

## NOTA DE PRENSA

### **LAS CIUDADES PATRIMONIO SE PROMOCIONAN ESTASEMANA EN LOS ESTADOS UNIDOS Y JAPÓN**

#### **Chicago y Tokio, nuevos escenarios para difundir los destinos patrimoniales en los mercados americano y asiático**

Ávila, 21 de septiembre de 2018.- El Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad promociona estos días las 15 ciudades que integran la red en los mercados americano y asiático, en sendas acciones comerciales organizadas en colaboración con el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de Turespaña, el organismo encargado de la promoción de España en el exterior.

#### **FERIA JATA DE TOKIO**

El Grupo participa esta semana en la feria JATA de Tokio 2018, la feria de turismo más importante de Japón, que se celebra del 20 al 23 de septiembre en la capital nipona. Las 15 ciudades inscritas en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO ofrecen su riqueza turística, patrimonial y cultural en un espacio propio dentro del stand de Turespaña, al frente del cual se encuentra Patricia Hernández, Técnico de Turismo de la red.

Además, las ciudades han tenido la ocasión participar en una presentación de mercado con un importante turoperador japonés junto con la Asociación Hispano-japonesa de Turismo y de mostrar sus destinos a agentes, turoperadores y profesionales del sector turístico en un workshop organizado Oficina Española de Turismo en Tokio y en diversas reuniones durante los días de celebración del evento. El certamen está organizado por la Asociación Japonesa de Agencias de Viaje y ofrece un escaparate al mundo de doble vertiente: abierta a profesionales los dos primeros días, y al público en general durante el fin de semana. Japón es uno de los mercados internacionales prioritarios para el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España.

#### **El mercado emisor japonés:**

Según los datos de JapanNationalTourismOrganization, en 2017 los viajes al extranjero del mercado japonés ascendieron a 17,89 millones. Según el JTB Report de 2017, Europa fue el tercer destino internacional en importancia y el primero entre los destinos lejanos (14,6%) seguida a bastante distancia por Estados Unidos (6,9%).

El perfil del turista japonés responde a personas de edad media, con un poder adquisitivo medio-alto, interesados en la cultura y la tradición local y que están muy influidos por la seguridad a la hora de elegir destino. Los productos turísticos más demandados por parte de los turistas japoneses que viajan al exterior son la

contemplación de la naturaleza, visitar lugares emblemáticos y la oferta culinaria. Las principales razones a la hora de elegir España como destino son el patrimonio cultural, el turismo urbano y la gastronomía. El viajero japonés en España se caracteriza por combinar diferentes ciudades españolas, en ocasiones también con otros países cercanos como Portugal, Francia e Italia, dedicando uno o dos días a cada una de ellas. Según datos de Turespaña, en el año 2017 nos visitaron 442 mil turistas japoneses, lo que supone un 0,5% del total de turistas recibidos. El gasto que realizaron ascendió a 915 millones de euros, aportando un 1,1% al total de gasto de los mercados emisores. Las pernoctaciones hoteleras, que ascendieron a 1,1 millones, mostraron un crecimiento del +5,3% respecto al año anterior (estimación Turespaña). Por otra parte los pasajeros que viajaron en vuelos procedentes de Japón se vieron incrementados en un 388%. Cabe destacar que hasta 2015, España no disponía de vuelos directos con Japón, situación que cambió en octubre de 2016 con la inauguración de la ruta Madrid-Tokio de Iberia, y que a partir del próximo octubre pasará de 3 a 5 frecuencias semanales (AENA).

## **CHICAGO**

En paralelo a la presencia del Grupo en Japón, las acciones de comercialización se centran en Estados Unidos, en donde se han presentado las novedades de su oferta turística y cultural de las 15 ciudades al sector profesional del turismo estadounidense. El acto, celebrado en el Instituto Cervantes, ha sido organizado por la Oficina de Turismo de España en Chicago en el marco del convenio de colaboración del Grupo de Ciudades Patrimonio con el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo/Turespaña para la promoción internacional de las 15 ciudades españolas inscritas en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO. Cerca de 60 representantes de agencias de viajes, turoperadores y medios de comunicación ha conocido de primera mano estos destinos patrimoniales, la red AVE y las posibilidades de alojamiento en los establecimientos de la red de Paradores.

El Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad ha estado representado en esta ocasión por la técnico de Turismo de Cuenca, Ana Chacón, quien ha destacado los valores de las 15 ciudades del Grupo como poseedoras de una riqueza patrimonial única y su imagen como destinos de primer orden dotados de una excelente oferta turística, gastronómica y cultural, así como la variada agenda de eventos que a lo largo del año ofrecen las Ciudades Patrimonio. El objetivo de la acción comercial es convertir la oferta patrimonial de las 15 ciudades UNESCO en un destino novedoso y atractivo para los viajeros estadounidenses.

