1978 i els seus creadors van ser l'Assemblea de Joves, amb la col·laboració dels membres de la revista "Carreró de les bruixes".

ACTIVITATS

- Correfocs
- Música en viu
- Espectacles

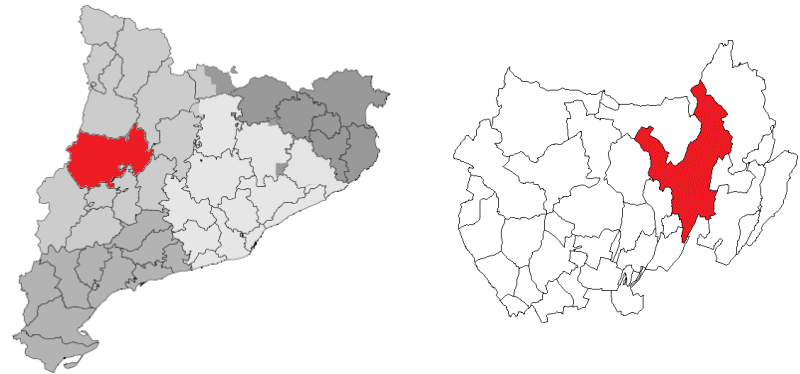


FIRA DE SANT BARTOMEU. FIRA DEL MELÓ

QUAN? ESTIU, 26 I 27 AGOST
ON? LLEIDA, Artesa de Segre

QUÈ ÉS?

És un fira de temàtica multisectorial, especialitzada en el meló. Però actualment també s'hi dedica un apartat al sector del vi.



ORIGEN

A la darreria dels anys 80 es va considerar que la Fira de Sant Bartomeu, una fira molt antiga que també s'anomenava Fira dels Gitanos s'havia de recuperar.

ACTIVITATS

- Venda de meló
- Degustacions de vins de la comarca.
- Degustació de paella.

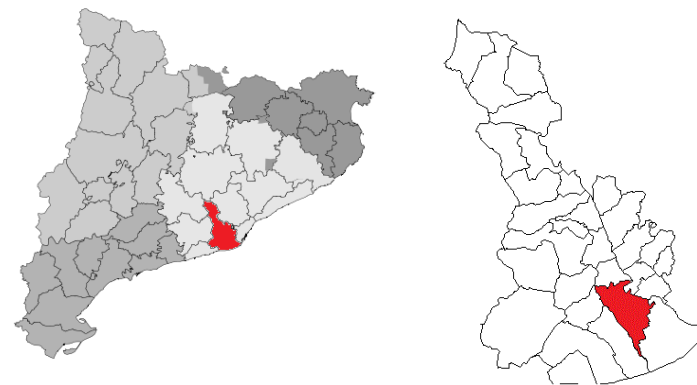


PUJADA A PEU A SANT RAMON

QUAN? ESTIU, 29 AGOST
ON? BARCELONA, Sant Boi de Llobregat

QUÈ ÉS?

Caminada fins a l'ermita de Sant Ramon explorant les plantes més comunes de la zona i a l'hora fent activitat física.



ORIGEN

Des de fa anys.

ACTIVITATS

- Sardanes
- Activitats lúdiques



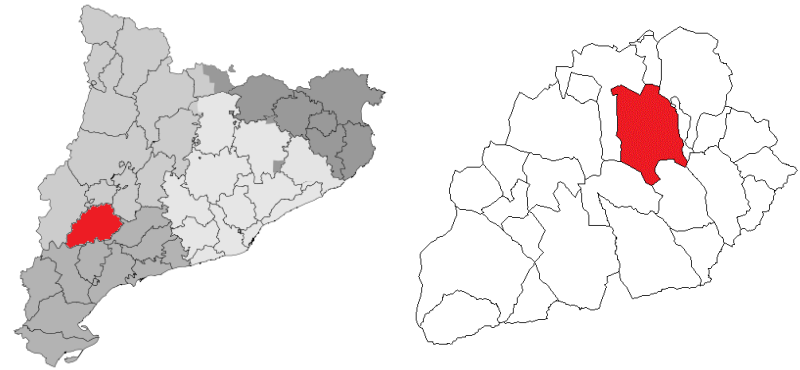
SETEMBRE

FESTA MAJOR LES BORGES BLANQUES

QUAN? ESTIU, 1 AL 5 SETEMBRE
ON? LLEIDA, Les Borges Blanques

QUÈ ÉS?

Festa Major de la capital de les Garrigues, Les Borges Blanques.



ORIGEN

Al 1983, es va formar la primera Festa Major de Les Borges Blanques amb la primera trobada de Gegants, Grallers i Correfocs.

ACTIVITATS

- Balls
- Correfocs



DIADA NACIONAL DE CATALUNYA

QUAN? ESTIU, 11 SETEMBRE

ON? BARCELONA, TARRAGONA, GIRONA I LLEIDA

QUÈ ÉS?

Cada 11 de setembre molts catalans i catalanes es manifesten pels carrers per reclamar el reconeixement dels nostres drets nacionals i més autogovern.

ORIGEN

L'11 de setembre de 1714 tingué lloc la darrera defensa de Barcelona després de 14 mesos de setge davant el duc de Berwick durant la Guerra de Successió.

