



La Secretaria de Estado de Turismo invierte en promocionar Barcelona internacionalmente como destino de negocio y compras

- Se destinarán 800.000 euros para la realización de acciones de promoción en Alemania, Francia, Italia, Reino Unido, China y Corea
- La campaña se llevará a cabo durante la temporada otoño-invierno

18.11.08. El secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, ha suscrito hoy en Barcelona un acuerdo de colaboración con el presidente y el vicepresidente de Turisme de Barcelona, Joan Gaspart y Jordi William, respectivamente, con el objetivo de realizar de forma conjunta acciones de promoción que favorezcan el posicionamiento internacional de Barcelona.

La campaña, con un presupuesto global de 800.000 euros cofinanciados al 50% por ambas partes firmantes, se centrará en la promoción de Barcelona en dos aspectos concretos, el turismo de ciudad ('citybreak') y el turismo de reuniones, incentivos y congresos en la temporada otoño-invierno.

Con estas campañas de refuerzo fuera de la temporada estival, se pretende avanzar en la desestacionalización en dos segmentos que están experimentando incrementos significativos: un 5% de subida en negocios y más de un 20% en el segmento de compras en lo que va de año.

Bajo el lema *¡Sonríe! estás en Barcelona*, y a través de dos visuales – negocios y compras-, la campaña se difundirá hasta primeros de diciembre tanto en mercados de proximidad: Alemania, Francia, Italia y Reino Unido, como en países emergentes: China y Corea. El público objetivo de esta acción promocional serán personas entre 35 y 55 años y turistas de negocios.

La mitad de la inversión prevista, es decir, 400.000 euros, se destinará a medios on-line y la otra mitad a diarios y revistas. Asimismo, se dedica el 62,5% del presupuesto a los mercados europeos y el 37,5% restante a la zona de Asia-Pacífico.

En cuanto a los formatos que recogerán esta campaña, en China y Corea se optará por prensa diaria y revistas. En Alemania y Reino Unido sólo se invertirá en medios on-line y, por su parte, en Italia se optará por ambos medios, off y on-line.