



La Generalitat promueve 3.000 entrevistas de negocios entre empresas turísticas catalanas y operadores turísticos internacionales

- **En el marco del “Buy Catalunya”, 170 operadores turísticos de 36 mercados internacionales se han reunido con más de 200 empresas y entidades del sector turístico catalán para comercializar su oferta.**
- **En esta quinta edición han participado empresas catalanas con un perfil segmentado que comercializan productos muy especializados.**
- **Este año cabe destacar la participación de nuevos mercados, especialmente del sudeste asiático y de las ex-repúblicas soviéticas.**

La Agencia Catalana de Turismo (ACT) organizó el 9 de octubre en el Palacio de Congresos de Cataluña el “Buy Catalunya”, el encuentro comercial más importante del año dónde 170 operadores turísticos de 36 mercados internacionales se reunieron con más de 200 empresas y entidades del sector turístico catalán para conocer su oferta y posteriormente comercializarla en sus países. En total se produjeron más de 3.000 entrevistas, el objetivo de las cuales fue generar negocio entre las entidades catalanas y los operadores turísticos invitados.

Los 170 operadores turísticos participantes en esta edición proceden de los mercados siguientes: Alemania, Argentina, Armenia, Australia, Austria, Azerbaiyán, Bielorrusia, Bélgica, Brasil, Canadá, Corea del Sur, Dinamarca, Eslovaquia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Hong Kong, Hungría, la India, Italia, Japón, Kazakstán, Lituania, Moldavia, Países Bajos, Polonia, Reino Unido, República Checa, Rusia, Singapur, Suecia, Suiza, Taiwán, Ucrania y China. En esta quinta edición cabe destacar que han participado nuevos mercados, especialmente del sudeste asiático y de ex-repúblicas soviéticas.

Cataluña, una oferta turística especializada a la búsqueda de la excelencia

En lo referente a los participantes catalanes, este año se han buscado empresas con perfil segmentado que comercialicen productos muy especializados. Así, han asistido al Buy Catalunya 2014 empresas como “Barcelona Sports Trips”,



■ **Comunicado de prensa** ■

especializada en tenis y golf; “Kabi by Edurne Pasaban”, que organiza viajes de senderismo y turismo de naturaleza; “Barcelona Special Traveler”, íntegramente dirigida a viajeros con discapacidades; o “Goes Travel”, que hace paquetes a medida para escuelas, estudiantes, universidades, etc. También cabe destacar la presencia de algunas empresas especializadas en turismo gastronómico y enoturismo, uno de los principales productos que la ACT promociona este año.

Además de las reuniones individuales para hacer negocio, las empresas catalanas que han querido, han tenido la oportunidad de participar en una de las cinco presentaciones ante operadores turísticos, que la ACT ha organizado alrededor de cinco temáticas diferentes: Costa Catalana, Interés especial, Itinerarios culturales, Itinerarios de enoturismo y gastronomía, y Naturaleza y aventura. Esta acción consiste en que las empresas e instituciones catalanas presenten durante un minuto su producto y oferta turística ante un grupo de operadores turísticos interesados en el segmento que trabajan.

La Agencia Catalana de Turismo organiza el Buy Catalunya bianualmente, gracias a la su red de Oficinas de Promoción Turística en el exterior que trabaja durante todo el año directamente en los mercados emisores. Esta cita ya se ha consolidado como una de las acciones promocionales más potentes dentro del plan de soporte a la comercialización dirigida a los empresarios del sector catalán.

Conocer el destino

Previamente al encuentro comercial, el 7 y 8 de octubre los operadores turísticos participantes han tenido la oportunidad de conocer la oferta turística catalana “in situ” a través de diversos viajes de familiarización.

Así, los operadores se han distribuido en grupos para participar en los diez viajes de familiarización organizados por la ACT, centrados en diferentes productos y visitando las 9 marcas turísticas catalanas. Los programas temáticos son: enoturismo cerca de Barcelona; arte y enoturismo; turismo familiar; turismo urbano con AVE; turismo activo; turismo gastronómico en la Costa Dorada; turismo gastronómico en las Tierras del Ebro; turismo de naturaleza; patrimonio cultural; Barcelona y Costa Barcelona.

El “Buy Catalunya” cuenta con el apoyo de las siguientes empresas y entidades: Patronato de Turismo Costa Brava Girona, Patronato de Turismo de la Diputación de Lleida, Patronato de Turisme de la Diputación de Tarragona, Diputación de Barcelona, Turismo de Barcelona, Torisme Val d’Aran, FC Barcelona, Circuito de Barcelona-Catalunya, La Roca Village, Qatar Airways, Vueling, Iberia, Estrella Damm, PortAventura, Abertis, Renfe, Torres, Sixt Rent a Car, Avant Grup, Palacio de Congresos de Cataluña, Codorniu, Torre Catalunya, Catalonia Hotels & Resorts, i Desigual.