ACTIVITATS

- Espectacles relacionats amb l'esdeveniment

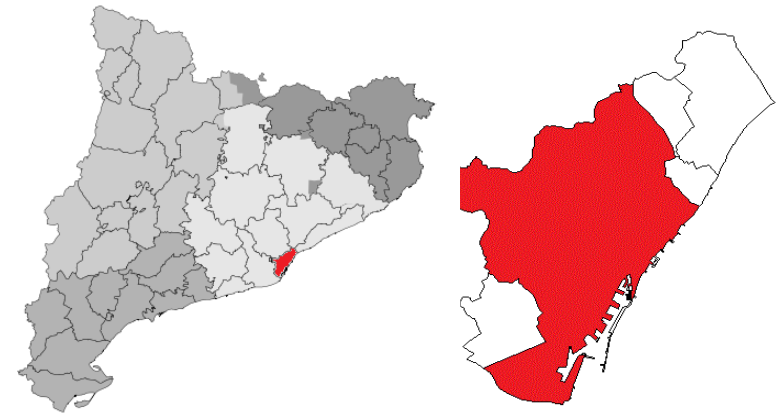


MOSTRA DE VINS I CAVES DE CATALUNYA

QUAN? TARDOR, 20 AL 24 SETEMBRE
ON? BARCELONA

QUÈ ÉS?

La Mostra de Vins i Caves de Catalunya pretén ser un aparador dels nous productes de les denominacions d'origen catalanes.



ORIGEN

Des de l'any 1981.

ACTIVITATS

- Tast de vins i caves
- Degustacions

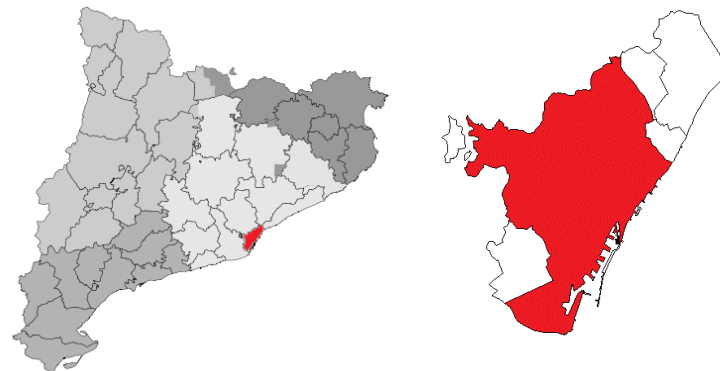


CONCURS DE SALTS INTERNACIONAL

QUAN? TARDOR, 22 AL 25 SETEMBRE
ON? BARCELONA

QUÈ ÉS?

Concurs d'hípica on es realitzen diverses competicions de salts amb cavall.



ORIGEN

Des del 2014.

ACTIVITATS

- Activitats lúdiques

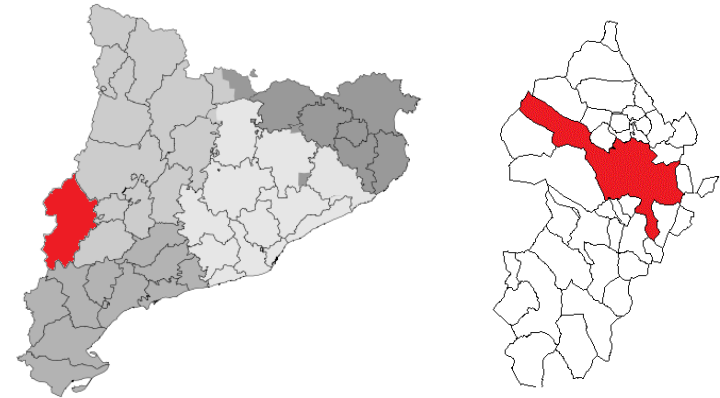


FIRA DE SANT MIQUEL

QUAN? TARDOR, 29 SETEMBRE AL 2 OCTUBRE
ON? LLEIDA

QUÈ ÉS?

És la trobada de referència per a les primeres marques del sector agrari a nivell estatal, i un punt de trobada per a professionals, fabricants i agricultors.



ORIGEN

La Fira Agrària de Sant Miquel des de l'any 1955 i Eurofruit des de l'any 1986.

ACTIVITATS

- Exposicions
- Venda de transports d'agricultura



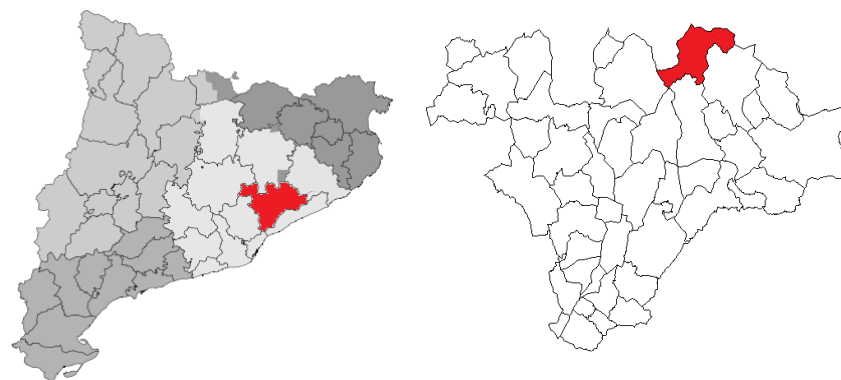
OCTUBRE

FIRA D'ALIMENTS ARTESANS CATALANS

QUAN? TARDOR, 1 OCTUBRE
ON? BARCELONA, Montseny

QUÈ ÉS?

