



Feria World Travel Market

Héctor Gómez destaca en Londres el liderazgo de España como modelo de turismo sostenible y social

- Turespaña encabeza la destacada presencia española en la feria mundial de turismo de Londres. Nuestro país cuenta con 34 participantes entre instituciones públicas y empresas privadas.
- Reino Unido es el principal mercado emisor para España, con más del 20% del total de los turistas recibidos. Los turistas británicos también lideran las estadísticas de gasto turístico.
- Héctor Gómez: “Nuestro país mantiene el liderazgo como destino turístico en el Reino Unido tras la pandemia, y nuestras perspectivas es que continúe siendo así en los próximos años”.

06 de noviembre de 2023.- El ministro de Industria, Comercio y Turismo en funciones, **Héctor Gómez**, ha destacado hoy en Londres, durante la visita a la 44 edición de World Travel Market, la fortaleza y el liderazgo de España como modelo de turismo sostenible y social. El titular de Industria ha recorrido algunos de los principales expositores de la feria, una de las más importantes de para la industria turística mundial y que, como todos los años, cuenta con una nutrida presencia española.

Para Héctor Gómez “nuestro país ha logrado mantener su liderazgo como destino turístico en el Reino Unido tras la pandemia, y nuestras perspectivas es que continúe siendo así en los próximos años”. Gómez ha destacado “la fortaleza de nuestros destinos, que se encuentran en una posición inmejorable a la hora de liderar el cambio de modelo turístico hacia la sostenibilidad y la digitalización, dos de las claves del turismo del futuro”.

La relación turística que tienen España y Reino Unido es de gran relevancia para ambos países. Reino Unido es el principal mercado emisor para



España, con más del 20% del total de turistas recibidos. En los 9 primeros meses del año han llegado a España más de 13 millones de turistas británicos, un 14,6% más que en el mismo periodo de 2022.

Los británicos también son los turistas que más dinero se dejan en España (alrededor de un 20% del total de gasto turístico corresponde a turistas de esta nacionalidad). Hasta septiembre, los británicos gastaron 15.854 millones, un 15% más que en el mismo periodo de hace un año.

España, destino 'tax free'

Además, coincidiendo con la cita londinense, el Instituto de Turismo de España (Turespaña) ha lanzado una campaña de publicidad en Reino Unido para posicionar a España como destino de 'shopping' y recordando a los residentes en las islas que, desde su salida de la Unión Europea, pueden recuperar el IVA de las compras que realicen durante sus vacaciones en España.

Asimismo, Turespaña ha puesto en marcha otra campaña publicitaria internacional para promocionar el 40 aniversario de su logotipo, una obra de Joan Miró que fue el primer símbolo de carácter abstracto usado en el mundo para identificar la marca de un país.

Desde que el artista creara para Turespaña en 1983 este símbolo, conocido como el Sol de Miró, este emblema se ha convertido en una imagen reconocible y reconocida a nivel mundial y ha ayudado a mejorar la reputación del país. Los países destinatarios de esta campaña, con una inversión de 151.000 euros, son Reino Unido, Alemania, Francia, Italia, Estados Unidos y China.

España, referencia en el WTM

World Travel Market es, junto con Fitur (Madrid) e ITB (Berlín), una de las citas imprescindibles para el turismo mundial. Alrededor de 4.000 expositores están confirmados este 2023, un 14% más que en la edición del año pasado, entre los que se encuentran operadores especializados, empresas de alta tecnología y grandes destinos. España, como destino de



Nota de prensa

referencia mundial para la industria turística, cuenta con una presencia destacada en la feria, capitaneada por el expositor de Turespaña, un stand de 660 metros cuadrados con espacios singulares para Comunidad de Madrid, Galicia, País Vasco, Castilla La Mancha y Paradores. En total, España cuenta en esta feria con 34 participantes entre instituciones públicas y empresas privadas.