

viernes 9 de marzo de 2018

Huelva busca consolidar los buenos datos del turismo extranjero en la ITB de Berlín



Descargar imagen

El Patronato mantiene encuentros con los principales touroperadores de este mercado, estratégico para la desestacionalización del destino

El Patronato Provincial de Turismo continúa con la promoción internacional del destino en la ITB de Berlín, la feria más importante del mercado germano, donde ha presentado la oferta turística de la provincia de Huelva, con los segmentos de Naturaleza, Cultura, Interior, Golf y rutas gastronómicas como principales bazas, en sintonía con el interés de los visitantes de Alemania por el patrimonio cultural y por los

espacios y entornos naturales.

Durante la muestra se han sucedido los encuentros con touroperadores y agentes de Alemania y de Europa del este con el objetivo de buscar acuerdos y atraer nuevos viajeros hacia nuestro destino.

Con el optimismo de haber sobrepasado el millón de turistas en 2017 y registrado los mayores incrementos de viajeros del extranjero en la historia del destino, la provincia de Huelva ha acudido a Berlín para consolidar los buenos datos de este mercado y abrir nuevas vías de comercialización.

El vicepresidente del Patronato Provincial de Turismo de Huelva, Ezequiel Ruíz, ha incidido en la importancia de este emisor para la provincia, por su preferencia por el destino, junto con el mercado británico y por su capacidad para viajar. En este sentido ha apuntado el carácter "estratégico" para la provincia "por su predilección por nuestra oferta de golf", un segmento que resulta fundamental para combatir la estacionalización del destino.

Precisamente, uno de los hitos del Plan de Acción del Patronato es la presencia del destino en esta feria, porque "es uno de los mejores escenarios donde conocer las tendencias y comportamiento del mercado exterior y el primer punto de encuentro de la industria turística europea y mundial", ha destacado Ruíz. La feria ha reunido a más de 10.000 expositores de 180 países y recibió en su última edición a más de 160.000 visitantes, el 70% profesionales.

El Patronato de turismo también ha cumplido una amplia agenda de reuniones y encuentros para potenciar el destino con líneas aéreas que operan con los aeropuertos de Faro y Sevilla, touroperadores, agentes de viajes y oficinas españolas de turismo en Europa.

Marca Huelva

En la jornada de hoy, el espacio de la provincia de Huelva, ubicado en el stand de Andalucía, ha acogido la presentación de Marca Huelva, la nueva imagen turística de la capital, con la presencia del Consejero de Turismo y Deporte, Francisco Javier Fernández, el vicepresidente del Patronato, Ezequiel Ruíz y el alcalde de Huelva, Gabriel Cruz.

El sello 'Huelva, Ciudad que marca', que impulsa el Ayuntamiento, es una muestra de lo que es Huelva y lo que significa, asociada a una imagen de marca que engloba los atractivos que ofrece la capital a visitantes y residentes, "con sus sabores, su luz y su clima, su carácter alegre, su amabilidad, su naturalidad, su historia, su oferta cultural o sus fiestas".