Mostra, venda i degustació d'aliments artesans catalans i productes de la pagesia del Montseny.



ORIGEN

Es celebra des de fa anys.

ACTIVITATS

- Degustacions



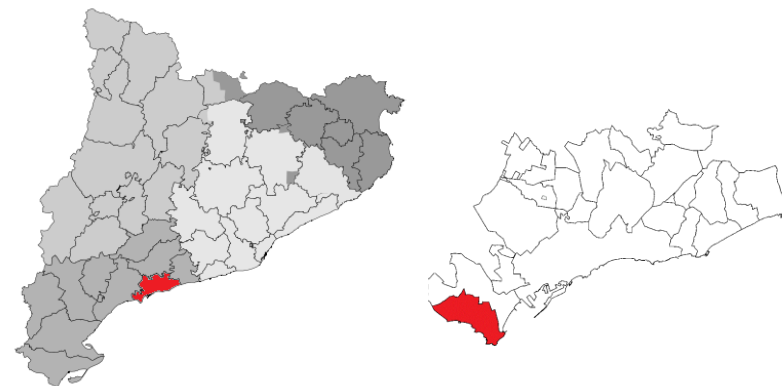
RALLYRACC CATALUNYA

QUAN? TARDOR, 5 AL 8 OCTUBRE

ON? TARRAGONA, Salou

QUÈ ÉS?

Campionat de Catalunya on es realitza una cursa de automòbils on es competeix pel trofeu de Catalunya.



ORIGEN

Des de fa molts anys.

ACTIVITATS

- Activitats lúdiques

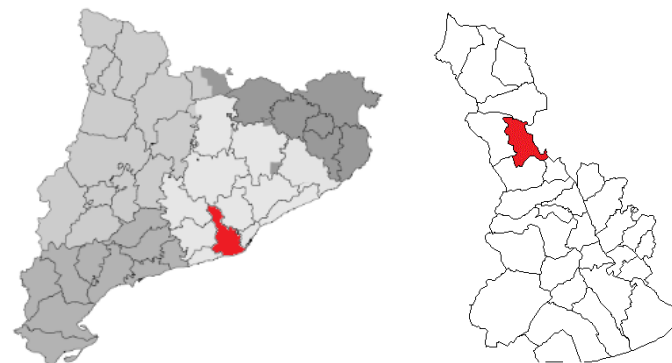


FIRA DEL ROSER

QUAN? TARDOR, 7 I 8 OCTUBRE
ON? BARCELONA, Martorell

QUÈ ÉS?

És una de les festes patrimonials més destacades i es celebra el primer cap de setmana del mes d'octubre amb la participació de la majoria d'entitats martorellenques. És una festa de caràcter cultural i popular.



ORIGEN

A la batalla de Lepanto, el 7 d'octubre de 1571, després d'encomanar-se a la Mare de Déu del Roser, l'armada cristiana va derrotar els turcs. En aquest triomf va destacar per la seva heroïcitat el martorellenc Lluís de Requesens.

ACTIVITATS

- Tast de vins i caves



FIRA DE LA COCA I EL MATÓ

QUAN? TARDOR, 28 I 29 OCTUBRE
ON? BARCELONA, Monistrol de Montserrat

QUÈ ÉS?

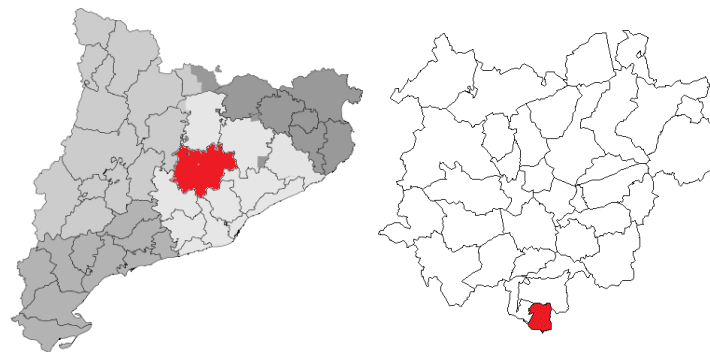
La Fira s'ha especialitzat en productes gastronòmics que són signe d'identitat del territori com el mató de Montserrat elaborat al municipi de Marganell i les coques artesanes de Monistrol de Montserrat.

ORIGEN

Des de 1994.

ACTIVITATS

- Espectacles
- Concursos

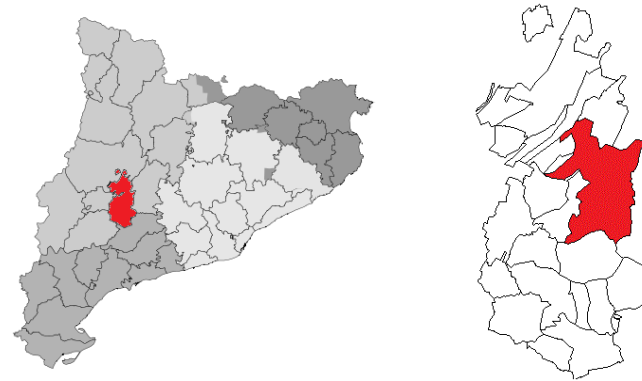


FIRA DEL MEDI AMBIENT

QUAN? TARDOR 28 OCTUBRE AL 1 NOVEMBRE
ON? LLEIDA, Tàrrrega

QUÈ ÉS?

