

La Generalitat promociona la oferta de turismo cultural de Cataluña en Hong Kong

- La Agencia Catalana de Turismo (ACT) organiza en Hong Kong el SomCultura Tour, una de las acciones de promoción más importantes del Año del Turismo Cultural.
- El mercado chino es uno de los emisores con más potencial de crecimiento y que aporta un alto valor añadido. El año 2018 llegaron a Cataluña más de 295.000 turistas chinos (+17,3%) que generaron un gasto superior a los 620 millones de euros (+101%), doblando el del año anterior.
- Esta acción de la ACT ha contado con la asistencia de casi un centenar de operadores turísticos, medios de comunicación e influenciadores de Hong Kong y de la zona de Guangdong.

Jueves, 1 de agosto de 2019 — En el marco del Año del Turismo Cultural, la Generalitat de Catalunya, a través de la Agencia Catalana de Turismo (ACT), del Departamento de Empresa y Conocimiento, ha presentado en Hong Kong el legado cultural de Cataluña con la celebración del SomCultura Tour.

Ante cerca de un centenar de operadores turísticos, medios de comunicación e influenciadores de Hong Kong y de Guangdong (zona próxima a la ciudad), el director de la ACT, David Font, ha presidido este acto, una de las acciones más potentes que se realizan en el marco de este año temático dedicado a la cultura.

Los asistentes al SomCultura Tour se encontrarán en el parque de atracciones virtual Catalonialand, donde serán “transportados” a nuestro destino para descubrir la oferta cultural y de ocio catalana a través de diferentes atracciones que les harán vivir experiencias interactivas y de realidad virtual: jugar un partido de fútbol en el Camp Nou; hacer su propia obra de arte viajando a un museo catalán; adentrarse en el universo de Legends of Catalonia para enfrentarse con el dragón milenario de la mano de PlayStation, y hacer una cata de las películas en el Festival de Sitges. En el marco del SomCultura Tour en Hong Kong se ha visto el vídeo [“La Ruta de l’Atzar”](#), con el que la ACT promociona el Año del Turismo Cultural. Este vídeo ha recibido numerosos galardones internacionales, entre ellos, el de Mejor film turístico del mundo.

El director de la ACT ha asegurado que **“con esta acción, desde la ACT queremos dar a conocer especialmente y a través de una experiencia inmersiva nuestro patrimonio cultural y gastronómico en un mercado que actualmente ofrece diversas conexiones directas con Cataluña. China es uno de los mercados emisores con más potencial de crecimiento y aporta un importante valor añadido a nuestro sector: es un turista de alto poder adquisitivo que llega a lo largo de todo el año y favorece así la desestacionalización”**.

Catalunya recibe el 45,6% del turismo chino que llega al estado español. El año 2018, llegaron a nuestro destino más de 295.000 turistas chinos, un 17,3% más que en 2017, y generaron un gasto superior a los 620 millones de euros (+101%), que dobló el del año anterior. En cuanto a la evolución del año 2019, de enero a mayo, Cataluña ha recibido más de 135.000 turistas chinos, un 27,2% más que en el mismo período del año anterior.

Los principales motivos a la hora de escoger Cataluña son la cultura, la gastronomía, las compras y los eventos deportivos. En el caso de Barcelona, además, la capital catalana sigue siendo un importante destino para viajes de incentivos.

La ACT dispone de una Oficina de Promoción Turística en Pekín desde el año 2005 que trabaja para posicionar Cataluña en este mercado emisor como destino turístico de calidad.

SomCultura Tour: promoción internacional de la cultura catalana en clave turística

El año 2018 el SomCultura Tour hizo parada en Washington, en colaboración con la Diputación de Barcelona; Hamburgo, junto con el Patronato de Turismo de la Diputación de Lleida; París, con el Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona, y Sídney, con la participación del Patronato de Turismo Costa Brava Girona. Este año, además de Hong Kong, la acción se ha hecho en Valparaíso, con Turismo de Barcelona; en Londres, y está previsto hacerla también en Ámsterdam.

Uno de los productos destacados en esta acción son las 6 grandes rutas de Cataluña, unos itinerarios que proponen recorrer el territorio utilizando como hilo conductor su cultura. De hecho, en los diferentes SomCultura Tour, los asistentes pueden descubrir, a través de un juego, cuál de estas 6 rutas se adecua mejor a su perfil según las opciones escogidas.

Más información sobre estas acciones y otras que se llevarán a cabo para promocionar el Año del Turismo Cultural [en este enlace](#).

 Declaraciones de DAVID FONT, director de la Agencia Catalana de Turismo.

Síguenos en las redes

- Twitter: [@turismecat](#) | [@empresacat](#) | [@coneixementcat](#)
- YouTube: <https://www.youtube.com/turismecat>