

■ Comunicado de prensa ■

China, mercado emergente prioritario en la promoción turística de la marca Catalunya

Turisme de Catalunya ha iniciado un Plan de Promoción para incrementar el número de turistas chinos. Una de las primeras acciones de esta plan son las presentaciones y los workshops que Turisme de Catalunya organiza esta misma semana en Beijing y Shangai con una asistencia prevista de más de 150 operadores chinos.

Martes, 14 de marzo de 2006— Turisme de Catalunya ha puesto en marcha un completo Plan de Acciones para posicionar la marca Catalunya entre los principales destinos europeos de los viajeros chinos. El destino catalán podría llegar a recibir, en un plazo de cinco años, cerca de 200.000 turistas chinos, teniendo en cuenta el gran potencial de este mercado emisor que la OMT sitúa en 100 millones de viajes en el año 2020.

Una vez se dispone ya del enlace aéreo directo con el gigante asiático, esta semana se ha realizado una de las primeras acciones de este plan. Turisme de Catalunya, junto con Turisme de Barcelona, presenta la oferta turística catalana, hoy en Beijing y el jueves en Shangai, y organiza dos workshops con más de 150 profesionales chinos. Durante este viaje, Turisme de Catalunya se entrevistará también con los responsables turísticos de Shangai y Shouzou.

En el plan de acciones que Turisme de Catalunya tiene previsto desarrollar a lo largo de este año en este país, juega un papel clave el Centro de Promoción Turística (CPT) que empezó a funcionar el pasado mes de septiembre en Beijing, bajo la dirección de Naiwang Chen. Desde esta nueva oficina se trabaja en la elaboración de informes sobre el mercado emisor chino para obtener una radiografía lo más completa posible de las necesidades de este mercado asiático i adaptarlas a la oferta catalana.

Plan de Promoción de Cataluña en China

Turisme de Catalunya ha preparado otras acciones centradas, básicamente, en la promoción, la difusión y la formación:

■ **Comunicado de prensa** ■

- ▶ La organización de 2 viajes de familiarización, 2 viajes de prensa y la participación en la feria CITM, en Shangai, en noviembre, entre otros.
- ▶ Acuerdo con la revista trimestral china *EUROPE Magazine* para la publicación de una sección fija sobre Cataluña. Esta publicación, con una tirada de 50.000 ejemplares, es la revista internacional del CNTA (Chinese National Tourism Administration), y se distribuye entre las agencias CITS (Chinese International Travel Services), CTS (Chinese Travel Service) y CYTS (Chinese Youth Travel Services), que representan más del 80% de las reservas que se hacen en China.
- ▶ También en el campo editorial, Turisme de Catalunya ha firmado un acuerdo con un grupo editorial catalán para desarrollar una colección de guías sobre Cataluña en chino, en colaboración con la Universidad de Guangzhou.
- ▶ Teniendo en cuenta la falta de guías turísticos preparados para atender grupos chinos en su idioma y conocedores de sus costumbres, Turisme de Catalunya trabaja en dos proyectos paralelos para solucionar este aspecto, clave en la captación de este turismo:
 - . Junto con la Dirección General de Turismo, y con la colaboración de Casa Asia, se trabaja para organizar un curso de guía oficial en idioma chino que permita a los grupos de visitantes de este país contar con guías oficiales en su lengua en el interior de los monumentos.
 - . Turisme de Catalunya y varias entidades culturales vinculadas al colectivo chino en Cataluña, prepararán unos cursos de guía acompañante (no oficial) en lengua china, que facilite la movilidad de grupos de turistas chinos por el territorio catalán.

Primeros pasos de Turisme de Catalunya en China

Ya hace tiempo que Turisme de Catalunya trabaja en su apuesta por captar turismo chino con la organización de diversas acciones promocionales: *roadshows*, viajes de prensa y de familiarización, la edición en chino de una publicación turística y la creación de una web con información de Cataluña específica para el mercado chino. Desde hace dos veranos, además, se lleva a cabo una promoción conjunta con el F.C. Barcelona, con presentaciones del destino ante prensa especializada y operadores chinos, aprovechando la gran popularidad del club catalán.

Otras iniciativas para tantear el mercado chino fueron el viaje del director de Turisme de Catalunya, Ignasi de Delàs, en octubre de 2004, durante el cual mantuvo contactos con turoperadores y autoridades turísticas de aquel país; y la participación

■ **Comunicado de prensa** ■

de Turisme de Catalunya, por primera vez, en octubre de 2005, en la Guangzhou Internacional Travel Fair, feria especializada de viajes que se celebra en Cantón.

Algunos datos sobre el mercado chino

Los más de mil millones de habitantes de China resultan un mercado muy atractivo en muchos sentidos, y en el turístico se convertirá en una de las fuentes de turistas más importante del mundo. Según las cifras de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 2003 China se convirtió en el principal mercado emisor de Asia, con un total de 20,2 millones de viajes al extranjero. La OMT, además, prevé que en 2020 llegue a los 100 millones.

Los destinos más visitados por los chinos están en Asia y en el pacífico (Hong Kong, Macao, Tailandia y Singapur) mientras que Australia y Nueva Zelanda son destinos de una popularidad creciente. Respecto a Europa, Alemania, Francia e Inglaterra son los países que hasta ahora están recibiendo más turistas chinos. El perfil de este turista es el de un profesional o ejecutivo de entre 35 y 54 años, que viaja por motivos de ocio con una estancia de aproximadamente 11 días y se aloja en un hotel de 3-4 estrellas. Los turistas chinos provienen de las grandes ciudades que tienen una renta elevada per cápita como Beijing, Shangai, Tianjin y Zhejiang.

Para ampliar la información:

Gabinete de Prensa y Comunicación

Turisme de Catalunya

Tel.: 93 484 98 89

www.catalunyaturismo.com