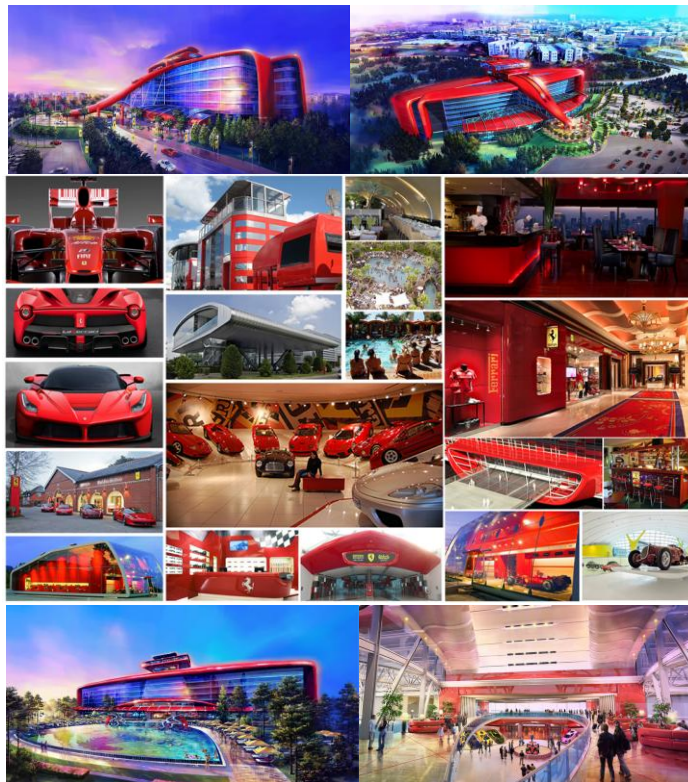


NACE "FERRARI LAND" UN EXCLUSIVO CONCEPTO DE ENTRETENIMIENTO EN EL RESORT PORTAVENTURA



PortAventura, 13 de marzo de 2014. – PortAventura Entertainment S.A.U. ("PortAventura") ha llegado a un acuerdo de licencia con Ferrari S.p.A ("Ferrari") para realizar "Ferrari Land" un nuevo parque temático dedicado al Cavallino Rampante, en el interior del resort y del parque temático PortAventura, situado cerca de Barcelona, España.

Esta nueva área con la marca Ferrari, cuya apertura está prevista en 2016, prevé una inversión total de más de 100 millones de euros. "Ferrari land" ocupará una superficie de 75.000 metros cuadrados y dispondrá de diversas y emocionantes nuevas atracciones para los apasionados de la marca Ferrari de todas las edades, incluido el acelerador vertical más alto y rápido de Europa. Toda la familia podrá vivir y descubrir el mundo Ferrari. La otra gran novedad será el nacimiento del primer hotel temático Ferrari, dentro de PortAventura. Un hotel de lujo de 5 estrellas con 250 habitaciones, restaurantes, tiendas y unas amplias áreas de simuladores de coches de carreras.

Este nuevo partnership entre Ferrari, clasificada como la marca más valiosa del mundo por segundo año consecutivo (de acuerdo con el Global 500 Report, febrero de 2014), y PortAventura (el segundo mayor destination resort de Europa y el primero del Mediterráneo) permitirá al resort reforzar su posición de liderazgo entre los destination resort de Europa y ofrecer a los visitantes una experiencia irrepetible. En este momento PortAventura recibe cada año cerca de 4 millones de personas, de los cuales casi el 50% proviene del mercado internacional.

PortAventura: una estrategia de expansión

A lo largo de los últimos años, PortAventura ha llevado a cabo una estrategia de expansión ininterrumpida con el objetivo de convertir al resort en un gran destino vacacional referente en toda Europa. Para conseguirlo, ha apostado por una estrategia de internacionalización y la incorporación de nuevos proyectos año tras año con una inversión desde 2009 de más de 125 millones de euros.

La construcción de un área infantil, SésamoAventura, fue la primera de estas inversiones en 2011, seguida al cabo de un año por la construcción de Shambhala, la montaña rusa más alta de Europa. En 2013 fue el turno del Costa Caribe Aquatic Park, el parque acuático del resort, que fue ampliado y equipado con nuevas atracciones de record.

Y para este año, está prevista la inauguración de una nueva atracción de referencia: Angkor, una atracción que transporta al visitante a bordo de un barco a través de una frondosa selva llena de retos de aventura. Asimismo, PortAventura dio a conocer recientemente un acuerdo con Cirque du Soleil, la compañía teatral más importante del mundo. Durante los meses de julio y agosto, la compañía canadiense instalará en el resort su carpa para representar uno de sus más celebrados espectáculos: Kooza. El acuerdo también prevé la creación de una posible sede permanente del Cirque du Soleil en el resort en un futuro próximo.

Andrea Perrone, Administrador Delegado de Ferrari Brand, la sociedad controlada por Ferrari que gestiona las actividades relacionadas con la marca, ha dicho: "Después del éxito del Ferrari World de Abu Dhabi hemos recibido muchas peticiones para construir nuevos parques de entretenimiento. Hemos seleccionado con mucha atención las diversas propuestas y hemos decidido aceptar la de Investindustrial porque es un proyecto sólido gestionado por un equipo muy profesional y es la oportunidad de traer el espíritu de Ferrari a España, donde tenemos muchos fans y seguidores, incluyendo a muchos turistas atraídos también por los atractivos de PortAventura destination resort. Este nuevo acuerdo reforzará la marca Ferrari en el ámbito europeo. "Ferrari Land" estará dedicada a toda la familia y a los apasionados de la Fórmula 1. Seguiremos valorando otras propuestas de parques temáticos fuera de Europa, pero sin prisas: la marca es nuestro patrimonio más importante y tenemos que saber ponerlo en valor sin diluirlo".

Sergio Feder, PortAventura Executive Chairman, ha subrayado que: "Desde el principio, siempre hemos tenido clara la voluntad de desarrollar un plan a largo plazo apoyado en marcas internacionales muy conocidas con el objetivo de incrementar el número de visitantes hasta alcanzar los 5 millones anuales y convertir a PortAventura en el mejor destination resort de Europa. Ferrari era una elección obvia para este plan, no sólo por los valores de marca que representa, pero también por su consolidada experiencia en el parque temático Ferrari World Abu Dhabi. Además, para nosotros es motivo de orgullo poder colaborar con una marca tan famosa y que goza de un gran reconocimiento en todo el mundo".





PortAventura

Con una ubicación privilegiada cerca de Barcelona, en España, PortAventura es el segundo mayor destination resort de Europa y el primero del Mediterráneo. Opera un parque temático de 105 hectáreas orientado a las familias, integrado en un destination resort con 4 hoteles temáticos de 4 estrellas con un total de 2.000 habitaciones y un centro de convenciones con capacidad para hasta 4.000 personas. PortAventura recibe cerca de 4 millones de visitas al año que disfrutan de sus 39 atracciones, más de 100 espectáculos diarios, 48 puntos de restauración y 31 tiendas, un área dedicada a los niños y un parque acuático que dispone del tobogán free fall más alto de Europa. Informaciones adicionales en www.portaventura.com

Para más información:

PortAventura

+34 977779117

+34 608512909

Oriol García

oriol.garcia@portaventura.es

