

## La feria EAS reconoce el éxito del modelo PortAventura en Europa

- Paralelamente, la prestigiosa revista especializada en parques temáticos, Kirmes & Parks, ha concedido hoy a PortAventura el premio a la mejor atracción europea 2012 por Shambhala

**Vila-Seca - Salou, 10 de octubre de 2012.** \_ PortAventura protagoniza hoy la apertura de la **European Attraction Show** (EAS), una de las tres grandes citas mundiales del sector y donde participan directivos de los más de 300 parques temáticos y de ocio de Europa. PortAventura ha tomado parte en el llamado "Leadership Breakfast" de la EAS, donde ha presentado las claves de su modelo de éxito, que le ha permitido incrementar medio millón los visitantes en 2011 hasta alcanzar los 3,7 millones de visitas anuales.

Asimismo, la trayectoria de PortAventura también se ha visto reconocida hoy con el premio como **Mejor Atracción Europea 2012** por la construcción de la montaña rusa "Shambhala: Expedición al Himalaya", un premio que otorga la prestigiosa revista profesional de parques temáticos Kirmes & Parks. Sergio Feder, Presidente Ejecutivo de PortAventura, ha destacado la importancia de este reconocimiento comentando que *"en mi larga trayectoria profesional dirigiendo parques temáticos nunca antes había realizado un proyecto como este, que combina a la perfección la esencia de todo lo que debe encontrarse en un parque temático: Una atracción de primer nivel en términos de diseño, un referente europeo gracias a los records que bate y un gran proyecto temático que alberga una zona de más de 14.000m<sup>2</sup> que recrea un reino de leyenda"*. Además, el Presidente ha comentado que *"este proyecto no habría sido posible sin el trabajo e implicación de todo el equipo directivo de PortAventura y el apoyo incondicional de Investindustrial"*.

Durante la feria, PortAventura ha centrado el interés de los medios especializados del sector procedentes de varios países. En este sentido, Giovanni Modena, director de Operaciones del Resort, ha concedido diversas entrevistas presentando específicamente el modelo de gestión integral y todas las innovaciones introducidas para la optimización del parque, tiendas y hoteles. Asimismo, ha comentado nuevos proyectos de esta temporada 2012 como Shambhala, la Escuela de Conducción, la reforma del hotel PortAventura o el parking de autocaravanas.

### El modelo PortAventura

Fernando Aldecoa, Director General de PortAventura, ha realizado la ponencia inaugural, donde ha resaltado la **importancia de la innovación**, una constante en la historia de PortAventura: el proyecto que comenzó siendo un parque de atracciones pronto se convirtió en un destino turístico en sí mismo gracias a la creación de un parque acuático y los dos primeros hoteles. Pronto se adoptó un nuevo enfoque: pasar de ser un parque de atracciones a convertirse en un resort que sea un **destino integral a nivel europeo**. Esta orientación

estratégica se reforzó gracias a la inauguración de un tercer y un cuarto hotel, hasta alcanzar una capacidad de 2.000 habitaciones. “*En el año 2009 PortAventura ya era un parque temático consolidado y empezaba a encaminarse hacia su conversión a resort*”, ha explicado Aldecoa esta mañana.

Ese mismo año 2009, una de las firmas inversoras líderes en Europa, **Investindustrial**, se convirtió en accionista de PortAventura con el firme objetivo de convertirlo en el **mejor destino familiar de Europa**. Siguiendo esta evolución, en 2011 se inauguró la sexta área temática del parque, Sésamo Aventura, que conllevó medio millón de visitantes adicionales. Además, a día de hoy, el 74% de los clientes de PortAventura son familias.

En su objetivo de convertirse en un referente europeo, PortAventura ha dado un paso más en 2012 creando una nueva montaña rusa que ha batido **3 récords europeos**. Shambhala, inaugurada en mayo de este mismo año, se ha convertido en la hypercoaster más alta (76 m), la más rápida (134 km/h) y con la caída más larga (78 m) de Europa. Prueba de su éxito es que más de 1,5 millones de visitantes la ha probado desde su reciente apertura.

En la estrategia de PortAventura es especialmente importante continuar enriqueciendo el producto ya existente. De este modo, los accionistas iniciaron en 2010 **un plan de inversión de 80 millones de euros** a lo largo de cuatro años para desarrollar el área de Shambhala y Sésamo Aventura, pero también para mejorar la oferta de restaurantes, tiendas y espectáculos tanto del parque como de los hoteles. Estos esfuerzos se han visto reflejados también en un **incremento del 15% en la venta de pases de temporada**, llegando hasta los 35.000.

Otro de los pilares básicos en la estrategia de PortAventura ha sido apostar por el crecimiento fuera de las fronteras españolas. Durante el pasado año 2011, el 30% de sus visitantes llegaba de países extranjeros, principalmente Francia, Reino Unido y Rusia (país que a día de hoy supone el 8% del total). Los planes de la compañía pasan por seguir creciendo en el ámbito internacional, e incluso abriendo nuevos mercados como Alemania o Benelux.

### **La European Attraction Show (EAS Berlín 2012)**

**European Attraction Show** (EAS), acoge estos días en Berlín a más de 8.000 asistentes y es **una de las 3 ferias internacionales de parques temáticos y de atracciones más importantes del mundo**. Según los datos de la IAAPA (International Association of Amusement Parks and Attractions) año, Europa cuenta con más de **300 parques temáticos y de atracciones**, que reciben cerca de **150 millones de visitantes**, generando una facturación total en el sector de casi **10 mil millones de euros**. Para la temporada 2012, esta industria **ha invertido más de 400 millones de euros** en mejoras y nuevos proyectos en los diferentes parques.

Para más información: Román y Asociados

934 142 340/ 677 782 370

Sara Cuadrado [s.cuadrado@romanyasociados.es](mailto:s.cuadrado@romanyasociados.es)

Mónica Guerrero [m.guerrero@romanyasociados.es](mailto:m.guerrero@romanyasociados.es)

