



Turespaña considera prioritario el mercado asiático

La campaña de promoción turística internacional 'I need Spain' se presenta en Hong Kong

- España se promocionará en Asia, además, a través de las tiendas Mango.

02.09.10 En el marco de la visita del presidente del Gobierno, José Luís Rodríguez Zapatero, a China, el secretario general de Turismo y Comercio Interior, Joan Mesquida, ha presentado en Hong Kong, la nueva campaña de promoción internacional, bajo el slogan "I need Spain" (Necesito España), que por vez primera está especialmente adaptada al mercado asiático, con visuales y anuncios de televisión específicos.

En este caso, la imagen de España se centrará principalmente en segmentos como las compras, el ocio, la cultura y la gastronomía, adaptando así el producto de nuestro país a la demanda china, que difiere del turismo de sol y playa.

El mercado de Hong Kong será objetivo de España para la promoción turística, trabajo que realizará la recién inaugurada Oficina de Turismo en Cantón. Se trata de un mercado emisor de gran potencial, donde hasta la fecha la actividad promocional de España era reducida.

En este sentido, Mesquida se ha reunido con el máximo responsable de Turismo de Hong Kong, Mr. Philip Yung, para potenciar las relaciones entre ambos mercados y entablar una relación más directa y productiva con sus autoridades en materia turística. Hong Kong Tourism Board es uno de los organismos de promoción turística más avanzados del mundo.

Acuerdo con Mango

Por otro lado, con el objetivo de continuar dando a conocer España como destino turístico en los mercados asiáticos, Turespaña se aliará con la cadena Mango para promocionar ambas marcas de forma conjunta a partir del mes de octubre.

Así, el nuevo claim 'I need Spain' llegará a las tiendas de la cadena de moda Mango en los mercados de Pekín, Shanghai, Hong Kong, Tokio, Singapur, Delhi y Manila. De esta forma, dos marcas españolas unirán fuerzas para afianzarse en uno de los mercados con mayor potencial del mundo.

China está considerada como el mercado turístico con mayor potencial del mundo y de cara al año 2020, según los datos de la Organización Mundial del Turismo, se convertirá en el cuarto principal emisor de turistas a escala global, con aproximadamente 100 millones de turistas.

La región asiática se posiciona como un mercado clave para la promoción turística de España y desde el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio se ha apostado con fuerza por incrementar los esfuerzos en esta zona. Así, las últimas aperturas de oficinas de turismo se han dado en Asia: Singapur, Pekín, Bombay y Cantón, a las que habría que sumar la OET de Tokio.