

## Terminar con la estacionalidad turística y diversificar la oferta para alcanzar nuevos mercados, los retos actuales del turismo europeo

**Representantes del Parlamento Europeo, Finlandia, Italia, Francia y España han identificado en TIS2022 los principales desafíos a los que se enfrentan los destinos europeos para ser más resilientes**

**La cooperación a nivel europeo en la promoción de destinos y adaptar la oferta a turistas de diferentes culturas como Estados Unidos, América Latina o China son algunas de las estrategias para afrontar el turismo de los próximos años**

Sevilla, 3 de noviembre de 2022. La cumbre de innovación turística y tecnológica, [TIS – Tourism Innovation Summit 2022](#) ha centrado el debate de su segunda jornada en los principales retos que afronta el turismo europeo para seguir creciendo de forma sostenible y sostenida en el tiempo.

### **La cooperación supranacional para la promoción turística de Europa**

Europa se compone de destinos muy diversos y muy atractivos en diferentes ámbitos. Un hecho que los expertos que han participado en los debates de hoy del Tourism Innovation Global Summit han destacado como un valor a promocionar. Todos ellos han destacado la necesidad de promover una colaboración supranacional, a nivel europeo, para diversificar la oferta turística y alcanzar nuevos mercados más allá de Europa.

Así, el vicepresidente del Comité de Transporte y Turismo del Parlamento Europeo, **István Ujhelyi**, ha destacado que *“debemos tener buenos acuerdos con los turoperadores, y desde la Unión Europea debemos promocionar el turismo en Europa en general, no solo en España, Italia o Finlandia”*. Una visión en la que han coincidido otros expertos como **Morena Diazzi**, Directora general de Conocimiento, Investigación, Trabajo y Empresas de la región de Emilia Romagna (Italia), quien ha puesto el énfasis en la colaboración más allá del territorio para promocionar el turismo y provocar una recuperación más fuerte. *“Europa necesita invertir más en la promoción de forma colaborativa. Somos destinos diferentes y muy atractivos, y es importante tener una política desde la Comisión Europea que cale a los y gobiernos nacionales, a las regiones y a los territorios”*.

### **La guerra de Ucrania y la pérdida de turistas rusos**

István Ujhelyi ha iniciado su intervención afirmando que *“el turismo es la industria de la paz. El progreso y el turismo se construyen en tiempos de paz”*. Un mensaje que claramente aludía a la situación geopolítica que vive Europa y que está afectando a los destinos turísticos a diferentes niveles. En este sentido, **Kristiina Hietasaari**, Senior Director de Visit Finland - Business Finland, la agencia turística encargada de la promoción del destino Finlandia, ha afirmado que *“nuestro mayor mercado turístico es Rusia, y la actual situación está impactando en nuestra industria turística de forma significativa, lo que a su vez está repercutiendo en otros ámbitos”*. Una situación que ha provocado, según la responsable finlandesa, que la industria turística del país vuelva la

mirada a Europa con un *“increíble crecimiento de turistas procedentes de destinos como Francia o Países Bajos”* y ha confirmado que *“cuanto más fuertes seamos en Europa, más sostenible será nuestra industria en el futuro”*.

**Felipe Formariz**, director general de estrategia y servicios del sector turístico de Turespaña, ha ido más allá y ha señalado que el principal reto para el mercado español para ser más resiliente es construir un porfolio equitativo entre las regiones del país. *“Algunas regiones son dependientes del turismo procedente de Reino Unido, y sufrieron con el Brexit, otras lo son del mercado ruso, y están sufriendo ahora, Madrid y Barcelona aún no se han recobrado del todo del impacto de la pandemia de Covid por su dependencia del turismo asiático. Por eso debemos balancear su porfolio para que estos hechos no supongan una crisis para el sector”*.

### **La llegada de los turistas procedentes de China**

Y mientras la industria turística encara la reducción de turistas procedentes de Rusia, los expertos participantes en la segunda jornada de TIS también han destacado la necesidad de prepararse para acoger y dar la bienvenida a los turistas procedentes de China, ante la cerca apertura de las fronteras de este país tras la pandemia. *“Necesitamos la apertura de las fronteras chinas, pero esto supondrá una avalancha de ciudadanos chinos queriendo viajar. Y esto es bueno a nivel económico, lo necesitamos, pero debemos ver más allá y gestionarlo para que, además, sea sostenible”*, ha afirmado el vicepresidente del Comité de Transporte y Turismo del Parlamento Europeo, **István Ujhelyi**. Otro de los retos que plantea esta futura apertura de China que ha señalado István es el cultural. *“Es importante entender que el mercado chino tiene otra cultura y debemos adaptar nuestra oferta para hacerla accesible. Pero, además, debemos trabajar en introducir a los turistas chinos que nos visitan en nuestra cultura”* concluía.

Desde Turespaña, **Felipe Formariz** ha destacado también que *“el cierre de las fronteras chinas ha supuesto nuevas oportunidades para acercar España a otros destinos, como el americano, con el que además en el caso de Latinoamérica tenemos estrechos lazos culturales”*. Formariz ha asegurado que la industria española ha *“creado en consecuencia nuevos productos adaptados a estos nuevos turistas, aumentado las conexiones entre España y distintos destinos de América, y recuperado el interés de turistas por España”*.