

## **Turisme de Barcelona viatja a Xina amb una acció de promoció que combina coneixement i negoci**

- **El consorci de promoció viatja al país asiàtic amb un programa marcat per la combinació de negoci i coneixement d'intel·ligència de mercat**
- **Turisme de Barcelona presenta una oferta aglutinadora de ciutat i territori, i amb l'objectiu de diversificar les fonts emissores de turisme xinès**
- **Creix l'interès d'un mercat emergent que mostra un canvi de tendència cap el viatge individual i amb interès per l'art, la cultura i les tradicions de la destinació**

**Barcelona, 19 d'octubre 2018.** – **Turisme de Barcelona** viatja aquesta setmana a Xina, amb l'Agència Catalana de Turisme (ACT) i una quinzena d'empreses, en una acció que té com a objectiu promoure coneixement i negoci entre el sector a través de diferents sessions d'intel·ligència, workshops i presentacions que tindran lloc a les ciutats de Shanghai, Chengdu, i Guanzhou.

El consorci, que ha comptat amb la col·laboració de la Diputació de Barcelona i de Air China, es presenta, en aquesta ocasió, com una plataforma de promoció, innovació i coneixement i per això s'han organitzat dues sessions d'aprenentatge que permetran aprofundir en el coneixement dels mercats objectiu, d'una banda, i de l'altra, compartir amb la delegació les darreres tendències i les possibilitats que ofereixen les plataformes digitals xineses.

Així, sota el paraigua de la digitalització i el coneixement, a cada ciutat se celebrarà un *workshop* que reunirà empreses de Barcelona i Catalunya amb turoperadors i agents de

viatge, i dues sessions d'intel·ligència de mercat, a més d'un curs per als agents de viatge xinesos que s'impartirà a través de la China Travel Academy (CTA) i que permetrà distribuir els continguts sobre Barcelona entre els més vint mil agents certificats per aquesta plataforma.

L'oferta que Barcelona presenta al mercat xinès aglutina ciutat i territori, gràcies a la col·laboració que s'ha realitzat amb l'ACT i la Diputació de Barcelona, i posa de relleu la cultura, l'autenticitat i la sostenibilitat, tres aspectes clau per un mercat amb un potencial de desenvolupament molt rellevant en els propers anys.

### **Curs per a agents de viatge a la China Travel Academy**

La novetat d'aquest any és que Turisme de Barcelona ha creat, amb el suport de l'Agència Catalana de Turisme i la col·laboració de la Diputació de Barcelona, un curs de formació per a agents de viatges xinesos. Aquest canvi suposa un gran avenç en matèria de sostenibilitat i digitalització, ja que elimina tot el paper que es requeria per imprimir fulletons promocionals, i alhora mostra la capacitat del consorci per adaptar-se ràpidament als nous formats i treballar segons les exigències del mercat incorporant les darreres tendències digitals en els mercats d'origen.

El curs estarà allotjat a la China Travel Academy (CTA), una plataforma de formació amb més de 26.000 agents de viatge registrats. La CTA, a més, és compatible amb WeChat, la xarxa social preferida pels xinesos que els permetrà seguir el curs a través de l'*Smartphone*, el mitjà d'accés a internet més estès a Xina. En aquest curs, Turisme de Barcelona presenta l'oferta cultural, comercial i d'altres de Barcelona, les seves comarques, i Catalunya. Tot això amb un format de proximitat que permet contrastar els coneixements assolits a través de tests d'avaluació. En finalitzar el curs, els agents rebran un certificat que els acredita com a coneixedors de la destinació.

### **Perfil del visitant xinès**

El xinès és, potencialment, el mercat emissor del turisme més gran del món. És encara un mercat emergent a la destinació nostra (amb un 0,85% de quota de mercat) però té un potencial de creixement molt important amb unes previsions d'arribar a 220 milions de viatges internacionals l'any 2025, cosa que el convertiria en el mercat emissor més gran del món. El nombre de xinesos que van triar Espanya com a destinació va créixer un 125% el 2017 essent la quarta destinació europea després de França, Itàlia i Regne Unit. Dins

Espanya, Catalunya és la destinació preferida per el 49% dels viatgers xinesos, seguit de Madrid (34%) i Andalusia (10%).

La particularitat d'aquest mercat és el canvi de tendència que s'està observant de viatjar en grup a viatjar de manera individual ja que més del 55% ja viatgen per compte propi, especialment els millenials i joves de classe mitja-mitja alta.

Els viatgers xinesos tenen una mitjana de despesa que duplica la mitjana de la resta de turistes, tenint un impacte molt positiu en l'economia de la ciutat. Segons dades de Global Blue en Tax Free, Xina és la primera nacionalitat en volum de despesa per davant d'altres mercats com Estats Units o Rússia, malgrat que el nombre de xinesos que ens visiten és encara molt inferior al d'aquests altres mercats. Entre gener i agost de 2018, la despesa acumulada en xecs de Tax Free és de 4.475.290€, xifra que suposa un increment d'un 30,7% respecte el mateix període de l'any anterior. El valor mig per tiquet de compra, en el cas dels turistes xinesos, és de 882€.

El perfil del turista xinès que visita Catalunya és el d'una persona procedent d'una població urbana, de 27 anys o més, usuària de telèfon intel·ligent i que cerca per Internet les informacions rellevants sobre la destinació, amb estudis universitaris i/o superiors, pertanyent a la classe mitjana o alta, que ha realitzat anteriorment viatges de llarga distància a altres destinacions i més exigent que els turistes del Sud-est asiàtic.

Els turistes xinesos que visiten Catalunya pernocten principalment a Barcelona i arriben sobretot en avió i amb les companyies aèries tradicionals. L'allotjament preferit pels turistes d'oci continuen sent els hotels de 3 i 4 estrelles, mentre que en el turisme de reunions predominen els hotels de 4 i 5 estrelles.

Per a més informació: Lali Ferrando [lferrando@barcelonaturisme.com](mailto:lferrando@barcelonaturisme.com)