

martes 20 de marzo de 2018

Los municipios se incorporan al Consejo Rector del Patronato Provincial de Turismo



La Asamblea General aprueba la elección de 6 miembros que representan a todas las comarcas así como el Plan de Acción para promocionar la provincia en 2018

La Asamblea General del Patronato Provincial de Turismo de Huelva, ha aprobado hoy en sesión extraordinaria la elección de los representantes de los municipios que se incorporan al Consejo Rector.

Con el nombramiento de estos 6 miembros vocales, elegidos entre los municipios pertenecientes a la

Asamblea General, quedan representadas las 6 comarcas geográficas de la provincia en el Consejo.

El Patronato también ha procedido a la aprobación del Plan de Acción definitivo para la promoción y ayuda a la comercialización del destino que se va a desarrollar durante el año 2018, en el que destaca la presencia de la provincia y su oferta turística en las ferias del sector turístico más importantes del mundo.

Entre estas acciones promocionales destacan una campaña de comunicación y promoción del destino en mercados nacionales como Madrid y Bilbao. La realización de dos torneos de Golf destinados a dar a conocer la oferta de este segmento al mercado Irlandés y al mercado nacional.

También con cargo a este presupuesto está prevista la puesta en marcha de una campaña de publicidad en redes sociales y buscadores y una campaña de imagen del destino Huelva y acciones de promoción conjunta con los Aeropuertos de Sevilla y Faro.

En cuanto a las acciones especiales incluidas en el presupuesto del Patronato para 2018, señalar la promoción que se llevará a cabo en junio para presentar los campos de golf y su oferta turística complementaria a touroperadores del mercado danés. También se realizará una acción promocional para fortalecer la campaña de comunicación en el mercado nacional. En Abril y mayo se presentará la campaña 'Que sea de Huelva' en diversas ciudades andaluzas como Córdoba, Granada y Málaga y en el mes de Junio están previstas unas jornadas profesionales en la Ruta de la Plata así como la rúbrica de diversos acuerdos con touroperadores.

Por último, el Plan establece un apartado destinado a llevar a cabo otras acciones promocionales de carácter inverso para dar a conocer el destino. En este apartado se contemplan viajes de familiarización, prensa y visitas de inspección.

