
Turisme de Catalunya amplia la seva representació internacional amb un agent promotor a la Xina

L'objectiu de Naiwang Chen Li és augmentar la presència de Catalunya en aquest país asiàtic, considerat un dels mercats turístics emergents amb més potencial emissor.

Dijous, 1 de setembre de 2005.— Naiwang Chen Li es fa càrrec de la representació turística de Catalunya a la Xina. L'objectiu d'aquesta agent promotora és posicionar la marca Catalunya entre els principals destins europeus dels viatgers xinesos.

Aquesta nova representació internacional, ubicada a Pequín, se suma a la que fan els Centres de Promoció Turística de Catalunya que hi ha a França, al Regne Unit, al Benelux, als Països Nòrdics i als Països de l'Est.

Naiwang Chen Li és llicenciada en filologia espanyola per la Peking University i diplomada en comerç exterior d'EADA Barcelona. També ha realitzat cursos de MBA a la Guanghua Business School a la Peking University i d'Història de l'Art en el Coutauld Institute of Art de la University of London.

Des de l'any 1988 s'ha dedicat professionalment a la consultoria d'empreses espanyoles i llatinoamericanes especialitzades en diferents sectors industrials, del turisme i les telecomunicacions per a la Xina. També ha col·laborat en diferents missions empresarials del COPCA.

Algunes de les funcions de Naiwang Chen Li són organitzar i participar en accions de promoció com ara fires i viatges de familiarització amb operadors turístics especialitzats per donar a conèixer els atractius turístics de Catalunya.

Per una altra banda, Chen Li també s'encarregarà de l'elaboració d'informes sobre el mercat emissor xinès amb l'objectiu d'obtenir una radiografia el més completa possible de les necessitats d'aquest mercat asiàtic per adaptar-les a l'oferta catalana. Les primeres línies de treball establertes són identificar publicacions i webs amb informació de Catalunya disponibles en xinès; determinar els organismes públics i privats relacionats amb Catalunya; crear una base de dades amb turoperadors, agències de viatges, mitjans de comunicació especialitzats, etc.; i



establir els productes turístics prioritaris que demanda el turista xinès i què pot oferir Catalunya en aquest sentit.

Turisme de Catalunya a la Xina

Degut precisament a l'interès que desperta aquest mercat asiàtic, Turisme de Catalunya està desenvolupant una activitat promocional especial en aquest país des de fa un temps, com ara *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.

Ja fa dos estius, a més, que Turisme de Catalunya viatja a la Xina, fruit dels acords de promoció conjunta amb el F.C.Barcelona. En aquests desplaçaments, s'han dut a terme presentacions del destí davant premsa especialitzada i operadors xinesos.

Cal destacar també el viatge que el director de Turisme de Catalunya, Ignasi de Delàs, va fer a la Xina el mes d'octubre de 2004, on va mantenir contactes amb turoperadors i autoritats turístiques d'aquell país, i la participació de Turisme de Catalunya, per primera vegada, a la Guangzhou Internacional Travel Fair, fira especialitzada de viatges que té lloc a Canton.

Vols directes

En la promoció que Turisme de Catalunya està fent per atraure turisme xinès és bàsica la posada en marxa dels primers vols directes entre aquest país asiàtic i Catalunya, que, sens dubte, facilitarà l'arribada de turistes xinesos al destí català. La companyia Air Plus Comet va inaugurar el passat mes de juliol un vol setmanal Barcelona-Xangai i, a la tardor, l'oferta s'ampliarà amb una freqüència més. Algunes companyies espanyoles també han manifestat la seva intenció de posar en marxa, a curt termini, enllaços directes entre la Xina i Catalunya.

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



■ **Comunicat** de premsa ■

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.