

Turisme de Barcelona obre un canal per WeChat coincidint amb l'Any Nou Xinès

- **El Consorci inicia l'estratègia de promoció pel mercat xinès, coincidint amb l'Any nou xinès, obrint un canal propi per WeChat, l'aplicació de missatgeria integrada més utilitzada pels xinesos**
- **Un curs a tots els agents i operadors turístics i un Webinar per la comunitat local xinesa, primeres accions d'un pla pensat per un turisme sensible a la cultura i a la identitat pròpia de Catalunya**
- **El Consorci engega un programa específic pel mercat xinès com una aposta de futur, i d'acord amb l'estratègia de seleccionar mercats**
- **Catalunya és la destinació preferida per al 49% dels viatgers xinesos que trien Espanya, amb una despesa que duplica a altres nacionalitats**

Barcelona, 9 de febrer 2021.- Turisme de Barcelona ha donat el tret de sortida a la promoció turística del mercat xinès coincidint amb la celebració de l'Any Nou Xinès (12 de febrer). Aquesta mateixa setmana, s'ha enviat la tradicional felicitació de l'Any Nou Xinès a tots els agents i operadors turístics de la Xina amb l'objectiu d'adreçar-se a un dels mercats turístics més interessants a nivell internacional, en concret, al mercat xinès. Coincidint amb el Nou Any i amb el període de vacances dels xinesos, de l'11 al 22 de febrer, el Consorci de promoció ha engegat diferents accions que s'aniran desenvolupant al llarg de l'any d'acord amb les Línies Estratègiques aprovades pel Consorci

Amb un disseny que emfatitza el vermell -associat a la sort i a la felicitat-, i el trencadís de Gaudí, aquest any s'ha realitzat una Felicitació digital que s'ha enviat a tots els agents de la intermediació (agències de viatges, tur operadors, OTAs etc) i en la qual ja s'anuncia el compte propi de WeChat.



Nou compte WeChat de Turisme de Barcelona

La principal novetat de la nova estratègia per el mercat xinès és que Turisme de Barcelona ha desenvolupat un compte propi per WeChat, que ha comptat amb la participació de la Diputació de Barcelona, i ha creat un programa amb tota mena de continguts que s'aniran distribuint pels milers d'usuaris de la xarxa més utilitzada de Xina en aquests moments. WeChat és una aplicació que ofereix múltiples funcions socials: missatgeria, geolocalització, comptes verificades que permeten enviar notifikacions als seguidors, i que disposa d'una xarxa social, el WeChat Moments (similar a Instagram o Facebook), Mini programes, etc. WeChat concentra en un sol canal totes les eines de missatgeria i de xarxes socials disponibles com son el WhatsApp, Facebook, el Uber, el Tinder, etc. I és una de las més utilitzades pels xinesos, amb més de 1.000 milions d'usuaris actius cada mes.

El nou canal WeChat de Turisme de Barcelona distribuirà continguts a tres nivells:

1. **Informació sobre la Destinació Barcelona** i sobre tot el que cal saber **abans de realitzar el viatge**
2. **Guia de Viatge**, amb propostes Art i Cultura, Rutes, gastronomia i informació per accedir a tota la oferta de Mar i Muntanya de la Destinació Barcelona, com a porta d'entrada al territori.
3. **Guies pràctiques** a través de WeChat Barcelona Experience, amb mini programes per realitzar compres, experiències gastronòmiques, festivals o esdeveniments esportius.



L'anomenat Mini-Programa, és una "sub-aplicació" dins de l'òrbita WeChat, que permet als usuaris accedir a funcions avançades com el comerç electrònic, la gestió de tasques etc. És un sistema operatiu que permet interactuar amb els usuaris. D'aquesta manera, les empreses ja no necessiten disposar d'una aplicació pròpia, sinó que és a través del Mini-Programa de WeChat que poden desenvolupar aquesta funció. Quan els usuaris xinesos busquen "Barcelona" en la barra de recerca, els hi apareixerà el Mini-Programa de Turisme de Barcelona, amb tota mena de continguts i productes dels operadors membres del Consorci, la qual cosa suposa que a través de Turisme de Barcelona moltes empreses, proveïdors de serveis turístics a la ciutat podran accedir a aquest mercat amb un estalvi considerable.

Aquesta és una de les primeres accions de Turisme de Barcelona que posa en pràctica l'aposta per la tecnologia i digitalització de la promoció cosa que permetrà explorar i accedir alhora a determinats mercats a través d'eines específiques com és el WeChat a Xina.

Tal com explica **Marian Muro**, directora general del consorci, "es tracta de sembrar perquè Barcelona estigui en el seu punt de mira" i argumenta en aquest sentit que "sense perjudici de les accions a curt i mig termini, que se centraran en el mercat nacional i l'europeu, cal començar a treballar aquells mercats que considerem seran estratègics en un futur. El mercat Xinès és sense cap dubte un d'ells, amb un perfil de visitant que deixa molt més diners que la mitjana, respectuós amb el destí, i amb grans inquietuds culturals i gastronòmiques".

Curs sobre Barcelona i Catalunya

El Departament de Promoció ha organitzat un curs de formació sobre Barcelona/Catalunya adreçat als agents turístics que s'impartirà aquest any a través de la plataforma CTA (*China Travel Academy*) per l'any 2021 i al qual hi ha col·laborat també la Diputació de Barcelona.

