



XXXVI edición de la WTM de Londres, del 2 al 5 de noviembre

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo prevé un aumento de turistas británicos en 2015

- De mantenerse la tendencia actual, 15,5 millones de turistas británicos visitarán España este año.
- Entre enero y septiembre de este año, el gasto total de los turistas británicos se ha incrementado un 10,5%, al alcanzar los 11.535 millones de euros.
- Para la temporada de invierno 2015/2016, España consolida su posición de liderazgo: 1 de cada 3 viajes de los turistas británicos tendrá como destino España.
- El ministro José Manuel Soria destacó la elevada fidelidad del turista británico hacia España. Un 82% repiten la visita y un 40% nos han visitado siete veces o más.

03.11.15. A su regreso de La Habana, el ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, ha participado hoy en la XXXVI edición de la World Travel Market (WTM), una de las principales ferias turísticas del mundo, que se celebra en Londres hasta el 5 de noviembre. En esta edición, la WTM cuenta con la participación de más de 186 países expositores y en ella se dan cita más de 50.000 profesionales del sector turístico y 3.000 medios de comunicación de todo el mundo.

En el marco de la feria, el ministro Soria ha subrayado que el Reino Unido conserva su posición como principal mercado emisor hacia España y que, de mantenerse la tendencia actual, 15,5 millones de turistas británicos visitarán nuestro país este año.

España es un año más el destino vacacional líder en el Reino Unido

En 2014, los turistas británicos llegados a España fueron 15 millones, el 23,1% del total de llegadas a nuestro país, y gastaron 12.740 millones de euros.

En los nueve primeros meses de 2015, el Reino Unido mantiene su condición de primer emisor de turistas hacia España, con 12.740.337 turistas británicos, un incremento del 3,1%, y un peso sobre el total de llegadas a España del 23,4%. Más importante aún, el gasto crece el triple que las llegadas, un 10,5%, apoyado en una libra que se ha apreciado un 7% respecto del euro en los últimos 12 meses.

Para el ministro Soria, estas cifras avalan la imagen de España como destino seguro para los británicos, su evolución hacia un destino *beach plus* (oferta de sol y playa con actividades complementarias), la recuperación de la demanda a niveles anteriores a la crisis y el indiscutible liderazgo español en verano (con una cuota del mercado organizado del 38,2%) y también en invierno (con un 36% de cuota). El ministro también se refirió a la enorme fidelidad de los británicos hacia España, que en un 82% repiten visita y un 40% ha estado siete o más veces.

En cuanto a la forma de organización del viaje, entre enero y septiembre del 2015 8.229.049 los turistas británicos eligieron viajar a España sin paquete turístico, con un aumento interanual del 4,2%, es decir, el 64,6% del total, mientras que el grupo que prefirió viajar con paquete turístico, 4.511.287 turistas (35,4%), aumentó un 1,2% con respecto al mismo período del año 2014.

45 nuevas rutas aéreas entre Reino Unido y España en 2015

En 2015 se han añadido 45 nuevas rutas aéreas a la amplia red de conexiones entre el Reino Unido y España, que conecta 27 aeropuertos británicos con 28 aeropuertos españoles.

Además, los nueve primeros meses de 2015 muestran un incremento en la ocupación aérea (*load factor*) que ha pasado del 87,7% al 90,85%, un dato récord.

Perspectivas temporada de invierno 2015-2016

Las perspectivas para la temporada de invierno son magníficas. La capacidad aérea se incrementa un 12,6% y las reservas de paquetes hacia España están un 12% por encima de las del pasado año. Canarias es, un

año más, el principal destino beneficiado, y su cuota de mercado del total de viajes organizados en invierno crece hasta el 26,7%. Ello es reflejo de la capacidad adicional aérea que registra el archipiélago, con 210.148 nuevos asientos más que en 2014.

Promoción de España en Reino Unido

Dentro del plan de marketing de Turespaña para el Reino Unido en 2015, la Oficina Española de Turismo en Londres realizará un total de 200 actividades de promoción: 66 viajes de prensa, 59 viajes de agentes, 13 jornadas de trabajo, 24 acciones de formación al canal y 38 acciones de marketing y comunicación a consumidor final y medios. Como resultado de las acciones con medios realizadas, ya se han publicado 203 artículos con un valor publicitario equivalente de 6.5 millones de libras.

En las acciones a público final se han alcanzado ya casi dos millones de consumidores finales. El foco estratégico sigue estando en el marketing on-line y de contenidos con una creciente presencia en redes sociales (Facebook, 172.000 fans, Twitter, 31.500 seguidores e Instagram, 66.000 seguidores), en las que se ha conseguido un importante crecimiento orgánico y un alto nivel de interacción (engagement) y la publicación cuatrimestral de la revista digital "SPN, inspired by Spain", (www.spnmagazine.com).

Presencia española en la feria

La presencia española en la feria ocupa 2.226 metros cuadrados, en los que se encuentran 334 expositores distribuidos en 19 stands. El pabellón del Instituto de Turismo de España (Turespaña) en la presente edición tiene una superficie de 1.001 metros cuadrados, en los que se albergan comunidades autónomas, ayuntamientos, entidades oficiales, cadenas hoteleras, agencias de viaje, compañías aéreas y otras. En total, en el stand de España están representadas 32 empresas y 13 destinos turísticos.

Durante su estancia en la WTM el ministro Soria ha tenido un encuentro con los medios de comunicación británicos y españoles acreditados en el evento. Después ha procedido a visitar los diferentes stands de comunidades autónomas. Por último, tiene previsto asistir a la recepción que ofrece el Embajador de España en Reino Unido a las empresas españolas y operadores británicos relacionados con España.

El miércoles por la mañana, antes de regresar a Madrid, mantendrá un desayuno de trabajo con los representantes de los tour operadores que trabajan con nuestro país.