



NOTA DE PRENSA

Turismo del Ayuntamiento de Madrid participa en esta cita líder de la industria turística europea que permite difundir la imagen de la capital en el mercado británico e internacional

Madrid exhibe sus atractivos turísticos y culturales en la World Travel Market

- La ciudad dispone de un espacio expositivo propio, dentro del stand de Turespaña y compartido con la Comunidad de Madrid, en el que está acompañada por dos empresas madrileñas del sector turístico
- La feria londinense es el mejor escenario para dar a conocer internacionalmente una de las señas de identidad de Madrid, su hospitalidad y carácter acogedor. Un atributo que ha inspirado el nuevo icono gráfico de la ciudad
- Coincidiendo con su presencia en la World Travel Market, Madrid participó, el pasado viernes, 2 de noviembre, en el *workshop* Global European Marketplace (GEM), que organiza la European Tourism Association (ETOA)
- Para el destino Madrid es fundamental seguir reforzando su imagen en Reino Unido, tercer mercado emisor de turismo extranjero a la capital
- La participación en la Virtuoso Travel Week on Tour de Bruselas y en unas Jornadas Directas de Turespaña en Corea y Japón, la asistencia a la asamblea anual de la asociación de turoperadores norteamericanos (USTOA), la organización del webinar “Madrid en familia”, una campaña promocional con Iberia en Tokio y la colaboración en cuatro viajes de familiarización son otras de las acciones de promoción internacional que Turismo del Ayuntamiento pondrá en marcha durante todo el mes de noviembre

Madrid, 05-nov-‘18

La ciudad de Madrid vuelve a estar presente en una de las citas líder de la industria turística europea. Turismo del Ayuntamiento de Madrid participa en la feria World Travel Market (WTM), que se celebra en Londres desde hoy y hasta el 7 de noviembre. La asistencia a este encuentro permite difundir la calidad y diversidad de la oferta turística y cultural madrileña en Reino Unido, tercer mercado emisor de turismo extranjero a la capital. Una apuesta por poner en valor los atributos que convierten a la ciudad de Madrid en un destino urbano de referencia en España, en Europa y en todo el mundo ante los profesionales del sector turístico británico y también internacional.

Madrid Destino

Dirección de Comunicación
Señores de Luzón, 10, 1ª planta
28013 Madrid

Tel: +34 91 578 77 58
email: comunicacion@esmadrid.com



NOTA DE PRENSA

Colaboración público-privada

La ciudad de Madrid dispone de un espacio expositivo propio, ubicado dentro del stand de Turespaña, que comparte con la Comunidad de Madrid y en el que mantendrá numerosos encuentros de trabajo a lo largo de estas tres jornadas. En su apuesta por la colaboración público-privada, Turismo del Ayuntamiento está acompañada en este espacio por dos empresas madrileñas, un establecimiento hotelero, el hotel Hospes Puerta de Alcalá, y una DMC (Destination Management Company), Truly Spain Experiential Travel, como ejemplos de la profesionalidad del sector turístico de la ciudad.

Madrid te abraza

Además de dar a conocer las últimas tendencias del sector, Turismo del Ayuntamiento hará hincapié en la difusión de las novedades culturales, gastronómicas, comerciales y de ocio de la capital, así como de los principales eventos que acogerá en 2019, sus productos y servicios turísticos. La World Travel Market será también el mejor escenario para dar a conocer a nivel internacional el nuevo icono gráfico de la ciudad. Un icono que refleja la capacidad de acogida del destino Madrid, a través del símbolo más representativo de la hospitalidad: el abrazo. Porque Madrid es una ciudad de carácter integrador en la que todo el mundo se siente como en casa y es bien recibido sea quién sea y venga de donde venga. Una nueva iconografía que lanza un claro mensaje: *Madrid te abraza*.

Durante estas tres jornadas, se tendrá la oportunidad de valorar el nivel de conocimiento sobre el destino de agentes de viaje y turoperadores, descubriendo sus necesidades e intereses y favoreciendo la puesta en marcha de futuras acciones y colaboraciones con muchas de las compañías e instituciones participantes. La edición 2017 de World Travel Market reunió a más de 5.000 expositores de 182 países, más de 50.000 profesionales de turismo de más de 38 sectores y cerca de 2.8 billones de libras esterlinas de volumen de negocio.

