

lunes 7 de noviembre de 2016

Huelva se presenta en la feria WTM de Londres como destino ideal para el mercado británico



Descargar imagen

La provincia quiere atraer al viajero inglés con el legado británico como bandera y una oferta cultural, de naturaleza, ocio y gastronomía insuperable

El Patronato Provincial de Turismo de Huelva está presente un año más en la feria de turismo World Travel Market (WTM) de Londres del 7 al 9 de noviembre con el gran objetivo de fortalecer los contactos con los principales actores de la intermediación turística británica y ganarse al consumidor con una atractiva y completa oferta con productos especialmente dedicados al público inglés.

Acompañan al Patronato representantes de establecimientos hoteleros como Apartamentos Leo y de empresas de productos gastronómicos como Sánchez Romero Carvajal, además de Ayuntamientos como el de Huelva Capital y Almonte, interesados en establecer contactos directos con touroperadores internacionales.

El Patronato presenta

además en la WTM toda la oferta del destino con múltiples opciones para disfrutar en una sola provincia, desde sol y playa a Parques Naturales, Patrimonio, Cultura, Gastronomía, Ocio y Deporte al aire libre y todo bajo el prisma de la inconfundible luz que define a la marca Huelva.

El Patronato de Turismo está presente en el expositor de Andalucía junto a los órganos de turismo del resto de la provincias andaluzas, ubicados en un espacio de 550 metros cuadrados, junto a los más de 5.000 expositores y 50.000 profesionales de 190 países, que participan en esta feria.

La World Travel Market sigue siendo un certamen esencial para destinos y operadores internacionales en el que se dan a conocer las tendencias y líneas de actuación propicias para su captación y promoción.

El espacio andaluz está dirigido a la generación de oportunidades de negocio, con la presencia de unos doscientos profesionales y una zona con 24 mesas de trabajo para empresarios.

A la importancia de la feria en sí para la industria turística se une el peso del mercado británico para Andalucía: algo más de la cuarta parte del turismo extranjero y el 9,4 % del total de los turistas que recibió el destino el pasado año.

En los días previos a este certamen la Consejería de Turismo andaluza ha desarrollado varias acciones para impulsar la comercialización del destino y trabajar en una estrategia para evitar que la buena evolución del mercado británico se vea afectada por la salida del Reino Unido de la Unión Europea.

Coincidiendo con la celebración de la World Travel Market se desarrolla una campaña de comunicación en la capital británica que incluye pantallas exteriores en lugares como Picadilly Circus, Camden Town, Old Street, Hammersmith y Billingsgate Market, y una promoción directa al consumidor en el centro comercial Westfield.

Por otra parte, el destino muestra hasta el próximo día 9 su trayectoria turística en el centro de Londres con la exposición "Andalucía, un destino de cine", compuesta por cincuenta imágenes de la Agencia Efe con las que los visitantes se reencontrarán con personalidades de la música, el cine, la realeza o la política.

Andalucía cuenta este año con un presupuesto de 550.000 euros para esta feria, que está considerada una de las más importantes junto a Fitur, en Madrid, y la ITB de Berlín.