



Business & Events

**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 del parque temático PortAventura y próximo al centro de convenciones PortAventura Business & Events, situados ambos 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.

Todos ellos nuevos incentivos también para el centro de convenciones PortAventura Business & Events, que incrementa su versatilidad y oferta de actividades en el parque temático.

**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”.

[www.portaventuraevents.com](http://www.portaventuraevents.com)

Para más información, fotografías, entrevistas o cualquier requerimiento contactar con:

Montse Escobar

[montse.escobar@grey.es](mailto:montse.escobar@grey.es)

Grey

Tel: + 34 977 779 206

Victoria Galván

[victoria.galván@portaventura.es](mailto:victoria.galván@portaventura.es)

PortAventura

Tel: + 34 977 77 92 06

### **Sobre PortAventura Business & Events**

**PortAventura Business & Events**, de referencia en Europa. Un espacio para celebrar **eventos desde 10 a 3.000 personas**. Más que una localización, una solución. Un único interlocutor para todos los servicios y necesidades. Moderno, Internacional y que ofrece un espacio versátil que dispone de las herramientas necesarias para llevar a cabo, con éxito rotundo, cualquier tipo de evento, congreso, convención o incentivo. Su **equipo profesional**, coordina y gestiona cualquier

demanda requerida por el cliente, que encontrará en **PortAventura Convention Centre** el espacio idóneo para cualquier ocasión. Desde su inauguración, en octubre de 2009 ha albergado más de **400 eventos y más de 70.000 personas** que han tomado parte en **convenciones, seminarios, eventos deportivos e incentivos de empresa, tanto de ámbito nacional como internacional**.

Tras una cita inicial caracterizada por su gran alcance internacional, como fue la celebración del Rally RACC Catalunya - Costa Daurada (prueba puntuable para el mundial de rallyes), a lo largo de estos meses ha acogido eventos de índole muy diversa, entre los que destaca el de l'Oréal, quien celebró en las instalaciones durante tres días su décima edición del **L'Oréal Business Forum**. Asimismo, empresas como Torres, Hewlett Packard, Chupa Chups, Novartis, Unilever (Frigo), Privalia, Danone, Repsol, Black and Decker, CocaCola, Orange, Lavazza, Numil Nutrición o Telefónica han escogido a PortAventura para la organización de sus encuentros empresariales. A éstas, hay que sumar otras corporaciones y multinacionales de ámbitos diversos: Laboratorios Abbot Científica, BMW, Seat, Movitel Comunicaciones, Nespresso, Asisa, AUSAPE, Nestlé, Codorniu, Deloitte, Europcar, Opencor, Vodafone, Gas Natural, Adecco, Laboratorios Gebro, Eulen, Levi's, Basf, BBVA, Cadbury, Ericsson, Reckitt Benckiser, Price Waterhouse Cooper, Avenir Telecom, Citroën, Dassault, Peugeot, Sharp entre otras. La versatilidad de **PortAventura Business & Events** ha permitido la organización de **eventos de responsabilidad corporativa** para organizaciones como AFANOC, DOWN...y hasta llegar a ser el escenario del **rodaje** de la película Hijo de Caín. PortAventura Convention Centre dispone, por otro lado, de unos atributos que lo hacen único en el panorama del sector MICE nacional, ya que se trata del único **centro de reuniones profesionales** que cuenta con un parque temático propio: PortAventura Park. A esta ventaja estratégica se le suman otras: 2.000 habitaciones en **4 hoteles de 4 estrellas** (PortAventura, Caribe, El Paso y Gold River), un parque acuático, una completa oferta en **restauración y espectáculos propios, actividades de golf y team building**, así como aperturas de **áreas temáticas del parque** en exclusiva. **PortAventura Business & Events** permite a los invitados vivir experiencias irrepetibles, ya que, además de disfrutar de las **aperturas de áreas en exclusiva**, podrán sentir toda la emoción de este parque de ocio único en el Mediterráneo, con atracciones, espectáculos privados y restaurantes específicos, con el objetivo de preservar la intimidad del evento y dotarle de un valor añadido. Con el fin de facilitar la labor de los organizadores y, de esta manera, adecuar cada evento a lo que se desea transmitir en el mismo, los espacios temáticos a reservar para los eventos son diversos: Far West, México, China y Mediterránea.