Aquesta fira vol conscienciar a tots els visitants mitjançant activitat lúdiques i recreatives sobre les actituds de respecte vers l'entorn natural, la sostenibilitat mediambiental i l'ús de les energies renovables.



ORIGEN

Des de l'any 2000.

ACTIVITATS

- Activitats lúdiques i recreatives
- Tallers
- Exposicions



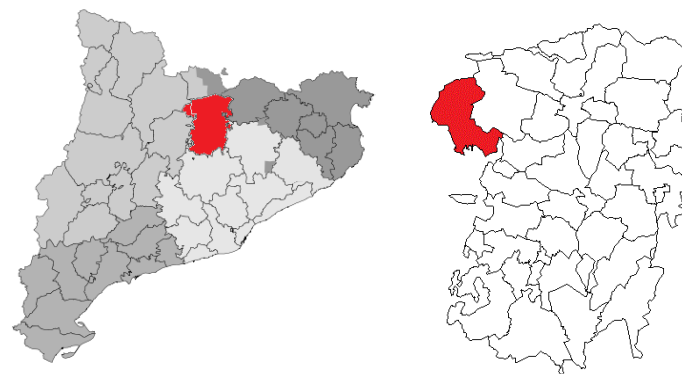
FIRA DE TOTS SANTS

QUAN? TARDOR, 31 OCTUBRE

ON? LLEIDA, Gósol

QUÈ ÉS?

Es una fira tradicional que es celebra el dia 31 d'octubre a la Plaça Major i els seus voltants. La gent de la comarca ve al municipi a vendre i comprar productes.



ORIGEN

Des de fa anys es celebra en homenatge al dia 31 d'Octubre, Tots Sants.

ACTIVITATS

- Espectacles
- Venda de productes artesans



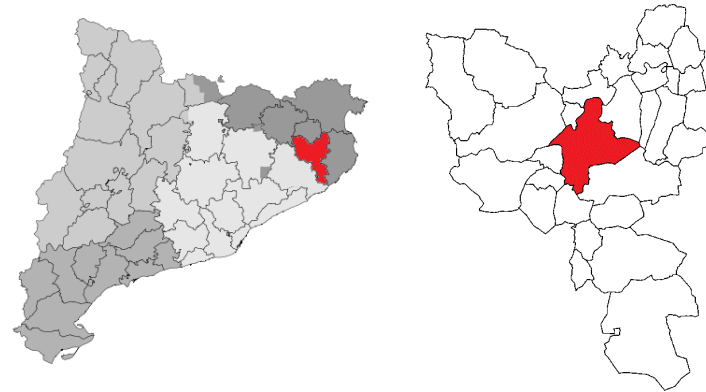
NOVEMBRE

FIRA INDUSTRIAL, AGRÍCOLA I COMERCIAL. FIRA DE MOSTRES

QUAN? TARDOR, 28 OCTUBRE AL 1 NOVEMBRE
ON? GIRONA

QUÈ ÉS?

La Fira de Mostres, la més antiga de Girona, està dedicada al món del treball i l'empresa i compta amb un gran espai dedicat a l'emprenedoria i les propostes més innovadores del mercat.



ORIGEN

Des de fa molts anys.

ACTIVITATS

- Tallers
- Presentacions de llibres
- Conferències

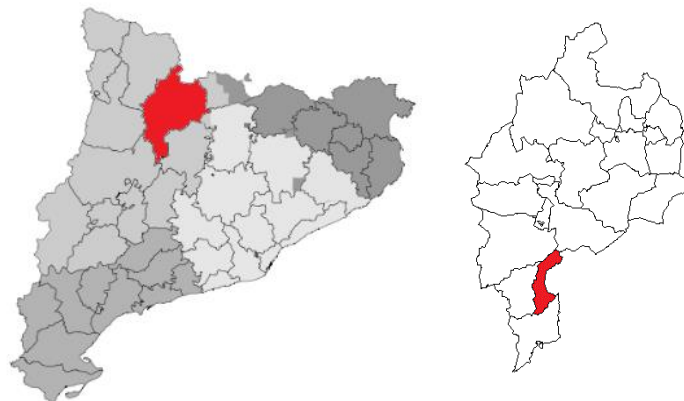


FIRA DE TOTS SANTS

QUAN? TARDOR, 1 NOVENBRE
ON? LLEIDA, Oliana

QUÈ ÉS?

Es celebra el dia de Tots Sants i el primer dia de Novembre. Amb paradetes de tot tipus, productes artesans...



ORIGEN

Des de fa molts anys.

ACTIVITATS

- Espectacles
- Joc de bitlles

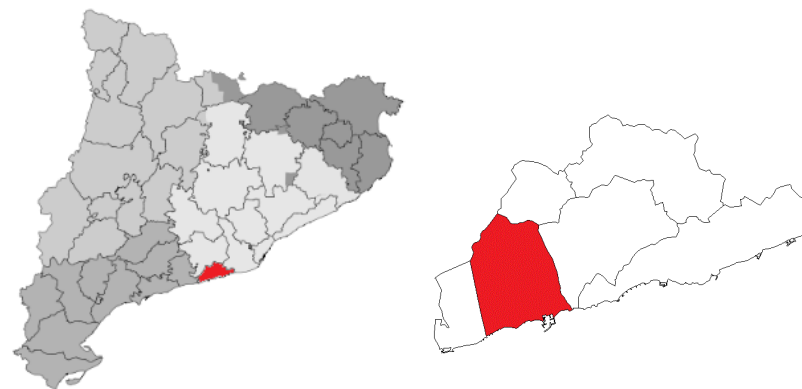


FIRA DE NOVEMBRE

QUAN? TARDOR, 10 AL 12 NOVEMBRE
ON? BARCELONA, Vilanova i la Geltrú

QUÈ ÉS?

