

lunes 28 de diciembre de 2015

## Huelva la Luz viaja en el AVE durante las fiestas navideñas



[Descargar imagen](#)

### El 'Destino Huelva' se promociona en los reposacabezas de los asientos de los trenes Sevilla-Madrid del 23 de diciembre al 3 de enero

Desde el 23 de diciembre y hasta el próximo domingo 3 de enero de 2016, los asientos de los trenes con destino Sevilla-Madrid lucen en sus reposacabezas la marca turística 'Huelva la Luz' junto a la imagen corporativa de Patronato Provincial de Turismo y Diputación de Huelva, gracias a la acción promocional desarrollada por el organismo con el fin de estar presente en este medio de transporte tan utilizado

habitualmente por los viajeros y cuyo uso se multiplica durante estas fechas.

Con esta acción promocional se cubren los trayectos de AVE Sevilla-Madrid, que oscilan entre 27 y 34 trenes según el día sea laborable, sábado o domingo, con un consumo previsto de reposacabezas de unas 100.000 unidades durante el periodo que dura la campaña.

El presidente de la Diputación y del Patronato Provincial de Turismo, Ignacio Caraballo, ha podido conocer de primera mano esta campaña de promoción que sitúa la marca 'Huelva la Luz' en el punto de mira de los miles de viajeros que durante las vacaciones de Navidad eligen los trenes de alta velocidad como medio de transporte para trasladarse a la capital, por lo que "el AVE se convierte en un excelente medio para promocionar la imagen de Huelva como destino turístico".

Para el presidente del Patronato de Turismo es crucial presentar una estrategia global para situar el 'Destino Huelva' en el lugar que se merece, con acciones concretas y nuevos productos para atraer al viajero, colaborando en la necesaria labor de seguir dando a conocer el destino y hacerlo más accesible con nuevas y mejores infraestructuras. Para ello, Caraballo ha asegurado que "seguimos luchando para combatir la estacionalidad y vamos a tratar de mejorar en todo cuanto esté a nuestro alcance sin bajar la guardia en promoción".

### Presupuestos para 2016

Por ello, en los presupuestos para 2016, el bloque más importante es el destinado a la promoción y comercialización de

la provincia como destino turístico, con un un 66 por ciento del presupuesto total dirigido a acciones de publicidad y comunicación al cliente final, presencia en ferias, edición de material, jornadas y presentaciones profesionales tanto en origen como en destino.

En este sentido, el Presidente del Patronato ha explicado que el Patronato continuará dando a conocer la provincia “mediante la promoción y comercialización de nuevos productos turísticos que distingan la singularidad de nuestro destino”, así como la realización de campañas de promoción y acciones específicas “para diferenciarnos bien del resto y para ofrecer un destino que el turista sienta la necesidad de visitar, conocer y experimentar”.