

NOTA DE PRENSA

Turisme de Barcelona encabeza una misión de promoción en EE.UU

- **El consorcio de promoción viaja a EE.UU para reforzar el destino Barcelona y Cataluña**
- ***Roadshow* en San Francisco, Los Ángeles y Chicago para presentar una oferta de ciudad y territorio con valores de cultura, autenticidad, sostenibilidad y diversidad**
- **EE.UU se sitúa como el principal mercado emisor internacional en Barcelona y que cuenta con un gasto más elevado**

Barcelona, 14 de febrero de 2018. – **Turisme de Barcelona** viaja esta semana a Estado Unidos con la Agencia Catalana de Turismo y la Diputación de Barcelona, en una misión de promoción de Barcelona y Cataluña, que tiene el objetivo de reforzar el posicionamiento de los destinos para transmitir un mensaje de normalidad y tranquilidad.

El *roadshow* pasa por Chicago, San Francisco y Los Ángeles, de las que estas dos últimas ciudades han estrenado este año 2017 vuelos directos hacia Barcelona operados por *Norwegian Air*.

El objetivo del viaje es reforzar el posicionamiento de los destinos Barcelona y Cataluña y transmitir un mensaje de normalidad, por lo que es significativa la colaboración institucional con la ACT, Diputación y Turespaña.

Para las empresas, este *roadshow* les significa promover su oferta a través de una plataforma con la experiencia y el conocimiento de **Turisme de Barcelona** y la ACT a través de una propuesta aglutinadora que pone en relieve valores como la cultura, la autenticidad, la sostenibilidad y la diversidad.

El mercado norteamericano

Estados Unidos es el segundo mercado emisor de turismo en volumen de gasto, sólo por detrás de China. En 2016, más de 2 millones de americanos eligieron España como destino para pasar sus vacaciones, siendo Cataluña la comunidad autónoma preferida, concentrando el 43,1% del total de las visitas.

En Barcelona, en 2016, 762.000 turistas americanos se alojaron en hoteles de la ciudad. En 2017, con datos todavía provisionales, ha habido un incremento de este mercado de un 11%, con lo cual EE.UU se vuelve a situar como principal mercado emisor internacional hacia Barcelona, por delante del Reino Unido. Sólo supera a Estados Unidos el mercado doméstico, es decir, visitantes del resto de España.

Para gasto, los americanos gastan de media en Barcelona 234 € diarios, una cifra muy superior a la de los mercados europeos tradicionales (Francia 148,4 €, Italia 147,3 €, Reino Unido 177,4 €). Algunas de las principales motivaciones a la hora de viajar son: las visitas a los principales monumentos y turismo cultural; el *shopping*; y el turismo rural, ideal para la estrategia de descentralización *Barcelona és molt més*.

Cabe destacar el interés de este mercado por el turismo gastronómico. Este es el mercado más importante para este segmento a nivel mundial. El turista con este perfil gasta en España 390 € de media en gastronomía. España es uno de los países mejor posicionados en turismo gastronómico y Cataluña lidera el gasto en gastronomía, con un 21,7% del total.

Empresas, negocio y conocimiento

Entre las empresas que viajan con **Turisme de Barcelona** hay cinco operadores culturales, como son Barcelona Obertura, Icono Serveis Culturals, Casa Vicens, Casa Batlló y La Pedrera. Además, viajan operadores de establecimientos hoteleros como las cadenas H10, Derby y Nuñez i Navarro, así como Hilton, Sol VIP Travel además de la Associació del Passeig de Gràcia o Renfe-SNCF. Bodegas Torres y *Norwegian Air* se han añadido a la misión como sponsors del *roadshow*. En cada ciudad se han organizado sesiones de trabajo *-workshops-* y de aprendizaje *-learning sessions-* con el objetivo de combinar negocio y conocimiento.

Así, en cada una de las ciudades se convoca un **Workshop** con operadores y agentes estadounidenses y una sesión de aprendizaje para las empresas de Barcelona y Cataluña para profundizar en el conocimiento de los mercados objetivo. Las sesiones son de temas monográficos entorno el viaje, la importancia de la experiencia y los retos de la industria turística con

intervenciones de expertos y visitas a empresas o lugares de interés, como por ejemplo el edificio sostenible de la *California Academy of Sciences*, para incidir en el caso de estudio sobre infraestructura sostenible.

Para más información:

Lali Ferrando lferrando@barcelonaturisme.com 93 368 97 00 / 646 467 715