La Fira de Novembre és la fira multisectorial d'alimentació, vehicles, informàtica, entitats, mobles i decoració, parament de la llar.



ORIGEN

Des de fa molts anys.

ACTIVITATS

- Activitats culturals i lúdiques
- Concursos

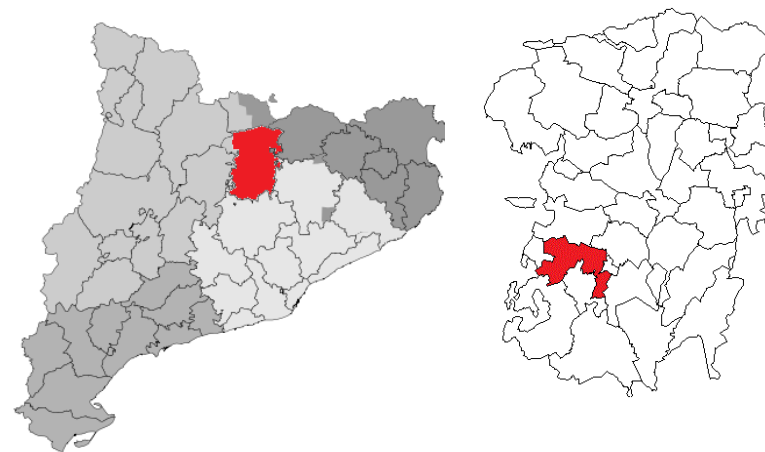


TRAIL ELS TOSSALS 14KM

QUAN? TARDOR, 15 NOVENBRE
ON? BARCELONA, L'Espunyola

QUÈ ÉS?

Cursa per la natura i explorant nous paisatges corren sobre els tossals de l'Espunyola.



ORIGEN

Des de fa molts anys.

ACTIVITATS

- Activitats lúdiques

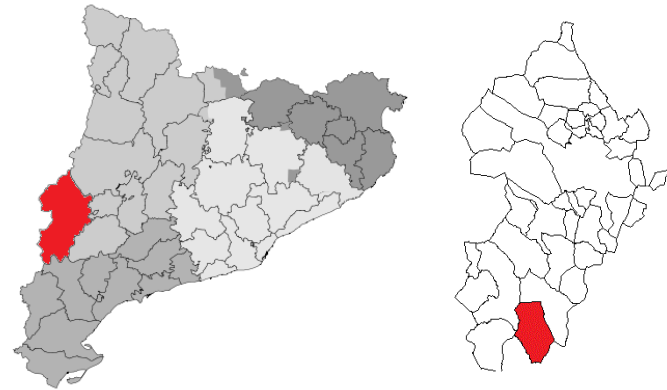


FIRA DE L'OLI VERD

QUAN? TARDOR, 19 I 20 NOVEMBRE
ON? LLEIDA, Maials

QUÈ ÉS?

Fira de l'oli, amb productes artesans i de serveis. També se celebra la Mostra de Truita d'ametlles.



ORIGEN

Des de fa molts anys.

ACTIVITATS

- Venda i tast d'oli
- Exhibicions



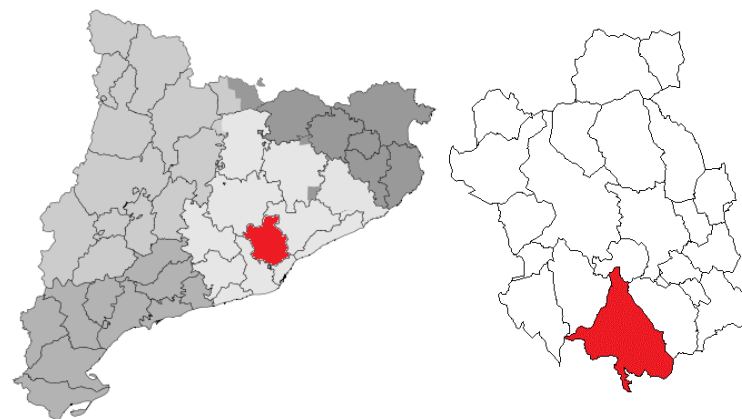
DESEMBRE

FIRA DE SANTA LLÚCIA

QUAN? HIVERN, DESEMBRE
ON? BARCELONA, Sant Cugat del Vallès

QUÈ ÉS?

Fira on s'exposen productes artesans, tant gastronòmics com flors, llibres...



ORIGEN

El dia de Santa Llúcia és el 13 de desembre, data suposada del martiri de la Santa i que en el calendari julià original coincidia amb el solstici d'hivern.

