

lunes 25 de marzo de 2013

La variada oferta del destino onubense atrae al turista escandinavo en la feria TUR de Gotemburgo, principal cita turística de Suecia

El mercado nórdico, objetivo estratégico del Patronato de Turismo

Huelva ha acudido a la feria de turismo de Gotemburgo en Suecia, mercado en el que la provincia espera reforzar su presencia y que figura entre los objetivos estratégicos del Plan de Acción del Patronato de Turismo para el ejercicio 2013.

El presidente del Patronato, Ignacio Caraballo, ha explicado, que el mercado nórdico es “un objetivo importante para nuestro destino y un reto, que implica un importante esfuerzo de promoción, con presencia en ferias como ésta y acciones promocionales como la de la pasada semana en Reikiavik”. En este sentido Caraballo asegura que “no podemos restringir nuestra oferta a los destinos tradicionales ya que, en estos momentos de vaivén económico, la apertura de nuevos mercados es una obligación”.

Productos como el golf, sol y playa o turismo histórico-cultural, presentes en la oferta de la provincia, constituyen un excelente reclamo para el turista sueco, que busca destinos cálidos para pasar la dura temporada invernal de su país. De ahí que la estrategia de promoción del Patronato Provincial de Turismo pase por la búsqueda de nuevas opciones que traigan viajeros a la provincia, por esta razón, la planificación de la agenda de promoción trazada por el organismo, incluye diversas actuaciones en estos países para promocionar Huelva ante los cerca de 400 agentes turísticos de ese país.

Aunque este mercado es aún incipiente en la provincia onubense, el pasado invierno fueron cerca de 700 los jugadores de golf suecos que eligieron nuestro destino y ya son varios los agentes que trabajan en Huelva en exclusiva con este mercado, especialmente en el segmento de Golf.

Durante la feria, el Patronato ha presentado a los mayoristas de viaje y al público en general todos los atractivos de la provincia, haciendo especial hincapié en el buen clima ya que el turista escandinavo busca el buen tiempo que no tiene en su país de origen. Uno de los objetivos marcados es la captación de turismo senior para las temporadas de otoño-invierno, un segmento que juega un papel destacado en la desestacionalización del turismo en la costa para que los hoteles puedan permanecer abiertos en temporada baja.

Esta feria copa gran parte del mercado turístico de Suecia, Finlandia y Noruega. El año pasado participaron alrededor de 1.000 expositores, pertenecientes a 79 países, y asistieron 45.000 visitantes, de las que la mitad eran profesiones del sector.

El Patronato de Turismo acude de la mano de la empresa pública Turismo y Deporte de Andalucía, que cuenta con dos mostradores dentro del expositor de Turespaña.