

La primera acció promocional de la Costa Brava al mercat belga finalitza amb més de 400 trobades comercials

Prop de 160 agències de viatges i mitjans especialitzats s'interessen per l'oferta turística d'aquest estiu



Gent a la platja de Tamariu, l'estiu passat

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona

[<https://www.diaridegirona.cat/tags/patronat-de-turisme-costa-brava-girona.html>] ha tancat la primera acció promocional virtual adreçada als touoperadors belgues amb més de 400 trobades comercials amb empreses gironines. L'acció s'ha fet al llarg d'aquesta setmana i ha consistit en un cicle de presentacions per mostrar l'oferta turística d'aquest estiu, que s'ha completat amb tallers i activitats dinamitzadores sobre productes concrets. Finalment, també s'han

fet les reunions personalitzades entre els empresaris del sector turístic gironí amb les agències de viatges i mitjans de comunicació especialitzats de Bèlgica. Al llarg de les quatre jornades hi han participat unes 160 agències i mitjans belgues i 77 empresaris gironins.

El mercat belga és un dels públics més importants per als turistes de la Costa Brava. De fet, dels 3,7 milions de turistes estrangers que van venir a la demarcació de Girona el 2019, 219.000 eren de Bèlgica. L'estiu de fa dos anys (abans que esclatés la pandèmia) van generar 485.999 pernотacions. L'any passat, però, aquesta xifra es va quedar en 125.000, un 75% menys que el 2019.

Per això des del Patronat de Turisme Costa Brava Girona es treballa amb l'objectiu de recuperar la confiança dels visitants d'aquest país. Aquesta setmana s'ha fet la primera acció promocional virtual amb agències de turisme [<https://www.diaridegirona.cat/tags/turisme.html>] i mitjans de comunicació especialitzats d'aquest país. Entre el 27 i el 30 d'abril s'han fet diverses presentacions per explicar detalladament quina serà l'oferta que hi haurà aquest estiu a les comarques gironines. A més, també s'oferien activitats dinamitzadores i tallers per conèixer més a fons part de l'oferta. Finalment es feien reunions personalitzades amb els empresaris gironins.

Aquesta jornada s'ha tancat amb la participació d'un 160 persones d'agències de viatges i mitjans belgues i de 77 empresaris del sector turístic de Girona. A més, al llarg de les quatre jornades s'han fet més de 400 trobades comercials.

La primera jornada es va centrar en promocionar l'oferta de turisme actiu i esportiu i també el potencial

natural que hi ha a la demarcació. El dimecres 28 d'abril va ser el torn de l'oferta de golf, benestar i productes de luxe. L'endemà ve promocionar-se el patrimoni cultural, l'enogastronomia i la ruta del Vi que ofereix la DO Empordà entre les agències especialitzades. Aquest divendres s'han tancat les jornades amb la promoció del turisme de negocis, congressos i convencions (denominat MICE).

Durant la vigència de les restriccions de mobilitat en el context de la pandèmia, el Patronat de Turisme Costa Brava Girona innova en la creació d'esdeveniments virtuals amb impacte per apropar l'oferta de productes i serveis turístics de les destinacions Costa Brava i Pirineu de Girona als agents d'intermediació i als mitjans de comunicació dels mercats emissors de turisme.

De les destinacions gironines, el turista belga valora el bon clima, la bellesa de l'entorn, la qualitat de les platges, la varietat de llocs a visitar i l'existència de rutes culturals interessants, així com l'àmplia oferta d'allotjament turístic i d'activitats de turisme actiu a realitzar i la gastronomia local mediterrània.

Aquest turista acostuma a viatjar en família i en parella, i majoritàriament arriba a la demarcació de Girona per carretera, en vehicle propi. Té una alta incidència en el sector dels càmpings i dels apartaments, que són el tipus d'allotjament preferent per a les seves estades de vacances d'estiu.

Font del document:

https://www.diaridegirona.cat/comarques/2021/04/30/primera-accio-promocional-costa-brava/1102811.html?utm_source=rss