



La Generalitat y el FC Barcelona promocionan Cataluña durante la gira de pretemporada en Estados Unidos

- La promoción aprovecha el gran conocimiento del equipo blaugrana para potenciar la visibilidad del destino catalán entre el público estadounidense.
- La marca turística Catalunya estará presente en el polo de paseo del FC Barcelona y de su *staff*, en los campos de entrenamiento y en los fondos publicitarios de las ruedas de prensa, entre otros soportes gráficos.

Jueves, 26 de julio de 2018 - La Generalitat de Catalunya, a través de la Agencia Catalana de Turismo (ACT) del Departamento de Empresa y Conocimiento y el FC Barcelona (FCB) promocionan conjuntamente el destino catalán en los Estados Unidos con motivo de la gira de pretemporada blaugrana. Los partidos del Barça tendrán lugar en Los Ángeles, Dallas y Santa Clara en el marco de la International Champions Cup, contra el Tottenham, el AS Roma y el AC Milan, respectivamente.

Esta acción de promoción tiene como objetivo dar a conocer Cataluña como destino turístico en el mercado de los Estados Unidos. Por ello, el equipo de fútbol y su *staff* lucirán el logo de la marca Catalunya en el polo de paseo durante toda la gira de pretemporada. Además, la marca también estará presente en los campos de entrenamiento y en otros soportes gráficos como los fondos publicitarios de las ruedas de prensa organizadas por el FC Barcelona y las acreditaciones. Esta es una de las acciones que forman parte del acuerdo de partenariado entre la ACT y el club de fútbol, vigente desde el 2012.

En este sentido, el director de la ACT Xavier Espasa ha declarado que ***“el acuerdo de partenariado de la Agencia Catalana de Turismo con el FC Barcelona permite impulsar la promoción de Barcelona y Cataluña en un mercado tan importante como Estados Unidos, clave para la calidad del turismo y el alto nivel de ingresos que aporta a nuestro destino”***.



■ Comunicado de prensa ■

Vinculada a esta acción de promoción en los Estados Unidos, se realizará también un encuentro con la directiva de Virtuoso, empresa que cuenta con la red líder en la industria de viajes de lujo a nivel mundial con más de 17.500 agentes. Esta reunión servirá para fortalecer vínculos con los miembros de esta red y mantener Cataluña entre sus destinos de referencia.

El acuerdo entre la Agencia Catalana de Turismo y el FC Barcelona

Estas acciones se enmarcan en el acuerdo de colaboración conjunta que, desde hace seis años, mantienen la Agencia Catalana de Turismo y el FC Barcelona con el objetivo de promover el destino turístico catalán en los mercados internacionales. Este vínculo ha permitido que la ACT realizara presentaciones o otras acciones promocionales en varias ciudades de alrededor del mundo donde el Barça ha jugado partidos, como Milán, Moscú, Manchester, Berlín, Múnich, Los Ángeles, San Francisco, Nueva York, Washington, Miami, Bangkok, Kuala Lumpur, Tokio, o Shanghái y activara acciones de promoción turística como “Fans Meeting Fans” y “Get Ready for Pun”.

El público de Estados Unidos, un mercado clave para el gasto turístico en Cataluña

Entre los meses de enero y mayo de 2018 han visitado Cataluña más de 448.774 turistas estadounidenses, hecho que supone un aumento del 31,5% con respecto al mismo periodo del año pasado. Además, también en estos primeros meses del año, se sitúa como el primer mercado emisor en volumen de ingresos en Cataluña con 293 millones de euros, un 32,9% más que en el mismo periodo de 2017. Esto se debe a que, aun siendo el tercer país emisor en número de turistas, su gasto medio es el más alto, situándose actualmente en más de 1.600 € por viajero. Este hecho lo posiciona como un mercado estratégico para Cataluña, que actualmente se focaliza en el aumento del gasto y la calidad turísticas.

Síguenos en las redes sociales:

En Twitter de Turismo: <https://twitter.com/turismecat>

En Twitter de Empresa: <https://twitter.com/empresacat>