### **El mercado emisor estadounidense:**

Aunque para el mercado americano el turismo no es considerado una prioridad y los viajes internacionales de los estadounidenses están limitados por la fuerte competencia del mercado doméstico, los escasos días de vacaciones, el bajo

porcentaje de la población con pasaporte (44%) y el hecho de que la mayoría de los viajes al extranjero son a los países vecinos, el flujo de turistas estadounidenses hacia nuestro país viene encadenando veinte meses de crecimiento ininterrumpido.

El aumento de la conectividad aérea y tarifas históricamente bajas derivadas de la entrada en operación de compañías de bajo coste en el largo radio, unido a que no es necesario visado para viajar a nuestro país para estancias menores a 90 días, son algunos de los factores detrás del crecimiento de éste mercado.

Adicionalmente, el buen funcionamiento del mercado laboral, la confianza de los consumidores situada en niveles previos a la crisis y el nivel de renta personal son datos que contribuyen a que los estadounidenses estén viajando más.

En el año 2017 visitaron España 2,7 millones de turistas estadounidenses, lo que representa un crecimiento del +32,4% respecto al año anterior. El gasto, 4,764 millones de euros, también mostró un importante avance (+25%), así como las pernoctaciones hoteleras (+14,9%). Los gastos medios por persona y día ascendieron a 1.798 y 246 euros respectivamente, mientras que la estancia media se situó en 7,3 noches (INE y estimación Turespaña). El perfil del turista estadounidense que visita nuestro país, responde a personas con estudios superiores, de entre 25 y 44 años y que viaja generalmente en familia, pareja o solitario. La principal motivación es el ocio (82% del total), seguida de los viajes de trabajo y negocios (9%). Pernoctan mayoritariamente en hoteles (72%) y fundamentalmente viajaron sin paquete turístico (81%). Entre las principales actividades que realizan en España, se encuentran las visitas culturales (67%), compras (62%) y visitas a ciudades (59%). El acumulado del primer semestre de 2018 arroja cifras muy positivas, mostrando un avance del +11,1% en el flujo de turistas, del +10,6% en el gasto y del +3,7% en las pernoctaciones hoteleras (INE).

Esta acción comercial conjunta de **Grupo de Ciudades Patrimonio, Paradores y Red de Ciudades Ave** en el mercado estadounidense, se enmarca dentro de la intensa línea de colaboración con diferentes entidades para desarrollar acciones de fomento del turismo cultural y que se concreta en presentaciones internacionales, organización de viajes de familiarización para periodistas, agentes y turoperadores, concursos y campañas de marketing, promociones y ofertas para el público.

Se da la circunstancia de que tanto el Grupo de Ciudades Patrimonio como Paradores están celebrando en 2018 sus aniversarios, 25 y 90 años, respectivamente. Esta presentación enmarca también en la celebración del Año del Patrimonio Cultural Europeo.

## **PLAN OPERATIVO DE TURISMO DEL GRUPO CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD DE ESPAÑA**

El Plan Operativo del Grupo para 2018 continúa con la línea de promoción, representación y comercialización de las 15 Ciudades bajo el sello de calidad

excepcional que otorga formar parte de la lista de Patrimonio Mundial de UNESCO. En esta ocasión, el Plan está marcado también por las celebraciones del 25 Aniversario de la creación del Grupo e incluye celebraciones y acciones conmemorativas especiales. 2018 es además el Año Europeo del Patrimonio Cultural.

Además de llevar a cabo diversas presentaciones directas y exposiciones, a lo largo del año está previsto participar en los principales eventos y ferias nacionales e internacionales del sector, tanto en los principales mercados emergentes como en los más consolidados; Fitur (Madrid), Salon des Vacances (Bruselas), ReisenHamburg (Hamburgo), SalonMondial du Tourisme (Paris), ITB Berlín y WTM Londres, ITB Asia (Singapur), JATA Tokio y CITM China entre otras.

**EL GRUPO DE CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD DE ESPAÑA** es una asociación sin ánimo de lucro creada en el año 1993 cuyo objetivo es actuar de manera conjunta en la defensa y la promoción cultural y turística del patrimonio de las 15 ciudades que lo componen, cuyos cascos históricos han sido reconocidos por la UNESCO como Patrimonio Mundial: **Alcalá de Henares, Ávila, Baeza, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza/Eivissa, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de la Laguna, Santiago de Compostela, Segovia, Tarragona, Toledo y Úbeda.**