

## Cataluña presenta en Fitur 2024 su modelo de turismo responsable

- **El secretario de Empresa y Competitividad ha inaugurado el stand de Cataluña en la feria internacional de turismo de Madrid que acoge a medio centenar de empresas y entidades del sector turístico catalán**
- **Los visitantes del stand de Cataluña podrán conocer la oferta de turismo náutico con la Copa América, así como descubrir la marca sonora de Cataluña**
- **El gasto del turismo internacional en Cataluña ha cerrado el año 2023 con 21.200 M€, un 27% más respecto al 2022**

*Miércoles, 24 de enero de 2023.*— El secretario de Empresa y Competitividad, Albert Castellanos Maduell, acompañado de la directora general de Turismo, Marta Domènech i Tomàs, el director de la Agència Catalana de Turisme (ACT), Narcís Ferrer i Ferrer, y el delegado del Govern de la Generalitat en Madrid, Joan Capdevila i Esteve, ha inaugurado esta mañana el stand de Catalunya en la feria internacional de turismo de Fitur, que se celebra del 24 al 28 de enero en Madrid.

En su intervención, Castellanos ha destacado que **“las actuaciones de la Generalitat para transformar el modelo turístico de Cataluña se están trasladando a los datos del último balance turístico de 2023”**. En este sentido, el secretario ha puesto como ejemplo el aumento del gasto turístico de los visitantes internacionales respecto al del período anterior, que ha pasado de 16.659 M€ en 2022 a 21.200 M€ en 2023, es decir, un 27% más. El gasto medio por persona también ha crecido respecto al 2022 y sobrepasa la cifra histórica del año 2019. Estas cifras sitúan el 2023 como el año de consolidación de la recuperación del turismo en Cataluña.

Cataluña ha liderado las llegadas de turistas internacionales en el Estado, con un 20% del total. En este sentido, el secretario de Empresa y Competitividad ha hecho referencia a los esfuerzos que está realizando el sector turístico para distribuir las llegadas a lo largo de todo el año. Esto es posible gracias a un cambio en el comportamiento de la oferta, más comprometida con la desestacionalización, ofreciendo más de un 7% de plazas de alojamiento en los meses de octubre, noviembre y diciembre que en años anteriores. Asimismo, en cuanto a la desconcentración territorial, el turismo en las comarcas de interior ha ganado peso ligeramente respecto a la costa, pasando del 13,5% en 2019 al 15% en 2023 del volumen de turismo.

Según Castellanos, **“hemos marcado un rumbo hacia un turismo de mayor calidad; existen indicadores que nos hacen saber, por ejemplo, que hay visitantes que cada vez están más interesados por el turismo interior. Por lo tanto, estamos satisfechos**

**porque estos datos marcan una tendencia a la que políticamente nos comprometimos con la aprobación del Compromiso Nacional por un Turismo Responsable”.**

Referente a los mercados de procedencia, Francia sigue encabezando las llegadas de los visitantes extranjeros, con 3,8 millones de turistas; seguido del Reino Unido, con 2 millones, aunque todavía se encuentra ligeramente por debajo de las cifras de 2019, afectada por la situación económica del país y las fluctuaciones de cambio de moneda. Sin embargo, el mercado británico ha mejorado las cifras respecto al año 2022 (un 26% más). El primer mercado no europeo es Estados Unidos.

### **La Copa América 2024, protagonista del stand de Cataluña**

El stand de Cataluña dispone de un espacio de 725 m<sup>2</sup> con la oferta de las 9 marcas turísticas y 48 coexpositores entre empresas y entidades del sector turístico catalán.

[En este enlace podrás consultar el listado de coexpositores](#)

Este año, los visitantes encontrarán un gran espacio dedicado a la Copa América Barcelona 2024, donde está expuesta una embarcación similar a las que participarán en esta competición de repercusión internacional. Las personas que visiten el stand podrán vivir una experiencia inmersiva de realidad virtual en la que se simula la sensación de estar dentro de uno de los monoscafo durante la regata.

La Copa América supone una gran oportunidad para Cataluña para consolidar su posicionamiento también como un referente mundial en turismo deportivo. Y no solo como emplazamiento para la celebración de grandes pruebas internacionales, sino también como anfitriona para aficionados y clubs, como, por ejemplo, los náuticos, que buscan en el territorio instalaciones de calidad para la práctica de diferentes deportes. Se trata de un tipo de actividad que se desarrolla a lo largo de todo el año, según su modalidad deportiva.

Asimismo, la Copa América tiene un efecto tractor para diversas industrias catalanas vinculadas a ella, la llamada *economía azul*. En el caso del turismo, favorece la aparición y desarrollo de experiencias de turismo náutico y de turismo azul en el territorio. Algunas de ellas son la reactivación de la red de Estaciones Náuticas de Cataluña, la puesta en marcha de paquetes turísticos de turismo náutico a lo largo de toda la costa y el incremento de oferta en actividades, como campus internacionales de vela, kayak de mar, surf de remo, submarinismo, remo o natación en aguas abiertas, entre otros.

### **Cataluña presenta la primera marca sonora de un destino**

El stand catalán también cuenta con una [experiencia de realidad virtual](#) para presentar la [marca sonora de Cataluña](#). Esta iniciativa ayuda a fortalecer el destino, reconocido en los principales mercados internacionales de proximidad, y la dota de nuevo significado para seguir siendo relevante entre los potenciales turistas de todo el mundo.

Las personas asistentes a la feria pueden experimentar en primicia, con unas gafas de realidad virtual y unos auriculares con cancelación de sonido, los elementos gráficos y sonoros que configuran la identidad de la marca Cataluña. Utilizando el recurso del

## Oficina de Comunicació



Comunicat de Premsa

*trencadís*, ya característico de su identidad gráfica, los elementos del logo van cambiando de posición para explicar la esencia del país formando: un patín catalán (para representar la costa, la cultura y el deporte), un porrón con un *calçot* (para identificar la gastronomía), la montaña de Montserrat (para mostrar la identidad cultural y la naturaleza) y un *castell* con la *enxaneta* haciendo la aleta (para representar el patrimonio inmaterial del país). Todo esto, está acompañado de una banda sonora que remite a elementos en los que la tradición y la modernidad están en equilibrio.

## Síguenos en las redes

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