

---

# La Xina, mercat emergent prioritari en la promoció turística de la marca Catalunya

**Turisme de Catalunya ha endegat un Pla de Promoció per incrementar el nombre de turistes xinesos. Una de les primeres accions d'aquest pla són les presentacions i els workshops que Turisme de Catalunya organitza aquesta mateixa setmana a Beijing i Xangai, amb una assistència prevista de més de 150 operadors xinesos.**

Dimarts, 14 de març de 2006— Turisme de Catalunya ha posat en marxa un complet pla d'accions per posicionar la marca Catalunya entre els principals destins europeus dels viatgers xinesos. La destinació catalana podria arribar a rebre, en un termini de cinc anys, prop de 200.000 turistes de la Xina, tenint en compte el gran potencial d'aquest mercat emissor que l'OMT situa en 100 milions de viatges l'any 2020.

Un cop es disposa ja de l'enllaç aeri directe amb el gegant asiàtic, aquesta setmana s'ha endegat una de les primeres accions d'aquest pla. Turisme de Catalunya, juntament amb Turisme de Barcelona, presenta l'oferta turística catalana, avui a Beijing i dijous a Xangai, i organitza dos workshops amb més de 150 professionals xinesos. En el decurs d'aquest viatge, Turisme de Catalunya s'entrevistarà també amb els responsables turístics de Xangai i Shouzhou.

En el pla d'accions que Turisme de Catalunya té previst desenvolupar al llarg d'aquest any en aquest país juga un paper clau el Centre de Promoció Turística (CPT) que va començar a funcionar el passat mes de setembre a Beijing, sota la direcció de Naiwang Chen. Des d'aquesta nova oficina, es treballa en l'elaboració d'informes sobre el mercat emissor xinès per obtenir una radiografia de les seves necessitats i adaptar-les a l'oferta catalana.

## **Pla de Promoció de Catalunya a la Xina**

Turisme de Catalunya ha preparat altres accions centrades, bàsicament, en la promoció, la difusió i la formació:



▶ L'organització de 2 viatges de familiarització, 2 viatges de premsa i la participació a la fira CITM, a Xangai, el mes de novembre, entre d'altres.

▶ Acord amb la revista trimestral xinesa *EUROPE Magazine* per la publicació d'una secció fixa sobre Catalunya. Aquesta publicació, amb un tiratge de 50.000 exemplars, és la revista internacional del CNTA (Chinese National Tourism Administration), i es distribueix entre les agències CITS (Chinese International Travel Services), CTS (Chinese Travel Service) i CYTS (Chinese Youth Travel Services), que representen més del 80% de les reserves que es fan a la Xina.

▶ També en el camp editorial, Turisme de Catalunya ha signat un acord amb un grup editorial català per desenvolupar una col·lecció de guies sobre Catalunya en llengua xinesa, en col·laboració amb la Universitat de Guangzhou.

▶ Tenint en compte la mancança de guies turístics preparats per atendre grups xinesos en el seu idioma i coneixedors dels seus costums, Turisme de Catalunya treballa en dos projectes paral·lels per solucionar aquest aspecte, clau en la captació d'aquest turisme:

. Juntament amb la Direcció General de Turisme, i amb la col·laboració de Casa Àsia, es treballa per organitzar un curs de guia oficial en llengua xinesa que permeti els grups de visitants xinesos poder comptar amb guiatge oficial en la seva llengua a l'interior dels monuments.

. Turisme de Catalunya i diverses entitats culturals vinculades al col·lectiu xinès a Catalunya, prepararan uns cursos de guia acompanyant (no oficial) en llengua xinesa, que faciliti la mobilitat de grups de turistes xinesos pel territori català.

### **Primeres passes de Turisme de Catalunya a la Xina**

Ja fa temps que Turisme de Catalunya treballa en la seva aposta per captar turisme xinès amb l'organització de diverses accions promocionals: *roadshows*, viatges de premsa i de familiarització, l'edició en xinès d'una publicació turística i la creació d'una web amb informació de Catalunya específicament per al mercat xinès. Des de fa dos estius, a més, es duu a terme una promoció conjunta amb el F.C.Barcelona, amb presentacions del destí davant premsa especialitzada i operadors xinesos, aprofitant la gran popularitat de què gaudeix el club català.

Altres iniciatives per temptejar el mercat xinès van ser el viatge del director de Turisme de Catalunya, Ignasi de Delàs, l'octubre del 2004, en què va mantenir contactes amb turoperadors i autoritats turístiques d'aquell país; i la participació de



Turisme de Catalunya, per primera vegada, l'octubre de 2005, a la Guangzhou Internacional Travel Fair, fira especialitzada de viatges que té lloc a Canton.

### **Algunes dades sobre el mercat xinès**

Els més de mil milions d'habitants de la Xina resulten un mercat molt atractiu en molts sentits, i en el turístic es convertirà en una de les fonts de turistes més important del món. Segons les xifres de l'Organització Mundial del Turisme (OMT), l'any 2003 la Xina es va convertir en el principal mercat emissor d'Àsia, amb un total de 20,2 milions de viatges a l'estranger. L'OMT, a més, preveu que l'any 2020 arribi als 100 milions.

Els destins més visitats pels xinesos són a l'Àsia i al pacífic (Hong Kong, Macao, Tailàndia i Singapur) mentre que Austràlia i Nova Zelanda són destins d'una popularitat creixent. Pel que fa a Europa, Alemanya, França i Anglaterra són els països que fins ara estan rebent més turistes xinesos. El perfil del turista xinès és un professional o executiu d'entre 35 i 54 anys, que viatge per motius d'oci amb una estada d'aproximadament 11 dies i s'allotja en un hotel de 3-4 estrelles. Els turistes xinesos provenen de les grans ciutats que tenen una renda elevada per càpita com poden ser Beijing, Xangai, Tianjin i Zhejiang.