



Feria internacional de turismo ITB Berlín

Álvaro Nadal constata en Alemania la buena marcha de los nuevos productos turísticos españoles

- El ministro de Energía, Turismo y Agenda Digital ha visitado la feria internacional de turismo ITB Berlín y se ha reunido con los principales operadores turísticos del país
- España ha comenzado a dirigirse a un perfil de visitante más interesado por el turismo urbano, cultural, deportivo, medioambiental o de naturaleza. Las reservas de este tipo de turista se han incrementado más de un 10%

08.03.17. Los nuevos productos turísticos con los que España está diversificando su oferta están teniendo muy buena acogida entre el público alemán. Se trata de productos más sofisticados y que aportan valor añadido como el turismo urbano, cultural, medioambiental, deportivo o de naturaleza, tal y como ha explicado el ministro de Energía, Turismo y Agenda Digital, Álvaro Nadal, en una rueda de prensa posterior a su visita a la feria internacional de turismo ITB Berlín. Este tipo de reservas se han incrementado desde Alemania más de un 10% en esta temporada turística.

El ministro, acompañado por la secretaria de Estado de Turismo, Matilde Asián, y el director general de Turespaña, Manuel Butler, ha realizado esta mañana un recorrido por la feria y ha visitado diversos *stands* de varias comunidades autónomas o el de Turespaña. Con una superficie de 649 metros cuadrados, éste acoge a 12 comunidades y a 14 entidades y empresas españolas hoteleras, agencias de viajes y transportistas. Asimismo, el ministro ha conocido de primera mano el trabajo que están realizando startups tecnológicas españolas relacionadas con el turismo.

Álvaro Nadal ha acudido además a un almuerzo con los principales operadores turísticos del país y esta tarde mantendrá reuniones con el presidente de TUI Group, el principal turoperador mundial, y el de Thomas Cook Group, el principal turoperador en el mercado británico.

Nuevo perfil de turista

Pese a la coyuntura favorable que vive el sector turístico, éste se enfrenta a retos muy importantes y a un turista cada vez más exigente y crítico. En el caso del visitante alemán, que tiene a España como destino principal de vacaciones, hasta la fecha se ha caracterizado por su elevada estacionalidad (fundamentalmente de julio a septiembre) y la concentración geográfica. El objetivo es, según el ministro, dirigirnos a aquellos turistas que no sólo buscan sol y playa, sino a un perfil de visitante más sofisticado, de mayor valor añadido, y más interesado por el turismo cultural, urbano, las compras, la cultura, los museos, la enogastronomía y la vida nocturna.

Para ello, España tiene que ofrecer nuevos productos basados en la calidad y variedad de su oferta. Nadal ha señalado que España seguirá apostando por la renovación de los destinos maduros de sol y playa, ya que gozan de prestigio en el mercado alemán, pero ha destacado que existen destinos en el interior de nuestro país con una oferta muy atractiva para este nuevo perfil de turista.

Turismo alemán

Alemania es el tercer mercado emisor de España por número de llegadas internacionales, tan sólo por detrás de Reino Unido y Francia, y el segundo mercado en gasto. En el año 2016 nos visitaron cerca de 11,2 millones de turistas alemanes, lo que representa el 14,8% del total de turistas recibidos. Su gasto total fue de 11.078 millones, el 14,3% del total. Asimismo, los gastos medios por persona y día ascendieron a 990 y 118 euros respectivamente.

El país también se sitúa en segundo lugar en cuanto a pernoctaciones hoteleras, con un 22,8% del total. En 2016 se registraron crecimientos tanto en el flujo de turistas (+6,4%) como en el gasto (+5,3%) y en las pernoctaciones hoteleras (+6,6%).