



XXXV edición del WTM de Londres, del 3 al 6 de noviembre 2014

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo prevé alcanzar la cifra de 15 millones de turistas británicos en 2014

- Para la temporada de invierno 2014/2015 (octubre -marzo), España consolida su posición de liderazgo en este mercado: 1 de cada 3 viajes de los turistas británicos tendrá como destino España.
- El Reino Unido se mantiene como el principal mercado emisor hacia España, con más de 12,3 millones de turistas, un 5,6% más, y un gasto de 10.439 millones de euros, un 6,9% más, entre enero y septiembre. En 2013, llegaron 14,3 millones de viajeros británicos.
- España participa en la WTM, una de las principales ferias turísticas del mundo, con 2.000 metros cuadrados y 334 expositores. El pabellón de Turespaña, con una superficie de 1.001 metros cuadrados, aloja a 30 empresas y 14 destinos turísticos.
- El ministro José Manuel Soria ha destacado la enorme fidelidad de los británicos hacia España, que en un 85% repiten la visita y en un 42% nos visitan incluso diez veces.

03.11.14. El ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, ha participado hoy en la XXXV edición de la World Travel Market (WTM), una de las principales ferias turísticas del mundo, que se celebra en Londres hasta el 6 de noviembre. En esta edición, la WTM cuenta con la participación de más de 136 países expositores y en ella se dan cita más de 50.000 profesionales del sector turístico y 3.000 medios de comunicación de todo el mundo.

En el marco de la feria, el ministro Soria ha subrayado que el Reino Unido conserva su posición como principal emisor hacia España y que, de mantenerse la tendencia lograda hasta la fecha, en 2014 se alcanzaría la cifra de 15 millones de turistas británicos al final del año.

En un encuentro previo mantenido por el ministro Soria con agentes del sector turístico británico, los touroperadores han valorado muy positivamente el proceso de reformas que ha llevado a cabo el Gobierno de España que han llevado a nuestro país a cifras positivas de crecimiento económico.

Los británicos eligen España como destino turístico

En 2013, los turistas británicos llegados a España fueron 14,3 millones, es decir, el 23% del total de llegadas a nuestro país, y gastaron 12.000 millones de euros. En lo que va de año, se han experimentado importantes incrementos, tanto en el gasto, de un 7% más, como en las llegadas, con un incremento del 5,6%.

La imagen de España como destino seguro para los británicos, su evolución hacia un destino *beach plus* (oferta de sol y playa con actividades complementarias), la recuperación de la demanda a niveles anteriores a la crisis y el indiscutible liderazgo español en verano, con una cuota de mercado del 36,2%, y también en invierno, con un 33,4%, avalan estas perspectivas, afirmó el ministro, quien se refirió también a la enorme fidelidad de los británicos hacia España, que en un 85% repiten la visita y un 42% repiten incluso diez veces.

Para la temporada de invierno, la mayor parte de las reservas de paquetes tendrán Canarias como destino, concretamente el 25,3% de ellas, reflejo de la capacidad adicional aérea que registra el archipiélago, 45.037 nuevos asientos más que en 2013.

José Manuel Soria ha destacado, durante su intervención, "la política de diversificación turística que está llevando a cabo el Ministerio de Industria consiguiendo, concretamente en este mercado, que se sientan atraídos por la enorme diversidad de nuestro país".

Así, la razón del éxito de la oferta española se basa en una equilibrada mezcla de calidad y garantía en el disfrute de productos turísticos muy variados, como el cultural, gastronómico, deportivo, de ocio, etc. que se ofrecen a lo largo de todo el año.

Es el resultado de una oferta promocionada desde Turespaña siguiendo la estrategia de marketing diseñada tras los resultados del estudio demoscópico realizado por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, que va más allá del tradicional sol y playa, al que se añaden motivaciones para viajar a España fuera de temporada alta, descubriendo lugares desconocidos, a veces a escasa distancia de dichas playas.