ACTIVITATS

- Venda de productes

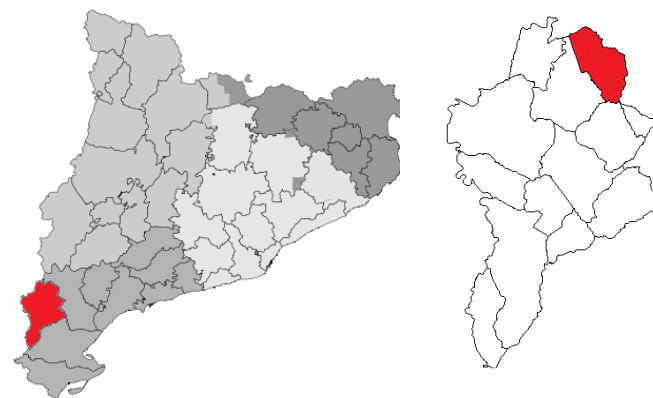


FESTA DE L'OLI. MOSTRA DE PRODUCTES ARTESANALS I TRADICIONALS

QUAN? TARDOR, 9 I 10 DESEMBRE
ON? TARRAGONA, La Fatarella

QUÈ ÉS?

Fira de productes artesanals i tradicionals, així com celebrant una fira relacionada amb l'oli de la pròpia terra.



ORIGEN

Des de fa anys.

ACTIVITATS

- Tast i venda d'oli

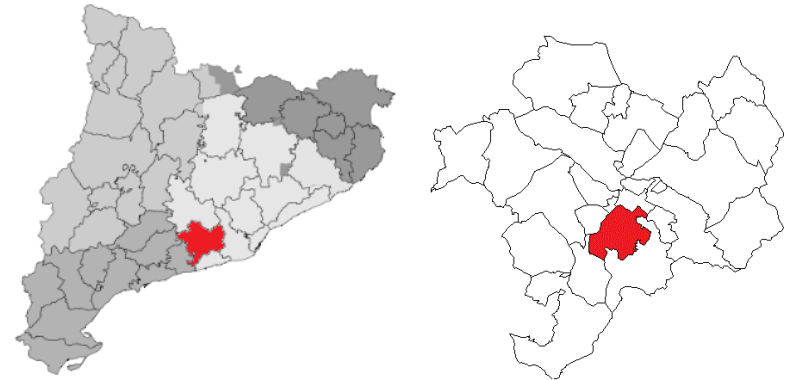


FIRA DEL GALL

QUAN? TARDOR, 16 I 17 DESEMBRE
ON? BARCELONA, Vilafranca del Penedès

QUÈ ÉS?

A la Fira del Gall es troba tot tipus d'aviram: galls, gallines, capons, oques, ànecs, galls d'indi, guatlles... tot i que en destaca el gall del Penedès, que és el rei d'aquesta fira.



ORIGEN

Des dels anys 80.

ACTIVITATS

- Espectacles
- Balls tradicionals



VELA: REGATA CHRISTMAS RACE

QUAN? HIVERN, 21 DESEMBRE
ON? GIRONA, Palamós

QUÈ ÉS?

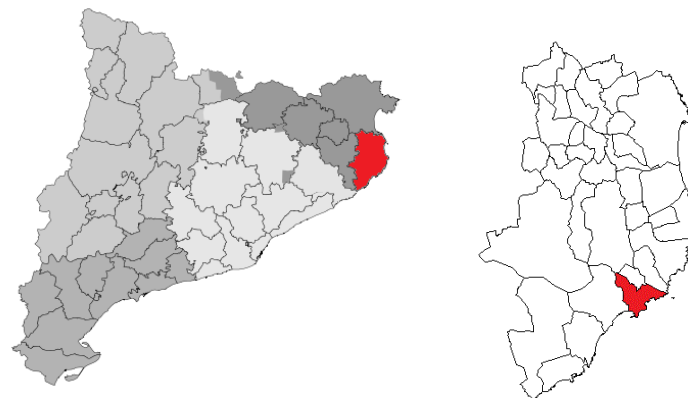
Es tracta d'un esdeveniment en el qual han participat i participen medallistes olímpics i campions, tant mundials com europeus, i que ha servit en vuit ocasions de preparació per als Jocs Olímpics.

ORIGEN

Des de fa molts anys.

ACTIVITATS

- Activitats lúdiques

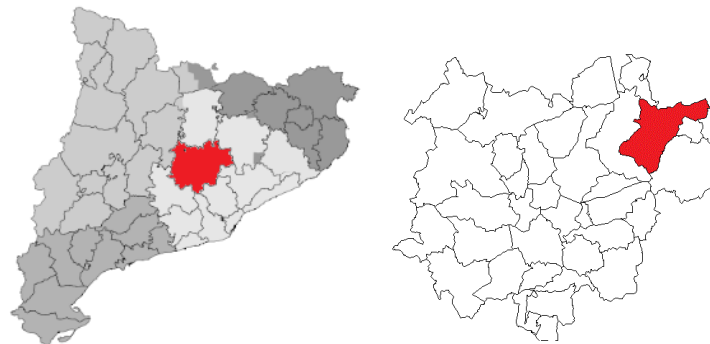


FIRA DE NADAL, PRODUCTES ARTESANS, NATURALS I DE PAGÈS

QUAN? HIVERN, 24 DESEMBRE
ON? BARCELONA, Santa Maria d'Oló

QUÈ ÉS?

Fira nadalenca on es pot trobar productes de proximitats i pagesia.



ORIGEN

Des de fa molts anys.

