La Agencia Catalana de Turismo activa sus oficinas en el exterior para transmitir que Cataluña es un destino seguro

- **Aumentará los esfuerzos para promocionar la destinación en el mercado doméstico y español. Además, se han activado acciones en los mercados europeos de proximidad**

Jueves, 8 de julio de 2021.- Cataluña es un destino seguro para viajar, en el cual se puede hacer turismo con tranquilidad. Se han implementado unos rigurosos protocolos sanitarios anti-COVID-19 que permiten controlar y vigilar el cumplimiento de las medidas de seguridad a fin de evitar la propagación del virus en alojamientos y servicios turísticos. El sistema sanitario catalán está preparado, como demuestra el hecho de que el ritmo de vacunación plena es el más alto de Europa. Estas son algunas de las idees que las oficinas de promoción en el exterior de la Agencia Catalana de Turismo, del Departamento de Empresa y Trabajo, están trasladando a los distintos mercados emisores para transmitir confianza respecto a la destinación catalana.

"La aplicación de las medidas de seguridad por parte de toda la cadena de prestación de servicios del sector turístico es estricta", explica la directora general de Turismo, Marta Domènech. **"Desde que empezó la pandemia, la máxima prioridad de nuestro ecosistema turístico ha sido la seguridad de las personas. Queremos trasladar este mensaje al exterior porque el sector turístico está haciendo muy bien su trabajo y necesita reactivarse".**

Además de transmitir este mensaje de seguridad, desde las oficinas de promoción en el exterior y en el marco de la estrategia Catalunya reStart Europe, también se llevan a cabo acciones para posicionar Cataluña como un destino competitivo que se ha sabido adaptar a las nuevas demandas surgidas a raíz de la pandemia. En este sentido, desde mediados de junio se está realizando una gira por las principales capitales europeas para dar a conocer el Grand Tour de Cataluña, un nuevo producto turístico en forma de ruta circular que permite recorrer los principales atractivos del territorio en 5 tramos.

"Cataluña siempre ha sido un destino líder y puntero. Durante el último año y medio, el sector público y el privado hemos trabajado de manera conjunta para afrontar de la mejor manera posible la difícil situación derivada de la COVID-19", afirma Domènech. **"Hemos estado atentos a las nuevas tendencias para ofrecer a nuestros visitantes todo aquello que ahora necesitan. Nuestra destinación**

siempre ha sido de acogida y como no podía ser de otra manera, sigue habiendo una Cataluña hecha a medida para cada persona que nos visite".

Paralelamente, en las redes sociales se está realizando una campaña en las cuentas exteriores del Cataluña Experience para transmitir asimismo este mensaje de confianza y de destino seguro.

El mercado doméstico, público clave para este verano

Este verano, el mercado emisor doméstico seguirá siendo clave. Se mantiene la tendencia al viaje de proximidad, mayoritariamente en desplazamientos con vehículo propio, y a lugares conocidos y que generen confianza.

Por esta razón, desde Turismo de la Generalitat de Catalunya se reforzará la promoción de la destinación en este mercado. Según los últimos datos, un 81,3% de los españoles tiene la intención de hacer una escapada de ocio o unas vacaciones este verano, y un 68,7% lo harán en territorio estatal.

Además de la campaña publicitaria "*Cataluña, un lugar hecho a medida",* que aumentará su impacto en los mercados catalán y español, se efectuará una acción en las redes sociales con la colaboración del jugador catalán de baloncesto Ricky Rubio.

Síguenos en las redes

- Twitter: @turismecat | @empresacat | @coneixementcat
- YouTube: https://www.youtube.com/turismecat