

## **Turisme de Barcelona encabeza una misión de promoción en Moscú**

- **La entidad presenta en el mercado ruso un nuevo formato de promoción personalizada basada en la experiencia singular**
- **El consorcio despliega la actividad promocional con experiencias que refuerzan la identidad del destino Barcelona**

**Barcelona, 2 de febrero de 2018.** – **Turisme de Barcelona** viajará la próxima semana a Moscú en una misión de promoción pensada para el mercado ruso que después de algunos años de descenso se está volviendo a recuperar y que por sus características es estratégico para Barcelona y su entorno.

La iniciativa forma parte de la nueva estrategia que el Consorcio ha puesto en marcha a través de un formato de promoción mucho más segmentado y personalizado para potenciar la cultura y los valores que conforman la identidad de Barcelona y de Cataluña. El objetivo; transferir conocimiento y sensibilidad hacia el destino para potenciar los efectos positivos del turismo. Se trata de poner en valor aquellas experiencias que fomentan el turismo de calidad, y en especial en un tipo de turismo cultural con interés para conocer las costumbres y las tradiciones de la cultura catalana. Teniendo como referente a Pablo Picasso, se incidirá en la oferta cultural y gastronómica que apuesta por la autenticidad y en aquellas experiencias de Barcelona orientadas a un público con capacidad de gasto elevado.

La acción promocional supera el formato clásico del “famtrip” para empezar el viaje en la misma ciudad de origen. Así, **Turisme de Barcelona** se desplaza a Moscú para recoger en origen los agentes que viajarán a Barcelona y los acompaña durante todo el viaje hasta el retorno. Con este mismo objetivo de empezar a vivir la experiencia incluso antes de llegar a Cataluña, se busca un referente como por ejemplo un restaurante, en este caso el restaurante

*Pub Lo Picasso*, un espacio gastronómico en el centro de la capital rusa donde los participantes degustarán platos típicos de la gastronomía catalana rodeados de un entorno *picassiano*. Justo después de la comida, los agentes irán directamente al aeropuerto para empezar a vivir la “Barcelona Experience” a partir de aquellas experiencias que ofrezcan la visión de Barcelona como destino integral de calidad y con un producto muy esmerado. Estas experiencias incluirán visitas a locales tradicionales de Barcelona, actividades culturales o catas de vinos de las diferentes DO a las bodegas de los entornos. Entre estas actividades, destaca la ruta Picasso, que recuperará el hilo iniciado en Moscú y mostrará los rincones que frecuentaba el pintor de adolescente cuando conoció Barcelona: una etapa que marcó la personalidad de la obra del artista sin la cual no se puede entender la rotura con las normas académicas y el inicio del cubismo.

En Moscú, **Turisme de Barcelona**, acompañado del centro de promoción turística de la ACT en la capital rusa, visitará algunos de los principales operadores del país que canalizan gran parte de la demanda y trabajan diferentes segmentos de turismo de ocio. El objetivo es presentar las novedades de Barcelona y el territorio para superar la visión del destino de “sol y playa” y visualizar el destino cultural con valor añadido. Entre los diferentes operadores, **Turisme de Barcelona** ha establecido contactos con operadores y agentes orientados al visitante de más poder adquisitivo con el cual se pretende incrementar el volumen de gasto y la estancia media. Según las últimas estadísticas, el mercado ruso ocupa la tercera posición en volumen de gasto y respecto el año anterior (2016) ha aumentado un 50% con una media de gasto diario de 467,08€.

### **Mercado estratégico**

Rusia se perfila como un mercado estratégico de cara a 2018. Después de algunos años de retroceso, la recuperación de la llegada de visitantes rusos se ha consolidado el 2017 con un crecimiento del 20% respecto el año anterior. En número de pernoctaciones el mercado ruso ocupa la 8a posición (401.549 pernoctaciones en hoteles) y en número de visitantes la 9a (160.937) con una estancia mediana de 2,5 noches. Con esta acción se pretende dar a conocer Barcelona y Cataluña más allá del destino de solo y playa preferida por el mercado ruso y posicionar Barcelona como destino integral de gastronomía y cultura.

### **Para más información:**

Lali Ferrando [lferrando@barcelonaturisme.com](mailto:lferrando@barcelonaturisme.com) 93368 97 00 / 646 467 715