



■ Comunicado de prensa ■

---

## Turisme de Catalunya organiza una misión comercial en China con diez empresas catalanas

- **Un total de 130 operadores turísticos chinos están convocados a los encuentros comerciales organizados en las ciudades de Beijing, Chongqing y Hangzhou.**
- **El director general de Turismo de la Generalitat de Catalunya, Joan Carles Vilalta, presentará en Shangai la primera guía turística de Cataluña en chino.**

Martes, 13 de marzo de 2007—Turisme de Catalunya empieza hoy en China una misión empresarial con diez empresas turísticas catalanas de los sectores del alojamiento, la intermediación, el transporte y las actividades complementarias, entre otros.

Las ciudades de Beijing (hoy), Chongqing (mañana, 14 de marzo) y Hangzhou (16 de marzo) acogen tres workshops organizados por Turisme de Catalunya donde se han convocado a 130 operadores turísticos chinos. Todas las agencias de viajes participantes, tanto chinas como catalanas, tienen la autorización pertinente emitida por el gobierno de este país para trabajar como emisoras y receptoras, respectivamente.

El objetivo de estas jornadas comerciales es dar la oportunidad a las empresas catalanas de posicionarse en un mercado emisor de gran potencial como es el chino. Turisme de Catalunya tiene presencia estable en este mercado desde el mes de mayo de 2005 con la apertura de un Centro de Promoción Turística en Beijing. Desde esta oficina, se trabaja en la elaboración de informes sobre el mercado emisor chino que permitan obtener una radiografía de sus necesidades y adaptar la oferta catalana.

### Primera guía turística de Cataluña en chino

Estos encuentros profesionales se llevan a cabo una semana antes de la celebración de la feria turística WTF, que se celebra en Shangai del 22 al 25 de marzo. El director general de Turismo de la Generalitat de Catalunya, Joan Carles



■ **Comunicado de prensa** ■

Vilalta, assistirà a este saló donde el mismo día 22 presentará la primera guía turística dedicada exclusivamente a Cataluña en chino.

La publicación es fruto del acuerdo de colaboración entre Now Books (empresa del Grup Cultura 03), Turisme de Catalunya y Jinan University Press. El proyecto se inició en 2006 y Turisme de Catalunya ha participado en las revisiones de contenidos. El objetivo de esta iniciativa editorial es ofrecer, tanto a los turistas como a los profesionales del sector turístico chino, una herramienta de consulta en su propia lengua para conocer los principales elementos de la oferta catalana. Esta guía, además, permitirá ampliar el ámbito de interacción de los turistas chinos con el destino catalán que, actualmente, se basa en la ciudad de Barcelona, haciendo posible el descubrimiento del resto de marcas turísticas.

Una vez formalizadas las correspondientes autorizaciones de publicación por parte del Gobierno chino, los 20.000 ejemplares de la guía serán distribuidos por Now Books, a modo de test de mercado, a través de la editorial de la Universidad de Estudios Extranjeros de Guandong. Inicialmente, la publicación se distribuirá con carácter promocional entre los principales turoperadores chinos y agencias de viajes chinas receptoras. También se hará llegar a la primera promoción de guías turísticos oficiales en lengua china, a instituciones vinculadas a este país y a medios de comunicación especializados y revistas de viajes.

Bajo el título *Barcelona. Las mejores 40 rutas por Cataluña*, la guía está estructurada en itinerarios y orientada específicamente al mercado chino gracias a la colaboración de la Universidad de Guandong. A lo largo de 400 páginas se describen 7 rutas centradas en la capital catalana y 33, dedicadas al resto de Cataluña. Esta fórmula está pensada para vincular la marca que mejor conocen los chinos -Barcelona-, con todo el territorio catalán.

La edición de esta guía así como la organización de los workshops forman parte del plan específico de promoción en la China que Turisme de Catalunya presentó hace ahora un año con el objetivo de incrementar el número de turistas chinos.

El plan contempla diversas iniciativas dentro de los ámbitos de la promoción, la difusión y la formación como la organización de viajes de prensa y familiarización y el acuerdo de colaboración entre la Dirección General de Turismo y la Casa Asia, que ha permitido la titulación de 20 guías oficiales en lengua china.

### **Algunos datos sobre el mercado chino**

Los aproximadamente 1.300 millones de habitantes de China resultan un mercado muy atractivo en muchos sentidos, y en el turístico se convertirá en una de las



■ **Comunicado de prensa** ■

fuentes de turistas más importante del mundo. Según las cifras de la Organización Mundial del Turismo (OMT), China es uno de los principales mercados emisores de Asia, con un total de 31 millones de viajes al extranjero en 2005. La OMT prevé, además, que en 2020 llegue a los 100 millones.

Los destinos más visitados por los chinos son en Asia y 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, Italia y el Reino Unido son los países que por el momento reciben más turistas chinos. Las compras, el paisaje y las tradiciones son algunos de los atractivos que más interesan al turista chino.

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.