

Alemania, Gran Bretaña, Francia, Italia, Holanda y los países nórdicos son los principales objetivos

La Comunidad de Madrid y Turespaña se unen para promocionar el turismo de calidad en grandes países europeos

- El director general de Turismo, Carlos Chaguaceda, ha destacado la importancia de atraer a un turismo que gasta más en destino y consume productos locales

8 de mayo de 2017.- La Comunidad de Madrid y Turespaña han llegado a un acuerdo para poner en marcha una estrategia turística conjunta destinada a los grandes países europeos, con el objetivo de mejorar el perfil del visitante medio y captar el turismo más rentable y de calidad que llega a nuestro país y a la región atraído por las experiencias diferenciadas.

Esta estrategia, puesta en marcha tras analizar los 17 principales mercados europeos y centrada en los mercados alemán, británico, francés, italiano, holandés y nórdico, se concretará en un gran encuentro que tendrá lugar el próximo mes de septiembre en Madrid y al que acudirán cerca de doscientos agentes turísticos de estos países.

En dicho encuentro, la Comunidad de Madrid y los grandes destinos (la capital, los tres municipios patrimonio de la humanidad, Alcalá, Aranjuez y San Lorenzo del Escorial) junto a lo más granado del sector turístico, museos, hoteles, restaurantes, actividades de todo tipo... podrán presentar y explicar sus méritos y “productos turísticos” de una manera directa.

Los estudios de Turespaña indican que en Europa se producen unos 75 millones de viajes de este turismo de calidad y que la cuota de nuestra capital, aunque es la más elevada de España, aún tiene recorrido. En este sentido, cabe destacar que España sólo se atrae 7,5 millones de estos viajes, por lo que las posibilidades son enormes.

El público objetivo total son unos 25 millones de europeos que realizan unos tres o cuatro viajes al año, de perfil urbano, pero muy concienciados con asuntos relacionados con accesibilidad y sostenibilidad. El gasto estimado de estos viajeros es de unos 80.000 millones de euros y además son viajeros que luego tienen gran influencia en su país de origen.



Oficina de Comunicación

El director general de Turismo de la Comunidad de Madrid, Carlos Chaguaceda, ha destacado hoy la importancia de atraer a este tipo de turismo de calidad que gasta más en destino, está más interesado en los productos locales y tiene una motivación de sostenibilidad económica y social.