

lunes 19 de febrero de 2018

Turismo Andaluz y Patronato dedicarán cerca de 560.000 euros a la promoción de la provincia



Destacan las acciones encaminadas a diferenciar a Huelva como destino, atraer al mercado nacional y consolidar los buenos resultados del turismo extranjero

Turismo Andaluz (Empresa pública para la Gestión del Turismo y del Deporte en Andalucía) y el Patronato Provincial de Turismo de Huelva (organismo autónomo de la institución provincial) han vuelto este lunes a dibujar las líneas estratégicas del plan de promoción de la provincia para este año con la firma de un acuerdo de colaboración

cuyo presupuesto asciende a un total de 559.097,73 euros, de los que 170.000 son aportados por el Patronato Turismo y 389.097,73 por la Consejería.

El vicepresidente del Patronato de Turismo, Ezequiel Ruíz, y el consejero de Turismo de la Junta de Andalucía, Francisco Javier Fernández, han suscrito este convenio en Málaga, en la sede de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte en Andalucía.

El texto estipula tres líneas de actuación, siendo la primera la acción promocional llevada a cabo en la Feria Internacional del Turismo 2018, que ha contado con una aportación de 169.097,73 euros por parte de la empresa andaluza.

Acciones Especiales

En un segundo apartado, el convenio concreta el desarrollo de una serie de acciones especiales, que cuentan con una inversión de 300.000 euros, de los que el Patronato aporta 125.000 donde se incluyen programas de lucha contra la estacionalidad ligada a productos y campaña de comunicación institucional. Asimismo, esta sección también comprende acciones de marketing compartidas con la iniciativa privada ligadas a la comercialización de productos (colaboración con touroperadores o planes de marketing, entre otros), acciones conjuntas con otros patronatos o en mercados emisores complementarias al Plan de Acción, jornadas técnicas, eventos turísticos o congresos, entre otros.

Entre estas acciones de destacan una campaña de comunicación y promoción del destino en mercados nacionales como Madrid y Bilbao. La realización de dos torneos de Golf destinados a dar a conocer la oferta de este segmento al mercado Irlandés y al mercado nacional. También con cargo a este presupuesto está prevista la puesta en marcha de una campaña de publicidad en redes sociales y buscadores y una campaña de imagen del destino de Huelva en el Aeropuerto de Sevilla.

En cuanto a las acciones especiales incluidas en el presupuesto del Patronato para 2018, señalar la promoción que se llevará a cabo en junio para presentar los campos de golf y su oferta turística complementaria a touroperadores del mercado danés. También se realizará una acción promocional para fortalecer la campaña de comunicación en el mercado nacional. En Abril y mayo se presentará la campaña 'Que sea de Huelva' en diversas ciudades andaluzas. En mayo, el Patronato llevará a cabo una presentación del destino junto a los clubes de producto en el mercado nacional. En Junio están previstas jornadas profesionales en la Ruta de la Plata y se sellarán diversos acuerdos con touroperadores.

Por último, el convenio establece un apartado destinado a llevar a cabo otras acciones promocionales de carácter inverso para dar a conocer el destino. En este apartado se contemplan viajes de familiarización, prensa y visitas de inspección que cuenta con un presupuesto de 90.000 euros, financiado a partes iguales por ambos organismos.

El Plan de Acción del Patronato para 2017 contempla la organización de más de 40 acciones promocionales, en las que se incluye la presencia del destino Huelva en las principales ferias de turismo del mundo en total, encaminadas a distinguir y diferenciar a la provincia como un destino de ocio y turismo con la naturaleza, gastronomía el deporte como grandes atractivos, sin olvidar su historia vinculada al papel protagonista de la provincia en la Historia del Descubrimiento.