



El primer equipo masculino del FC Barcelona promociona Cataluña en la pretemporada por los Estados Unidos

- Desde hace 10 años la Agencia Catalana de Turismo y el FC Barcelona colaboran para dar visibilidad a la marca turística Cataluña
- Cataluña está desarrollando un plan específico en Estados Unidos destinado a atraer de nuevo al turista de este mercado

Martes, 19 de julio de 2022.— La Generalitat de Catalunya, mediante la Agencia Catalana de Turismo (ACT) del Departamento de Empresa y Trabajo, y el FC Barcelona promocionan conjuntamente el destino catalán en los Estados Unidos con motivo de la gira de pretemporada del primer equipo masculino de fútbol. En esta gira el Barça hará parada en cuatro ciudades en las que jugará partidos con clubes de reconocimiento internacional que han despertado el interés del público. El primer enfrentamiento será contra el Inter Miami CF el 19 de julio en el DRV PNK Stadium, y el segundo contra el Real Madrid el 23 de julio en el Allegiant Stadium de Las Vegas. El tercer partido lo jugará contra el Juventus en el Cotton Bowl Stadium de Dallas el 26 de julio y finalizará la pretemporada jugando contra el New York Red Bulls el 30 de julio en el Red Bull Arena de Harrison (Nueva Jersey).

La marca Cataluña estará presente durante toda la gira de pretemporada. En este sentido, los jugadores y su *staff* lucirán el logotipo de Catalunya en el polo de paseo. Además, la marca también estará presente en las vallas led de los campos donde se disputarán los 4 partidos con el mensaje “*Love Barça, discover Catalonia, your tailor-made destination*”, junto con otros soportes gráficos como las vallas de los campos de entrenamiento y los fondos publicitarios de las ruedas de prensa organizadas por el FC Barcelona.

Esta es una de las acciones que forman parte de la alianza entre el ACT y el club de fútbol, vigente desde 2012. De hecho, el pasado mes de septiembre se renovó el convenio de colaboración hasta el 30 de junio de 2024. Tras el impacto que ha tenido la pandemia de la Covid-19 para el destino Cataluña, el objetivo de esta alianza es trabajar conjuntamente en la recuperación de la demanda turística en los diferentes mercados internacionales. Tanto la ACT como el FC Barcelona están satisfechos de los buenos resultados de los convenios de años anteriores. Según el director de la Agencia Catalana de Turismo, Narcís Ferrer y Ferrer, “**el acuerdo con el Barça permite que la marca Cataluña sea más reconocida y más potente en todo el mundo**”.

Una de las novedades destacadas del nuevo convenio es la incorporación de la imagen del equipo femenino de fútbol como embajador también del destino turístico catalán en las diferentes acciones comerciales y de comunicación.



Tras 10 años, este vínculo ha permitido que la ACT realizara presentaciones u otras acciones promocionales en diversas ciudades de todo el 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 Shanghai, entre otros.

Cataluña busca recuperar al turista estadounidense

Esta campaña es un impulso en la promoción del destino catalán en un mercado estratégico para Cataluña. **“El turista estadounidense es un tipo de viajero que no se concentra en unos meses determinados sino durante todo el año, realiza un gasto muy por encima de la media, y gracias a la diversificación de intereses que presenta, se puede distribuir por todo el país”**, explica Ferrer. El director de la ACT afirma que el estadounidense coincide con el tipo de visitante que encaja en el modelo turístico de Catalunya (desestacionalizado, desconcentrado, diversificado y que realiza un mayor gasto).

El mercado estadounidense se convirtió justo antes de la pandemia en el tercer emisor de turistas en Catalunya, el primero de larga distancia, y se caracteriza por hacer un gasto superior al promedio. Así, en 2019 nos visitaron más de 1.500.000 turistas de Estados Unidos que realizaron un gasto agregado de más de 2.500 millones de euros. Es un turista con alto poder adquisitivo y que está acostumbrado a viajar al extranjero.

Síguenos en las redes

- Twitter: [@turismecat](#) | [@empresacat](#) | [@treballcat](#)
- Youtube: <https://www.youtube.com/turismecat>