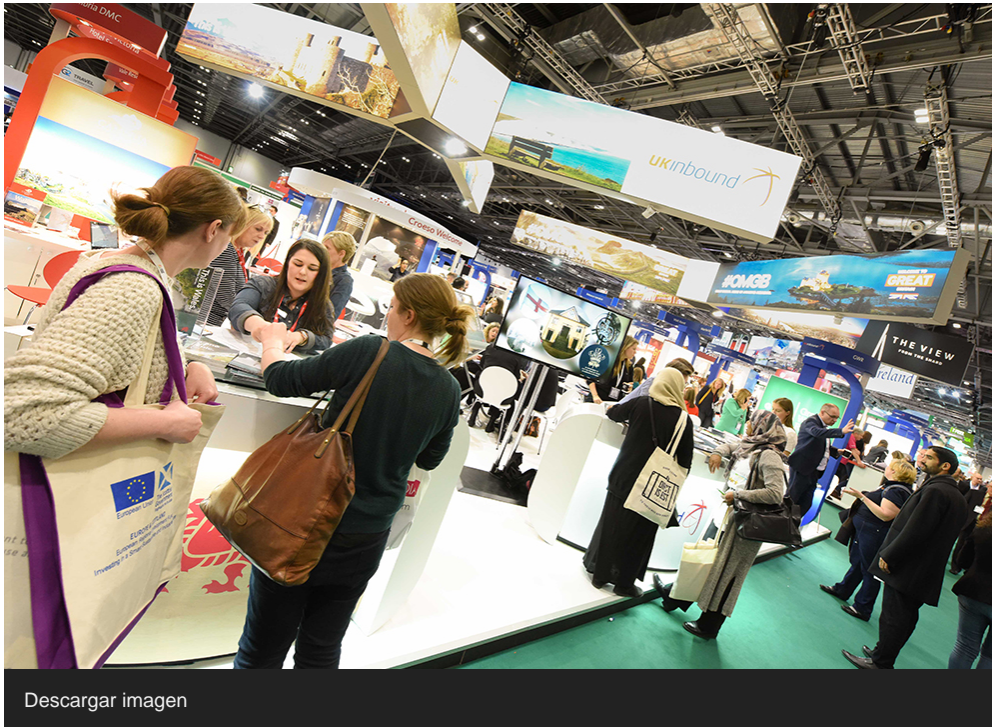


domingo 5 de noviembre de 2017

La Gastronomía de Huelva, protagonista en el stand de Andalucía en la feria WTM de Londres



Descargar imagen

El destino acude a la cita más destacada del turismo en el Reino Unido con una oferta repleta de experiencias para fidelizar a su principal cliente internacional

Huelva está presente a partir de mañana en la World Travel Market, prevista para los días 6 al 8 de noviembre en Londres. El patronato Provincial de Turismo acude a la feria con empresas del sector como Apartamentos Leo o Lepebus; la asociación de empresas turísticas de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche; representantes de algunas de las cadenas

hoteleras que operan en la provincia como Ilunion o Fuerte Hoteles; los ayuntamientos de Huelva y Almonte y una intensa agenda profesional que incluye contactos con touroperadores y agentes de viaje internacionales.

El principal objetivo de la presencia de Huelva en la WTM es afianzar uno de sus principales mercados emisores internacionales, como es el británico, pero también abrirse a otros nuevos, dado que esta feria es una de las más destacadas de las muestras internacionales del sector de los viajes y el turismo en Europa. Con este objetivo, la provincia se presenta como un destino ideal para vivir experiencias inolvidables, con sus tesoros gastronómicos y naturales como principal reclamo para el viajero.

El destino busca consolidar los buenos datos que viene registrando el turismo extranjero en la provincia y seguir sumando incrementos en viajeros y pernoctaciones como en los dos últimos años. El acumulado de los nueve primeros meses de 2107 arrojó resultados tan positivos como el incremento del 45 por ciento en el dato de las pernoctaciones de turistas extranjeros, que superaron el millón.

En el stand andaluz de la World Travel Market, de 553 metros cuadrados, mismo tamaño que en 2012, el Destino Huelva va de la mano del resto de los patronatos provinciales turísticos, incluyendo 27 mostradores.

La actividad en el stand de Andalucía, en el que habrá también reuniones, contactos y firma de acuerdos con operadores turísticos británicos, se complementa con una acción directa al consumidor, centrada este año en la gastronomía; y una campaña de comunicación que contempla tanto actuaciones en medios de comunicación como en soportes de Excel. También incluye imágenes de la marca turística Andalucía en 168 taxis y en 50 autobuses típicos londinenses.

La World Travel Market de Londres es una de las ferias vacacionales más importantes del mundo, en la que están representados más de 5.000 destinos. El pasado año recibió a más de 50.000 personas entre visitantes y expositores.