ACTIVITATS

- Venda de productes artesans, naturals i de pagès

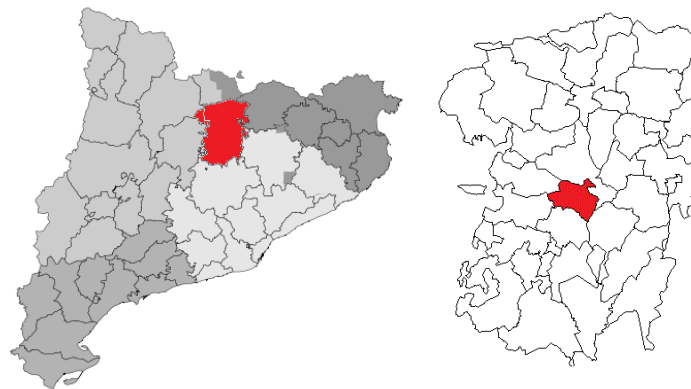


LA FIA-FAIA

QUAN? HIVERN, 24 DESEMBRE
ON? BARCELONA, Bagà

QUÈ ÉS?

La festa consisteix en la crema d'unes torxes, les faies, el capvespre de la nit de Nadal, a partir del tradicional "Toc d'Oració".



ORIGEN

D'origen precristià.

ACTIVITATS

- Espectacles
- Música al carrer





WHAT DO YOU KNOW ABOUT CATALONIA?

1. Age 年齡

- ☐ 16-20
- ☒ 21-35
- ☐ 36-55
- ☐ 56-75
- ☐ More than 75

2. Gender 性別

- ☐ Male 男
- ☒ Female 女

3. Do you know the capital of Spain? 你知道西班牙的首都嗎？

- ☐ Barcelona
- ☒ Madrid

4. Have you ever been to Catalonia? 你去過加泰羅尼亞嗎？

- ☐ YES
- ☒ NO

4.1. If you have answered the previous question affirmative, how would you rate your stay in Catalonia? 如果你去加泰羅尼亞，你喜欢嗎？

- | | |
|--|---|
| ☐ 1-4 (Bad-坏) | ☐ 7-8 (Good-好) |
| ☐ 5-6 (Regular-正常) | ☐ 9-10 (Very good-很好) |

4.2. The reason for your trip to Catalonia was for: 你去加泰羅尼亞之行的原因是：

- ☐ Leisure
- ☐ Business
- ☐ Others

4.3. What did you visit in Catalonia? 你在加泰羅尼亞參觀了什麼？



Sagrada Família- Barcelona

☐

Amfiteatre- Tarragona

☐

Museu de Dalí- Girona

☐

La Seu Vella- Lleida

☐

5. What do you know of Catalonia? 你知道什麼東西加泰羅尼亞？

Food- 餐飲:



Bread with tomato



Calçots



Snails



Traditions- 傳統:



Tió de Nadal



Saint George



Correfocs



Castellers



Sardanes



Ball de Bastons



Places-地方:



Congost de Mont-Rebei



Delta de l'Ebre



Aigüestortes



People-人:

Culture-文化



Salvador Dalí



Antoni Gaudí



Carlos Ruiz Zafón



Sports-運動



Gemma Mengual



Marc Márquez



Messi



Personal Taste-個人口味

1. Which countries have you visited? 你访问过哪些国家？

Thailand and Japan

2. Which countries would you like to visit? 你想去哪個國家？

USA and Spain

3. What are you interested in when you visit a country? 当你访问一个国家时,你对什么感兴趣？

☐ Culture-文化

☒ Tradition-传统

☒ Gastronomy-美食

☐ Sport-运动

☒ Nature-天

☐ Others-其他



CATALONIA



WHAT DO YOU KNOW ABOUT CATALONIA?

1. Age 年齡

- ☐ 16-20
- ☒ 21-35
- ☐ 36-55
- ☐ 56-75
- ☐ More than 75

2. Gender 性別

- ☐ Male 男
- ☒ Female 女

3. Do you know the capital of Spain? 你知道西班牙的首都嗎？

- ☐ Barcelona
- ☒ Madrid

4. Have you ever been to Catalonia? 你去過加泰羅尼亞嗎？

- ☒ YES
- ☐ NO

4.1. If you have answered the previous question affirmative, how would you rate your stay in Catalonia? 如果你去加泰羅尼亞，你喜欢嗎？

- | | |
|--|--|
| ☐ 1-4 (Bad-坏) | ☐ 7-8 (Good-好) |
| ☐ 5-6 (Regular-正常) | ☒ 9-10 (Very good-很好) |

4.2. The reason for your trip to Catalonia was for: 你去加泰羅尼亞之行的原因是：

- ☒ Leisure
- ☐ Business
- ☐ Others

4.3. What did you visit in Catalonia? 你在加泰羅尼亞參觀了什麼？



Sagrada Família- Barcelona



Amfiteatre- Tarragona



Museu de Dalí- Girona



La Seu Vella- Lleida



5. What do you know of Catalonia? 你知道什麼東西加泰羅尼亞？

Food- 餐飲:



Bread with tomato
○



Calçots
○



Snails
○

Traditions- 傳統:



Tió de Nadal
○



Saint George
○



Correfocs
○



Castellers
●



Sardanes
●



Ball de Bastons
○

Places- 地方:



Congost de Mont-Rebei
○



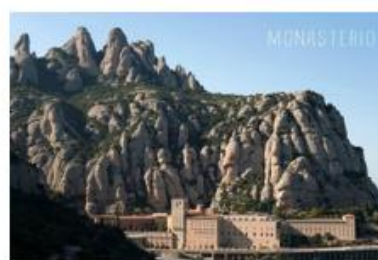
Delta de l'Ebre
○



Aigüestortes
○



Besalú
○



Montserrat
○



Manresa
○

People-人:

