

lunes 9 de marzo de 2015

## Los espacios naturales y la gastronomía de Huelva, entre las preferencias del turista alemán



**El espacio de 'Huelva La Luz' en la ITB de Berlín registra numerosas visitas y consultas de profesionales y viajeros interesados en conocer más sobre el destino**

7 de marzo de 2015. Huelva está presente estos días en una de las ferias turísticas más importantes del mundo y una cita estratégica para nuestro destino como es la Bolsa Internacional de Turismo (ITB) de Berlín. El alemán sigue siendo uno de nuestros mercados emisores de turistas extranjeros más destacados y además en esta muestra se dan cita los principales destinos de todo el mundo por lo que ocupa un lugar destacado en del calendario de promoción y apoyo a la comercialización del Patronato de Turismo de Huelva.

Durante los días que ha durado la feria berlinesa, que comenzó el pasado día 4 y finaliza el domingo, los espacios naturales de la provincia y la gastronomía única de la provincia, que el turista alemán demuestra conocer y valorar cada vez más, han centrado el interés

de profesionales y visitantes.

También los touroperadores que trabajan en exclusiva con el Algarve portugués han empezado a mirar hacia la provincia de Huelva como alternativa para ofrecer nuevas experiencias a sus clientes, por la cercanía del destino y las posibilidades que ofrece. En este sentido agentes y operadores se han interesado por la provincia para ofrecer entre sus excursiones lugares como Doñana y El Rocío para completar sus paquetes turísticos.

Según informa el personal técnico del Patronato Provincial de Turismo presente en la feria, el stand de 'Huelva la Luz', que luce la imagen de una luminosa playa de la costa onubense como destino ideal para los amantes del kitesurf, está resultando todo un éxito promocional en cuanto a la atracción de las visitas de profesionales de ámbito internacional y público en general.

El patronato se ha presentado en el gran espacio de la marca Andalucía, un gran stand de 500 metros cuadrados. El consejero de Turismo y Comercio, Luciano Alonso, señaló en la inauguración que las acciones que la Junta de Andalucía previstas para la feria permitirán asegurar más del 30 por ciento del total de turistas alemanes que la comunidad recibirá este año y también aseguró "abrir mercado para mucho más".

Entre las acciones que la Junta de Andalucía ha llevado a cabo en la ITB se encuentra la firma de diversos acuerdos con operadores turísticos y acciones de impulso, como el Plan de Golf para el mercado alemán o una novedosa acción gastronómica ideada especialmente para esta ocasión. También, las actuaciones y talleres de flamenco y degustaciones de productos.

Durante el año pasado, Andalucía recibió un millón de turistas alemanes, lo que significa un crecimiento del 1,7 por ciento sobre el año anterior, y "se puede mejorar". La estancia media fue de 11,3 días, dos días y medio más que el conjunto tal de turistas; y su gasto medio diario fue de 63,33 euros, casi tres euros y medio superior al general. Aportaron 776.000 viajeros alojados y cerca de 3,8 millones de pernотaciones.

Así que el turismo alemán ocupa la segunda posición como mercado extranjero más importante para Andalucía.