



MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, TURISMO  
Y COMERCIO



INSTITUTO DE  
TURISMO DE ESPAÑA

COMUNICATO  
STAMPA

## La Spagna alla BMT

***L'outgoing italiano verso la Spagna è aumentato un 7,9% nel 2011.***

***Paradores, l'Ente promozionale della Catalogna e i gruppi turistici Transhotel y Serhs presenti nello stand di Turespaña.***

La Spagna arriva alla BMT con dei dati molto positivi dal mercato italiano. Nel 2011 gli italiani che hanno visitato la Spagna sono stati più di **3,7 milioni, con un aumento del 7,9%** rispetto al 2010, mentre che nei primi due mesi di quest'anno gli italiani in Spagna sono stati 387.872, il 6,6% del totale di turisti stranieri. Italia è, infatti, il quarto mercato outgoing in importanza per la Spagna, dopo il Regno Unito, la Francia e la Germania.

Il mercato italiano del centro-sud e isole è molto importante per la Spagna. Da questa zona proviene più del 41% dell'outgoing e quasi il 39% della spesa turistica. La rete di collegamenti aerei fra la Spagna e l'Italia è fra le più intense in Europa il ché facilita i flussi turistici. Le compagnie aeree low-cost, insieme alle compagnie tradizionali, hanno fatto sì che gli italiani possano raggiungere la Spagna in volo diretto da molte città del centro-sud: *Alghero, Ancona, Bari, Brindisi, Catania, Firenze, Napoli, Perugia, Pisa e Trapani*. Da Roma, ad esempio, oltre ai collegamenti aerei per Madrid e Barcellona, ci sono voli per Bilbao, Ibiza, Malaga, Minorca, Palma, Santander e Valencia; da Pisa, uno degli aeroporti del centro-sud con maggior traffico verso la Spagna, ci si può volare ad Alicante, Fuerteventura, Gran Canaria, Ibiza, Minorca, Tenerife, Valencia, Siviglia e Santander. Insomma, un ampio ventaglio di destinazioni a portata di mano che contribuiscono a rafforzare la leadership della Spagna come destinazione per le vacanze degli italiani.

I collegamenti interni sono anche una carta fondamentale dell'offerta spagnola che può vantare la **rete ferroviaria di alta velocità più importante dell'Europa**.



### **L'importanza della promozione rivolta al pubblico finale.**

**"La Spagna a Roma"**, tradizionale appuntamento con il turista della capitale, cambia formato. Quest'anno si terrà a giugno e si concentrerà in una settimana in cui, oltre alla storica presenza dell'Ufficio Spagnolo del Turismo nella Galleria Alberto Sordi, ci saranno altri punti informativi in centri commerciali e outlets della provincia. La Spagna a Roma non è l'unica azione rivolta al pubblico finale programmata per quest'anno. Già in questi mesi i contatti del Turismo Spagnolo con gli italiani sono stati numerosi: conferenze negli atenei e azioni in collaborazione con l'Istituto Cervantes hanno permesso a tanti potenziali turisti di conoscere meglio la destinazione.

Per completare queste azioni, nel 2012, la Spagna continuerà a sviluppare la sua strategia di comunicazione on line attraverso le reti sociali. In un solo anno, la pagina di Facebook Spagna in Italia, ha raggiunto i 40.000 fans, grazie alla strategia di comunicazione e al concorso "Te gusta la Spagna". Inoltre il paese è presente su altre piattaforme come Twitter e Formspring, con campagne come "Spain: keep sharing", e con il portale [www.ineedspain.com](http://www.ineedspain.com) dove tutti gli "Spain Addicts" possono comunicare le loro esperienze, caricare foto, video, etc.

La Spagna continuerà anche ad appoggiare i turoperator nella vendita del prodotto Spagna attraverso azioni in co-marketing e presentazioni alle agenzie di viaggi.

### **Un turista, un prodotto**

Il balneare per prezzo e qualità è uno dei principali prodotti dell'offerta spagnola. Funziona bene nel centro-sud e in molti casi si propone anche abbinato al culturale, puntando su città come Barcellona, Málaga o Valencia. D'inverno, una delle destinazioni più richieste sono le Canarie. I city break hanno successo tutto l'anno. Inoltre, i voli diretti su alcune zone come le Baleari non solo d'estate, permettono a zone tradizionalmente balneari di incorporarsi all'offerta di turismo di città. Ma non bisogna dimenticare altri segmenti come il turismo gastronomico, il senior, per il quale la Spagna ha un prodotto molto ben strutturato, il congressuale, il turismo sportivo e di natura etc.



MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, TURISMO  
Y COMERCIO



INSTITUTO DE  
TURISMO DE ESPAÑA

Ufficio Spagnolo del Turismo- Roma

Tel. 06/6782976 (stampa)

Fax 06/6798272

[roma@tourspain.es](mailto:roma@tourspain.es)

Ufficio Spagnolo del Turismo- Milano

Tel. 02/875211 (stampa)

Fax 02/72004318

[milan@tourspain.es](mailto:milan@tourspain.es)

[www.spain.info](http://www.spain.info)