



La Generalitat participa en la feria World Travel Market para convertir Cataluña en la destinación mediterránea de referencia en el mercado británico.

- **El Reino Unido es el segundo mercado emisor de Cataluña en número de turistas, con más de 1,4 millones de visitantes entre los meses de enero y septiembre de 2013, que han generado unos ingresos de más de 1.000 millones de euros.**
- **La presencia de la Agencia Catalana de Turismo en la World Travel Market forma parte de la estrategia de promoción en el Reino Unido, un mercado maduro que desde el 2011 crece en número de turistas y gasto turístico.**
- **En el marco de la feria y para posicionar la gastronomía como uno de los valores diferenciales de Cataluña, la ACT ofrecerá una cena a los principales operadores turísticos del Reino Unido, con un menú preparado por tres restaurantes con estrellas Michelin de la Costa Daurada y Terres de l'Ebre.**

La directora general de Turismo, Marian Muro, y el director de la Agencia Catalana de Turismo (ACT), Xavier Espasa, encabezan la delegación catalana, formada por empresas e instituciones, que a partir de mañana participará en la 34a edición de la World Travel Market (WTM), una de las ferias turísticas más



■ **Comunicado de prensa** ■

importantes del mundo, que se celebra del 4 al 7 de noviembre en Londres. La ACT participa en ella con un stand de 312m², donde están presentes las diversas marcas turísticas catalanas y los productos más representativos de su oferta.

Este año la Agencia Catalana de Turismo asiste a este importante encuentro con un objetivo muy claro: convertir Cataluña en el destino mediterráneo de referencia para el mercado turístico del Reino Unido e Irlanda. En este sentido y en el marco del acuerdo de partenariado con la ACT, la empresa Damm estará presente en el stand de Cataluña bajo el lema "Mediterráneamente".

Durante los días que dure la feria están previstas diversas reuniones con importantes operadores, agentes de viajes, líneas aéreas y medios de comunicación para llegar a acuerdos que proporcionen nuevas oportunidades de negocio a las empresas del sector turístico catalán.

La WTM reúne cada año unas 5.000 empresas y entidades expositoras de cerca de 200 países y recibe la visita de unos 48.000 profesionales de la industria turística internacional. El año pasado los tratos que se cerraron durante la feria generaron un volumen de negocio de 1,8 millones de libras esterlinas, según la propia organización.

Una cena con estrellas

Con el objetivo de promocionar la gastronomía catalana y posicionarla como uno de los valores diferenciales de Cataluña, la Agencia Catalana de Turismo ofrecerá el lunes 4 de noviembre una cena a los operadores turísticos más importantes del Reino Unido. En esta ocasión, la gastronomía estará a cargo de tres restaurantes con estrellas Michelin de la Costa Daurada y Terres de l'Ebre: El Rincón de Diego y Can Bosch, ambos de Cambrils y con una estrella Michelin, y El Torreó de l'Indià de Xerta, también con una estrella Michelin.

La oferta gastronómica se completará con la bebida ofrecida por Damm, que además hará un maridaje entre uno de los platos de la cena y su cerveza Inèdit. En el Reino Unido la marca Damm se considera una cerveza de gama alta.

Cabe destacar que desde que se otorgó el premio a El Celler de Can Roca como mejor restaurante del mundo por parte de la prestigiosa revista británica *Restaurant*, en un acto celebrado el pasado mes de abril en Londres, la gastronomía catalana ha recibido un gran impulso en el mercado británico, hecho que beneficia el turismo gastronómico. Precisamente un día antes que se librara el premio, la Agencia Catalana de Turismo en colaboración con el Patronato de Turismo de Costa Brava Girona, presentó el proyecto de El Celler de Can Roca "El Sueño" en el hotel Mandarin de la capital inglesa.



Nuevas propuestas para un mercado maduro

El Reino Unido es un mercado maduro de gran interés para Cataluña, ya que es el segundo mercado emisor en número de turistas, por detrás de Francia. Entre los meses de enero y septiembre de 2013, han llegado a Cataluña 1,4 millones de turistas británicos, cifra que supone un 4,1% más que en el mismo periodo del año anterior. Estos turistas han generado más de 1.000 millones de euros, casi un 7,2% más que en los primeros nueve meses de 2012. Además es un mercado en crecimiento desde el 2011, tanto en número de turistas cómo en ingresos.

Para seguir manteniendo e incrementando estas cifras, la Agencia Catalana de Turismo, a través de su Centro de Promoción Turística en Londres, ha iniciado este año una estrategia para fortalecer la promoción de segmentos concretos de la oferta turística, aparte del sol y playa o el turismo cultural, que son los principales productos que consumen los turistas británicos que nos visitan.

Coincidiendo con el centenario del nacimiento del golf en Catalunya, este año se ha hecho una fuerte promoción del turismo de golf en este mercado. Esta acción además se ha visto reforzada por la celebración en Cataluña de la International Golf Travel Market (IGTM), la feria de golf más importante del mundo, que tendrá lugar en la Costa Daurada del 11 al 14 de noviembre de 2013.

Otro segmento que se ha trabajado intensamente ha sido el turismo familiar. Así se ha creado una página web, especialmente dirigida al mercado británico, dónde puede encontrarse información de los municipios catalanes certificados con el sello de Destino de Turismo Familiar; en esta web se han visto más de un millón de páginas. Complementaria a esta acción, en el mes de mayo, una docena de padres y madres blogueros del Reino Unido, acompañados de sus hijos, visitaron la Costa Brava y conocieron la oferta turística para familias.

En colaboración con el Patronato de Turismo de la Diputación de Lleida, también se ha apostado por el turismo de nieve. Así, la ACT ha estado presente en la feria *Ski and Snowboard Show*, que ha tenido lugar del 30 de octubre al 3 de noviembre en Londres. En el marco de esta feria, se ha presentado la oferta de esquí de los Pirineos leridanos ante de diversos medios especializados.

El turismo de reuniones también ha sido objeto de atención por parte de la ACT. Así, durante el mes de mayo tuvo lugar en Londres y en Leeds dos jornadas de comercialización especializadas en este segmento. Asistieron una veintena de empresas catalanas que tuvieron la oportunidad de presentar sus productos a más de setenta operadores turísticos especializados.

También en colaboración con la Diputación de Barcelona se ha realizado una campaña de promoción y posicionamiento de la marca Costa Barcelona, con



■ **Comunicado de prensa** ■

presentaciones ante blogueros, medios de comunicación y operadores especializados.

Empresas e instituciones en el stand de la Agència Catalana de Turismo

Los visitantes que se acerquen al stand catalán (EM1640) encontrarán la oferta de las nueve marcas turísticas (Costa Brava, Costa de Barcelona, Barcelona, Costa Daurada, Terres de l'Ebre, Catalunya Central, Terres de Lleida, Val d'Aran y Pirineus), y también el de las empresas e instituciones siguientes:

Entidades de promoción turística

- Diputación de Barcelona
- Patronato de Turismo Costa Brava Girona
- Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona - Costa Daurada i Terres de l'Ebre
- Patronato de Turismo de la Diputación de Lleida
- Turismo de Barcelona

Empresas/entidades

- Across Spain
- Anthea travel
- Aqua Hotel
- Avant Grup
- Barcelona Guide Bureau
- Barcelona on line
- Bravasol Viajes
- Circuit de Catalunya
- Evenia Hotels
- Goes Travel
- Montserrat
- Novovira
- Passion Events
- PortAventura
- Serhs
- Sport and Leisure Barcelona
- Toptourisme
- Torres
- Traditional Tours
- Viajes Olympia
- Viatges Traveltec