Global European Marketplace

Coincidiendo con su presencia en esta feria londinense, la ciudad de Madrid participó, el pasado viernes, 2 de noviembre, en el *workshop* Global European Marketplace (GEM), que organiza cada año la European Tourism Association (ETOA), asociación de la que Turismo del Ayuntamiento es miembro afiliado. Un taller de trabajo que reúne anualmente a 800 delegados de la industria del turismo y que permitió mantener más de una veintena de reuniones con agentes de viaje y turoperadores británicos y compartir las novedades de la ciudad.

Mercado británico

Para el destino Madrid es importante seguir reforzando su presencia en el mercado británico, dando continuidad a las acciones realizadas en este país a lo largo de estos últimos años, ya que Reino Unido se sitúa en el *top five* de mercados emisores de turismo internacional a la capital. En 2017, más de 357.000 británicos visitaron Madrid. De enero a septiembre de 2018, el turismo británico en la ciudad de Madrid ha descendido levemente, registrándose la llegada de 268.685 visitantes (-3,6%), que han generado 612.067 pernoctaciones (-4,6%).



NOTA DE PRENSA

Más acciones de promoción de Madrid

Como parte de la estrategia de promoción internacional del destino Madrid, Turismo del Ayuntamiento también participará este mes en otros encuentros profesionales del sector turístico, como la Virtuoso Travel Week on Tour Brussels o unas Jornadas Directas de Turespaña en Corea y Japón.

El primero, que se celebrará los días 13 y 14 de noviembre en Bruselas, permitirá seguir difundiendo la imagen de Madrid como destino turístico *premium* entre agentes de la red Virtuoso de Grecia, Reino Unido, Irlanda, Italia, Alemania, Suiza, Bélgica o Suecia. Organizadas por Turespaña, las Jornadas Directas en Corea y Japón (del 26 al 29 de noviembre) estarán orientadas al turismo *premium* y en ellas se mantendrán reuniones con unos 150 agentes y turoperadores de Seúl, Osaka y Tokio. Una cita clave para dar a conocer las conexiones aéreas directas entre Madrid y Tokio y Seúl y difundir las novedades de la agenda cultural madrileña.

Otras de las acciones previstas es la asistencia a la asamblea anual de la asociación de turoperadores norteamericanos United States Tour Operators Association (USTOA), que tendrá lugar del 27 al 30 de noviembre en Phoenix (Arizona) y en la que Madrid tendrá una amplia presencia gracias a la emisión de un video promocional y a la distribución de materiales a los 660 asistentes de la asamblea en una reunión previa a la sesión inaugural.

En su apuesta por el impulso a la formación de los profesionales del sector turístico, Turismo del Ayuntamiento organizará, el próximo día 8 de noviembre, el webinar “Madrid en familia”, con el objetivo de formar a agentes de viaje que comercializan el destino Madrid sobre el calendario cultural y de ocio de la ciudad, las experiencias, novedades y recursos que ofrece la capital a sus visitantes.

Fruto del acuerdo de colaboración con Iberia, y con motivo del segundo aniversario de la reapertura de la ruta Tokio-Madrid y de su aumento de tres a cinco frecuencias semanales, se pondrá en marcha una campaña publicitaria del destino Madrid e Iberia en soportes exteriores del centro financiero de Tokio, medios de transporte, la revista Ronda Iberia y medios *online*. Dicha campaña se iniciará en noviembre y tendrá un mes de duración.

A lo largo de todo este mes también está prevista la colaboración de Turismo del Ayuntamiento en cuatro viajes de familiarización, dos de ellos promovidos por las agencias de receptivo Tailored Spain y Made for Spain & Portugal, otro por la OET de Tokio y Asiana Airlines y el último por la OET de Lisboa. En ellos, los agentes de viaje participantes, que procederán del mercado norteamericano, japonés y portugués, podrán conocer *in situ* los atractivos turísticos, culturales y gastronómicos de la ciudad de Madrid./