

Catalunya promociona la seva oferta turística al mercat nord-americà

written by David Folch | 17 de novembre de 2021

El Departament d'Empresa i Treball, a través de l'Agència Catalana de Turisme (ACT), ha impulsat el reStart USA, una missió comercial de l'oferta catalana al mercat nord-americà. Una delegació formada per una desena d'empreses catalanes s'ha desplaçat a Nova York per donar a conèixer les seves propostes a operadors turístics i premsa especialitzada en viatges i *lifestyle*. Posteriorment, la comitiva viatjarà cap a Miami (Florida) per presentar l'oferta catalana en aquest estat. En total, s'establiran contactes amb 50 periodistes i 90 operadors. Aquesta acció finalitzarà el proper 18 de novembre.

Es tracta de la primera gira de presentacions presencial post pandèmia que es fa als Estats Units, un mercat estratègic per a Catalunya. Per aquest motiu, s'ha volgut aprofitar que des de principis de mes els ciutadans europeus ja poden entrar al país per comunicar que la nostra destinació està oberta, funcionant i preparada per rebre el viatger nord-americà tant a Barcelona com a Catalunya.

Cal destacar l'increment significatiu que s'ha produït en les arribades de turistes nord-americans a Catalunya des de juny de 2021, quan es van obrir les fronteres espanyoles per aquests viatgers. En aquest sentit, es va passar de menys de 2.000 turistes al mes (gener-maig) a 32.000 a l'agost. Segons el director de l'Agència Catalana de Turisme, Narcís Ferrer i Ferrer **“això indica que hi ha ganes de viatjar i que l'interès per la nostra destinació continua, tot i la incertesa del moment”**.

Pel director de l'Agència Catalana de Turisme, Narcís Ferrer i

Ferrer, les missions comercials **“són un instrument clau de promoció, ja que són un gran aparador per a l'establiment de contactes, el coneixement de l'oferta sectorial, el llançament de projectes o la difusió d'informació, creant importants oportunitats de negoci”**.

L'Agència Catalana de Turisme aprofitarà aquesta acció per presentar al mercat nord-americà el Grand Tour de Catalunya, un producte sorgit durant la covid-19 que s'adequa a les preferències i tendències dels nous viatgers post pandèmia. Per Ferrer, aquest nou producte **“representa el model turístic sostenible que s'impulsa des de Turisme de la Generalitat de Catalunya, ja que distribueix els visitants de forma equilibrada per tot el país, és divers en productes i experiències de qualitat, i és apte per descobrir la destinació durant tot l'any”**. A més, segons el representant de l'ACT, el Grand Tour de Catalunya **“convida a fer una estada llarga a la nostra destinació i, això, va en sintonia amb el turisme responsable que hem de potenciar en els mercats de llarga distància”**. Per aquesta presentació s'ha creat una instal·lació d'art immersiva amb imatges i il·lustracions de Catalunya que recorren la destinació seguint els diferents trams i les icones incloses al Grand Tour de Catalunya. D'aquesta manera, els assistents podran viure una experiència sensorial que els traslladarà imaginàriament a Catalunya.

Les empreses participants en aquesta acció, que s'ha organitzat cooperadament amb Turisme de Barcelona i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, són: H10 Hotels, Hotel Claris and Spa, Hotel Majestic, Hotel Camiral 5* at PGA Catalunya Golf and Wellness, Monument Hotel, Barcelona Art of Travel, Corredor Mató, Freixenet, Aborígens i Associació Passeig de Gràcia.

Un mercat estratègic per a Catalunya

Durant els últims mesos, des de l'Agència Catalana de Turisme s'han impulsat una sèrie d'accions per mantenir la visibilitat

i posicionar Catalunya davant els consumidors i els intermediaris americans. Al maig i juny es van organitzar *webinars* adreçats a operadors turístics i agències de viatges nord-americanes que van comptar amb la participació de més de 500 persones.

Els mercats internacionals tenen un gran pes en el sector turístic català. Abans de la pandèmia, suposaven uns 21.000 milions d'euros i proporcionaven més del 85% de la despesa turística. **"D'aquí la importància de recuperar tan aviat com sigui possible aquest públic, ja que és clau per a reactivar un dels principals motors de l'economia catalana"**, afirma el director de l'ACT.

Totes aquestes iniciatives formen part del pla de reactivació del turisme a Catalunya, dotat amb 6,5 milions d'euros i format per més de 30 accions.