Cataluña reactiva la promoción turística en el mercado chino

- **La Agencia Catalana de Turismo pone en marcha varias acciones promocionales con motivo de la recuperación de las tres conexiones aéreas semanales entre Pekín y Barcelona**
- **En 2019, el mercado chino supuso 350.000 llegadas y un gasto de 710 millones de euros para Cataluña**

Lunes, 10 de julio de 2023.— La Agencia Catalana de Turismo (ACT), del Departamento de Empresa y Trabajo, impulsa la visibilidad de la oferta turística de Cataluña en China con la visita al territorio de 19 agentes de viajes y 3 periodistas de este mercado emisor. La ACT lleva a cabo estas acciones de promoción para impulsar el turismo deportivo, cultural y enogastronómico, coincidiendo con la recuperación de las tres conexiones aéreas entre Pekín y Barcelona.

Los 19 agentes de viajes de Pekín, Shanghái, Cantón y Hong Kong han visitado distintos atractivos turísticos de Cataluña centrados en la oferta de turismo gastronómico, cultural y de compras. Entre otros, han conocido de primera mano el mirador Torre Glòries, el Hotel Arts, el MNAC, la Roca Village y la bodega Familia Torres.

Por otra parte, 3 periodistas especializados en turismo deportivo, que han participado este fin de semana en la carrera de montaña Val d'Aran by UTMB, visitarán en los próximos días varias instalaciones deportivas de Calella y Barcelona para impulsar Cataluña como destino de turismo deportivo en el mercado chino. La prueba UTMB es especialmente popular en China, ya que el atleta chino Yun Yanqiao se proclamó ganador de la carrera de 55 kilómetros el pasado año y este año la carrera se ha retransmitido por la plataforma de *streaming* china iQiyi, que cuenta con más de 500 millones de usuarios.

Referente a la promoción de la oferta de turismo deportivo de Cataluña en este mercado, la Agencia Catalana de Turismo tiene en marcha desde 2015 una estrategia de posicionamiento de los principales atractivos del segmento como son los destinos certificados para realizar turismo deportivo o eventos como la Maratón de Barcelona y el triatlón olímpico también de la Ciudad Condal.

El plan de promoción de la ACT en el mercado chino

Estas dos acciones de promoción forman parte de la estrategia del organismo de promoción turística del Departamento de Empresa y Trabajo para reforzar la presencia de Cataluña como destino en el mercado chino.

En el ámbito de la proyección en medios y redes sociales, está prevista la colaboración con *influencers* chinos residentes en Cataluña para promocionar experiencias auténticas y locales. Los *influencers* producirán contenidos audiovisuales de las obras

Oficina de Comunicación
Pg. Gracia, 105, 7a
premsa.emc@gencat.cat
Tel. 93 484 9351 / 93 484 9746

de Domènech i Montaner, las fiestas mayores y la costa catalana que acogerá la Copa del América en 2024.

El turismo chino en Cataluña

En 2019, último año de normalidad turística antes de la pandemia de la Covid-19, Cataluña recibió a más de 350.000 turistas chinos que generaron un gasto de cerca de 710 millones de euros. El turismo chino es uno de los que deja un gasto por persona más elevado, siendo de media de 2.277 € por viaje.

Sobre la importancia de este mercado, el director de la ACT, Narcís Ferrer i Ferrer, ha explicado que **"se trata de un mercado estratégico por su contribución a la desestacionalización de las llegadas de turistas a Cataluña, ya que los chinos tienden a viajar a lo largo de todo el año"**. Esta distribución está incentivada por las celebraciones del Año Nuevo chino y la Semana Dorada, que tienen lugar en los meses de febrero y octubre, respectivamente.

Según Ferrer, **"la cultura, la gastronomía, el enoturismo, las compras, los eventos deportivos y los viajes de incentivos son los productos más populares entre los turistas chinos, que buscan experiencias auténticas y personalizadas"**.

Síguenos en las redes

- Twitter: @turismecat | @empresacat | @treballcat
- Youtube: https://www.youtube.com/turismecat

Oficina de Comunicación
Pg. Gracia, 105, 7a
premsa.emc@gencat.cat
Tel. 93 484 9351 / 93 484 9746