La iniciativa va sorgir arran del Roadshow "Barcelona and Catalunya meet China" que es va fer el 2018, on es va constatar la necessitat de reformular el plantejament unidireccional que ofería el catàleg, amb una distribució molt limitada. Així és com va sorgir una nova eina no només inspiracional, sinó també formativa, que permet la interacció dels usuaris amb els continguts que des de Turisme de Barcelona, com a consorci de promoció de la destinació va seleccionant. Aquesta plataforma

formativa d'agents turístics a Xina, comptava llavors amb 25.000 registrats, avui ja son més de 55.000, i és on estan allotjats tots els continguts que es promocionen.

Com a gran valor afegit, el curs suposa:

- Adaptació de gran part dels continguts d'un catàleg tradicional al curs CTA.
- Major difusió dels continguts (públic potencial de més de 55.000 agents registrats a CTA).
- Reforç de la imatge de Barcelona com a ciutat amb capacitat d'adaptació als mercats i tendències actuals, innovació.
- El curs és una eina interactiva, que permet recollir dades de contacte dels clients, crear base de dades, conèixer l'impacte del curs, seguir el progrés dels agents, tenir dades de quants l'han completat, oferir incentius a aquells que l'hagin completat (merchandising, fam trips, etc.).
- Accés compatible des de l'ordinador o mòbil, el progrés es guarda i independentment del dispositiu d'accés, el curs segueix al mateix punt on s'ha deixat
- I el que és més important, permet apropar-nos a un mercat que serà determinant en el futur i conèixer les seves inquietuds, prioritats per tal d'anar adaptant-nos a aquest perfil de client.

Quant a continguts, el curs s'ha estructurat en 5 apartats, segons els principals eixos d'interès d'un mercat molt receptiu al nostre l'estil de vida: 1) **Terra amb encant.** Informació útil der Barcelona i Catalunya 2) **Una Ciutat Plena de Vida** sobre gastronomia i la tradició vitivinícola així om les festes tradicionals 3) **Cultura**, amb tot el relat arquitectònic, museístic i musical. 4) **Natura** 5) **Rutes** per descobrir Barcelona en 5 dies, rutes per la Costa Brava i l'Empordà o diferents experiències turístiques al territori com la visita al Museu Dalí o conèixer els millors vins i caves.

Webinar per la recuperació turística del mercat xinès

Una de les accions que es faran coincidint amb la celebració de l'Any Nou Xinès, que a Barcelona se celebra des del 2014, és un [Webinar](#), el dia 25, organitzat per Turisme de Barcelona en col·laboració amb “**Any Nou Xinès amb Barcelona**” amb Casa Asia, Ajuntament de Barcelona, Institut Confuci i Grup d'Artistes Xinès. Una sessió virtual

sobre la recuperació del mercat xinès en la qual hi participaran diversos ponents com la Casa Batlló, l'Associació Amics del Passeig de Gràcia, l'Associació Ibèrica de Guies Xinesos, i Roca Village. Aquesta és una acció de Turisme de Barcelona que pretén contactar amb la comunitat local xinesa de Barcelona i apropar-nos cada vegada de forma més intensa a un mercat molt interessant però que como tots te les seves particularitats que cal conèixer be per tal de donar-los-hi un bon servei

Un mercat en expansió

Xina és, potencialment, el mercat emissor de turisme més gran del món. És encara un mercat emergent a la nostra destinació (amb un 2,7% de quota de mercat en establiments hotelers al 2019, amb un creixement del 27,2% respecte al 2018) però amb un potencial molt important de cara als propers anys, cosa que el converteix en un dels mercats més interessants del món.

El nombre de xinesos que van triar Espanya com a destinació ha anat creixent essent la quarta destinació europea després de França, Itàlia i Regne Unit. Catalunya és la destinació preferida per al 49% dels viatgers xinesos que han triat Espanya, 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: més del 55% ja viatgen per compte propi, especialment els *millenials* i joves de classe mitja-mitja alta.

La mitjana de despesa dels xinesos duplica la resta de nacionalitats, amb 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 inferior a aquests mercats. Al 2019 la despesa va ser de 11.502.335,00€, xifra que suposa un increment d'un 53,1% respecte l'any anterior. El valor mig per tiquet de compra, en el cas dels turistes xinesos, és de 774€.

El perfil del xinès que visita Catalunya procedeix 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; té estudis universitaris i/o superiors; pertany a la classe mitjana o alta; ha realitzat anteriorment viatges de llarga distància a altres destinacions i en general és més exigent que els visitants del Sud-est asiàtic.



La majoria dels visitants xinesos que opten per Catalunya pernocten principalment a Barcelona i arriben sobretot en avió i amb les companyies aèries tradicionals després d'haver visitat altres destinacions europees. Per aquesta raó la connectivitat amb aquest país serà un element determinant per l'arribada de xinesos així como la flexibilització del processos de visats. L'allotjament preferit pels visitants 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.

Les companyies aèries de la Xina han recuperat la seva activitat a nivell domèstic(mercat intern) amb una oferta de vols superior a l'any anterior, el que representa més de 12 milions de seients. A nivell internacional, però, la oferta de vols només arriba al 6,5% de l'oferta de fa dos anys. Les restriccions segueixen sent severes entre la Xina i la Unió Europea la qual cosa impedeix que en aquests moments hi hagi vols regulars entre ambdós territoris.