



Cataluña recibirá más de 200 vuelos semanales procedentes de los Países del Este

- Cataluña participa en una nueva edición de la feria MITT de Moscú donde se han dado cita los principales operadores turísticos rusos para confirmar la buena marcha de este mercado emisor.
- Les previsiones apuntan que, este año, el destino catalán superará los 745.000 turistas rusos y se incrementarán los de Kazajistán, Bielorusia y Ucrania.
- 20 años después de inaugurar la Oficina de Promoción Turística en Moscú, Cataluña es hoy, a nivel mundial, el tercer destino turístico en las preferencias de los rusos, por detrás de Turquía y Egipto.

Jueves, 21 de marzo de 2013- La directora general de Turismo, Marian Muro, ha anunciado hoy en la feria internacional de turismo de Moscú que ***“según he podido contrastar con los operadores turísticos rusos, las previsiones para esta temporada alta es que Cataluña recibirá más de 200 vuelos semanales procedentes de los Países del Este. Esta cifra duplica los 100 vuelos semanales del año 2011”***.

En el marco de la feria MITT, que tiene lugar esta semana, la directora general y el director de la Agencia Catalana de Turismo (ACT), Xavier Espasa, han mantenido diversos encuentros profesionales con los principales turoperadores rusos. Fruto de estas reuniones, se ha podido confirmar la buena marcha de este emisor hacia Cataluña.

Incremento de turistas de los Países del Este para 2013

Las buenas conexiones entre los Países del Este y Cataluña son un factor clave para el desarrollo del turismo procedente de estos mercados. Espasa ha anunciado que ***“a partir del próximo 1 de mayo, Natalie Tours operará vuelos desde Kazajistán”***.



■ Comunicado de prensa ■

En relación a la llegada de turistas, la previsión para este año es superar la cifra de 745.000 rusos de 2012 en el destino catalán y continuar liderando en España la recepción de turistas de este mercado. Cataluña es el tercer destino turístico en las preferencias de los rusos, por detrás de Turquía y Egipto. Este posicionamiento es fruto de la apuesta estratégica que el Gobierno de la Generalitat, mediante la Agencia Catalana de Turismo, hizo, hace ahora 20 años, con la inauguración de la Oficina de Promoción Turística de Cataluña en Moscú, primer centro de promoción de un destino extranjero en la Federación Rusa.

El mercado ruso está experimentando en Cataluña un crecimiento sostenido con incrementos destacados. El grado de fidelización también aumenta y actualmente hasta el 40 % de turistas rusos que visitan Cataluña son repetidores. La directora general de Turismo ha explicado que, además, ***“gracias a la puesta en marcha del visado múltiple, que permite entrar y salir del país tantas veces como se desee durante dos años, podemos empezar a promocionar las estancias cortas y los city breaks, viajes que no necesitan de una planificación ligada a la expedición de un visado. Esto permite que el turista empiece a a reservar on line por cuenta propia y que el mercado se abra a la desintermediación”***.

Rusia es ya el quinto mercado emisor de turistas hacia Cataluña y cuarto por lo que hace referencia al gasto. Durante 2012 llegaron a Cataluña cerca de 745.000 turistas rusos, cifra que supone un incremento del 50% respecto al año anterior, generando unos ingresos superiores a los mil millones de euros (un 56,8% más respecto a la cifra de 2011). Para 2013 los ingresos también tendrán un comportamiento excelente y si nos atenemos a las previsiones de Rusia, Kazajistán, Bielorusia y Ucrania hacia Cataluña, los ingresos generados podrían llegar hasta los 1.500 millones de euros.

El mercado emisor ruso, estratégico

Rusia es un mercado emisor prioritario para Cataluña. El turista ruso es uno de los mercados que genera más ingresos (su gasto medio de 150 euros/día está por encima de la media) y realiza estancias largas, de unas 12 noches, cifras que lo convierten en un emisor muy atractivo.

Respecto al perfil, el 80% aún llega intermediado y el 70% del turismo ruso que viaja a Cataluña lo hace en familia. Xavier Espasa ***ha destacado que “precisamente el turismo familiar es uno de los productos estratégicos en la promoción que lleva a cabo la Agencia Catalana de Turismo, que ya ha certificado 13 municipios con el sello de especialización Destino de Turismo Familiar”***. Dentro del territorio catalán, sus destinos principales son la Costa Brava, Costa Barcelona, Costa Daurada y la ciudad de Barcelona.



■ Comunicado de prensa ■

Cabe destacar la evolución que ha hecho este mercado en Cataluña. De venir atraído en sus inicios, principalmente por el sol y playa, cada vez más el turista ruso se interesa por otras propuestas como la gastronomía, el shopping, las visitas culturales e, incluso, el turismo de interior y de nieve. Como ejemplo, el director de la ACT ha explicado que ***“el ruso ya es uno de los principales visitantes del Museo Dalí de Figueras, del Gaudí Centre de Reus, de PortAventura y de La Roca Village”***.

Cataluña, pionera en la promoción turística en los Países del Este

Este año, Cataluña participa en la MITT coincidiendo con el vigésimo aniversario de la apertura del Centro de Promoción Turística de Cataluña en Moscú. Con el trabajo realizado desde esta oficina y las buenas relaciones con los diversos turoperadores rusos, se ha ido consolidando el posicionamiento de Cataluña en el mercado ruso. Dentro de España, Cataluña se sitúa como el primer destino para este mercado emisor, con cerca del 70% de los turistas rusos que llegan a España.

La Agencia Catalana de Turismo (ACT), del Departamento de Empresa y Empleo, participa esta semana en la MITT de Moscú, una de las ferias turísticas internacionales de referencia que se celebra del 20 al 23 de marzo. La delegación catalana está encabezada por la directora general de Turismo, Marian Muro, y por el director de la Agencia Catalana de Turismo, Xavier Espasa, que han viajado acompañados de más de 30 empresas e instituciones del sector turístico catalán.

El stand de la Agencia Catalana de Turismo en la MITT tiene 250 m² y se promocionan en él las marcas turísticas catalanas y la diversidad de productos.