



Madrid, 15 de septiembre de 2023

**El Ayuntamiento regresa a este mercado por primera vez tras la pandemia realizando una intensa labor de promoción de la oferta turística madrileña**

## **China se sitúa como el décimo emisor de turismo internacional a la ciudad de Madrid**

- **La capital ha recibido 58.000 viajeros chinos entre enero y julio de 2023, duplicando casi los datos alcanzados en el mismo periodo de 2022**
- **Las operaciones aéreas con China se han triplicado desde el inicio del año**
- **El Área Delegada de Turismo ha realizado junto a Air China una presentación del destino Madrid a 50 de los turoperadores más importantes de la aerolínea**
- **Se ha participado también en ITB China, así como en la China European Market Place y en una acción de *networking* organizada por Ctrip**
- **Madrid lanzará los próximos meses una campaña especial de promoción en China para atraer viajeros e incrementar su estancia media en la capital**

El turismo chino aumenta en la capital con unas cifras que posicionan a este mercado como su décimo emisor de turismo internacional. Los primeros siete meses de 2023 la ciudad de Madrid ha recibido 58.000 viajeros procedentes de este país, un 168,25 % más que en el mismo periodo de 2022, y las expectativas son alentadoras. Destaca el número de operaciones aéreas con este país que crecen a un ritmo acelerado del 300% desde el inicio del año, situándose en julio a solo 20 puntos porcentuales de los mejores datos registrados alcanzados durante 2019. Además, España es el tercer país en intención de viaje entre el mercado emisor chino, según YouGov.

Para continuar recuperando este mercado e incrementar su peso en el turismo de la capital, esta semana el Ayuntamiento está presente en China realizando labores de promoción *in situ* por primera vez tras la declaración de la pandemia. El Área Delegada de Turismo está llevando a cabo una intensa labor de promoción con varias acciones para visibilizar el destino Madrid y atraer al visitante chino. Unas acciones enmarcadas dentro de la hoja de ruta establecida por el "Plan Asia", que el consistorio definió antes de la apertura de China el pasado mes de enero contribuyendo a este rápido reposicionamiento del mercado chino en el top 10 de nacionalidades.

**Dirección General de Comunicación**

Calle Montalbán nº1 Planta 3  
Código Postal 28014 Madrid

**diario:** [diario.madrid.es](http://diario.madrid.es)

**twitter:** [@MADRID](https://twitter.com/MADRID)

**facebook:** [@ayuntamientodemadrid](https://www.facebook.com/ayuntamientodemadrid)

**teléfono:** +34 91 588 22 40

**mail:** [prensa@madrid.es](mailto:prensa@madrid.es)

**web:** [madrid.es](http://madrid.es)



### **Promoción con Air China**

En colaboración con Air China, se ha ofrecido hoy en Pekín una presentación de la oferta turística madrileña a medio centenar de los principales operadores de la compañía aérea. Un encuentro en el que se han difundido los grandes atractivos y novedades de la capital y cuyo fin es promover la nueva conexión operada por la aerolínea asiática que une ambas ciudades.

La conectividad aérea es esencial para la recuperación del turismo internacional y el Ayuntamiento se esfuerza permanentemente en incentivar este ámbito y fortalecer la red de conexiones de la capital. En la actualidad, Madrid dispone de conexión directa con cinco ciudades chinas: Shanghái, Hong Kong, Pekín, Chongqing y Hangzhou.

### **Madrid en ITB China**

También se ha acudido a ITB China, feria internacional en la que el Área Delegada de Turismo ha promocionado Madrid como destino europeo de referencia y que se ha celebrado entre el 12 y el 14 de septiembre en la capital china. Desde un espacio propio dentro del stand de Turespaña, se ha asistido a todos los profesionales participantes brindándoles información de la ciudad. El foco se ha puesto en mostrar la exclusividad y singularidad de la capital, dando a conocer sus nuevos recursos en alojamiento, gastronomía o compras y sus museos de reciente apertura, como la Galería de Colecciones Reales o Legends. The home of football.

El destino Madrid se ha dado a conocer además en otros dos foros profesionales. El primero de ellos ha sido el China European Market Place, un taller de trabajo organizado por la European Tourism Association (ETOA) que ha permitido mantener cerca de una treintena de reuniones con representantes del sector turístico chino. La capital es socio de esta agrupación que aglutina a más de 1.100 miembros entre turoperadores, oficinas de turismo y otros agentes del sector desde 2009, una alianza estratégica que permite a Madrid lograr un mayor alcance de sus acciones. El segundo, un evento de *networking* organizado por Ctrip, una de las principales agencias de viaje *online* del país asiático con 25 millones de clientes y oficinas en las ciudades chinas más relevantes, Japón, Singapur, Taiwan o Corea del Sur, que ha incluido un debate sobre la situación turística actual. Ambos tuvieron lugar el pasado 11 de septiembre.

### **Acciones de marketing y publicidad**

**Dirección General de Comunicación**

Calle Montalbán nº1 Planta 3

Código Postal 28014 Madrid

**diario:** [diario.madrid.es](http://diario.madrid.es)

**twitter:** [@MADRID](https://twitter.com/MADRID)

**facebook:** [@ayuntamientodemadrid](https://www.facebook.com/ayuntamientodemadrid)

**teléfono:** +34 91 588 22 40

**mail:** [prensa@madrid.es](mailto:prensa@madrid.es)

**web:** [madrid.es](http://madrid.es)



Con el objetivo de trasladar la imagen de Madrid directamente al potencial visitante, el Ayuntamiento complementa estas iniciativas promocionales con el desarrollo de diversas acciones de marketing y publicidad en el mercado asiático. En el caso de China, el Área Delegada de Turismo tiene previsto lanzar de cara a los meses de octubre y noviembre una campaña especial haciendo un guiño a la cultura del país con el lema "88 horas en Madrid". Una iniciativa que dispondrá de recursos de promoción específicos diseñados acorde con los intereses del turista chino y que pretende estimular el incremento de su estancia media en Madrid. La campaña permitirá a la capital tener presencia en Ctrip, con las grandes ventajas que supone la difusión en los diversos soportes de la agencia más importante de china para el aumento de la venta de viajes a Madrid.

Durante este mes de septiembre, se ha puesto en marcha también una campaña en Corea, que difundirá el destino Madrid en 16 pantallas digitales del metro de Seúl, con un impacto estimado de cinco millones de visualizaciones, y en la red social Kakaotalk. Para un mejor acercamiento a este mercado, se ha creado una *landing page* con información de Madrid en coreano. Diversas acciones para posicionar a Madrid en el "radar" del turista asiático y convertir a la capital en su destino preferente./

**Dirección General de Comunicación**  
Calle Montalbán nº1 Planta 3  
Código Postal 28014 Madrid

**diario:** [diario.madrid.es](http://diario.madrid.es)  
**twitter:** @MADRID  
**facebook:** @ayuntamientodemadrid

**teléfono:** +34 91 588 22 40  
**mail:** [prensa@madrid.es](mailto:prensa@madrid.es)  
**web:** [madrid.es](http://madrid.es)