La presencia española en la feria ocupa 2.000 metros cuadrados en los que se encuentran 334 expositores distribuidos en 18 stands. El pabellón del Instituto de Turismo de España (Turespaña) en la presente edición tiene una superficie de 1.001 metros cuadrados, en los que se albergan comunidades autónomas, ayuntamientos, entidades oficiales, cadenas hoteleras, agencias de viaje, compañías aéreas y otras. En él, están representadas 30 empresas y 14 destinos turísticos con mostradores.

El Reino Unido elige un año más España como primer destino

El Reino Unido mantiene un año más su condición de primer emisor de turistas hacia España, principal destino vacacional para los británicos, como demuestran los datos de llegadas de los nueve primeros meses del año. Fueron 12.358.931 los turistas que eligieron nuestro país entre enero y septiembre de 2014, con un incremento del 5,6% y un peso sobre el total de llegadas a España del 23,6%.

En cuanto a la forma de organización del viaje, entre enero y septiembre del 2014 fueron 7.898.273 los turistas británicos que eligieron viajar a España sin paquete turístico, con un aumento interanual del 4,8%, es decir, el 63,9% del total, mientras que el grupo que prefirió viajar con paquete turístico, 4.460.658 turistas, aumentó un 6,9% con respecto al mismo período del año 2013

Por otra parte, las pernoctaciones totales de los turistas británicos en los nueve primeros meses del 2014 fueron 109.350.583, y experimentaron una subida del 6,6%, que llega al 16,3% en los viajes entre 16 y 30 noches, y al 9,5% en los viajes de 2 a 3 días. Le sigue el aumento del 6,4% en los viajes de 8 a 15 noches, por lo que se afianza la tendencia del último año de realizar viajes de mayor duración.

123 nuevas rutas entre Reino Unido y España en 2014

Durante 2014 han sido 123 las nuevas rutas que se han añadido a la red de conexiones entre el Reino Unido y España, cuyos vuelos operan desde 29 aeropuertos británicos a 28 aeropuertos españoles.

Además, los datos de los nueve primeros meses de 2014 muestran un incremento en la ocupación con un dato récord, ya que generalmente los vuelos a España tienen una ocupación media del 85% y en ese periodo ha sido del 87,72%.

Promoción de España

A partir de noviembre de este año, el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, a través de Turespaña, va a realizar una potente campaña publicitaria en los principales medios online del mercado británico, con visuales de la campaña I Need Spain, con el objetivo de reforzar el liderazgo de nuestro país.

Durante 2014 y dentro del Plan Estratégico de Marketing 2012-2016 de Turespaña, la Oficina Española de Turismo en Londres ha seleccionado 10 productos prioritarios en los que ha centrado su esfuerzo de marketing: sol y playa plus, turismo cultural, urbano, gastronómico, circuitos, rural y naturaleza, golf, MICE, de estudios y viajes de interés especial.

En total se realizarán 241 actividades promocionales, entre las que figuran 81 viajes de prensa, 48 viajes de agentes, 22 jornadas, 30 acciones de formación al canal y 56 acciones de marketing y comunicación a consumidor final y medios. Estas acciones han generado hasta el momento un valor publicitario superior a los 9,3 millones de euros (7,4 millones de libras). Se ha realizado también una guía de viajes con la prestigiosa revista Monocle, y una guía de turismo gastronómico con la revista Food&Travel.

Desde hace tres años el foco estratégico de la Oficina de Turespaña en Londres está puesto en el marketing on-line y de contenidos, para lo que se ha desarrollado un ecosistema digital que engloba el portal mercado UK, un Social News Hub para medios digitales y blogueros y una creciente presencia en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), en las que se ha conseguido un importante crecimiento orgánico y un alto nivel de interacción (engagement).

En esta línea se sitúa el lanzamiento de una revista digital, pionera en el sector turístico, *SPN, inspired by Spain*, que a través de sus secciones de viaje, arte, música, gastronomía, moda y viajes, muestra una imagen moderna y poco convencional de España (www.spnmagazine.com).

Esta información puede ser usada en parte o en su integridad sin necesidad de citar fuentes

Foro Financial Times "Investing in Gran Canaria"

El ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, participará mañana, martes 4 de noviembre, a las 09:00, en el foro organizado por el Financial Times sobre "Investing in Gran Canaria – The Bussiness Hub between Europe and Africa".