Culture-文化



Salvador Dalí



Antoni Gaudí



Carlos Ruiz Zafón



Sports-運動



Gemma Mengual



Marc Márquez



Messi



Personal Taste-個人口味

1. Which countries have you visited? 你访问过哪些国家？

France, German and America

2. Which countries would you like to visit? 你想去哪個國家？

Italy

3. What are you interested in when you visit a country? 当你访问一个国家时,你对什么感兴趣？

☐ Culture-文化

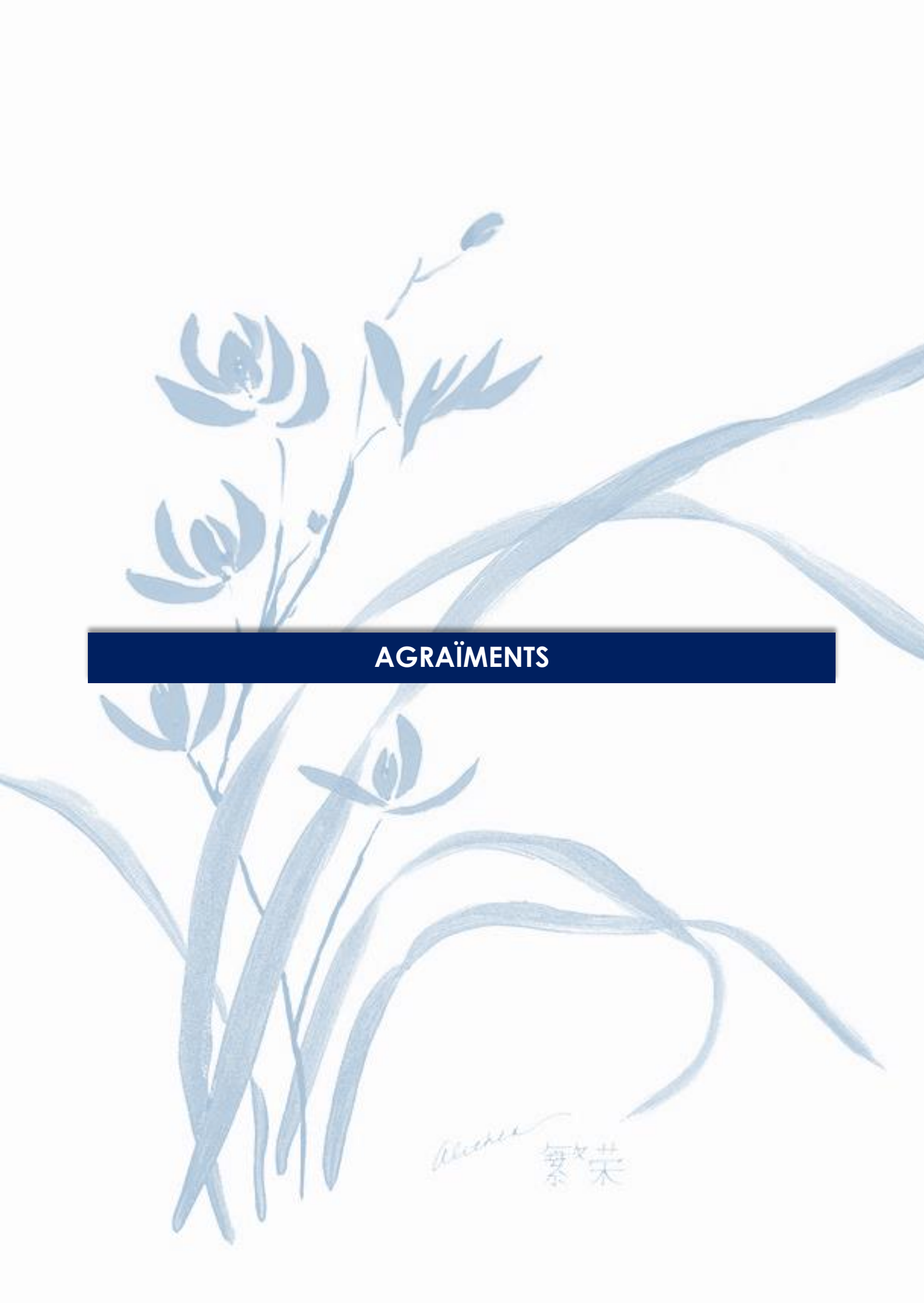
☐ Tradition-传统

☒ Gastronomy-美食

☐ Sport-运动

☒ Nature-天

☐ Others-其他



AGRAÏMENTS

Alcega
繁榮

Aquest treball no hauria estat possible sense l'ajuda, el recolzament i l'orientació de la meva tutora, Anna Aznar.

També vull agrair l'ajuda que m'han ofert els meus pares, en temes de presentació, orientació i que no han dubtat en ajudar-me en qualsevol dubte durant el transcurs del treball; I la col·laboració de Cristina Pinzano i l'ajuda dels meus companys durant l'estada a la Xina per poder dur a terme la part practica.

A continuació vull donar les gràcies a Lorena Mascarell, Across Spain, Vicky Huo de Beijing Champagne International Travel Service i John Meng de TTC Travel Network, ja que sense ells, no hagués pogut dur a terme aquesta recerca.