

## Balanç satisfactori de la participació del Patronat de Turisme a la 34<sup>a</sup> edició a la World Travel Market de Londres



La Diputació de Lleida, per mitjà del Patronat de Turisme, intensifica la promoció de l'oferta turística de Lleida al mercat britànic amb diferents accions adreçades a mitjans de comunicació i bloggers en col·laboració amb el CPT de Londres i l'Agència Catalana de Turisme

### BALANÇ SATISFACTORI DE LA PARTICIPACIÓ DEL PATRONAT DE TURISME A LA FIRA WORLD TRAVEL MARKET DE LONDRES

El director del Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida, Jordi Blanch, ha valorat positivament la participació del Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida a la 34<sup>a</sup> edició de la World Travel Market de Londres pel bon acolliment que li han dispensat els diferents agents turístics amb què s'ha contactat, tant turoperadors com representants de mitjans de comu-

nicació, com també per part del públic que ha mostrat el seu interès per conèixer l'oferta turística de Lleida.

La World Travel Market, considerada com la mostra del sector turístic més important del món, es va inaugurar el dilluns, dia 4, i es clausurarà demà dijous, 7 de novembre. La Diputació de Lleida, per mitjà del Patronat de Turisme, ha tingut una presència directa en aquest saló amb un taulell compartit amb Aeroports de Catalunya, dins l'estand de l'Agència Catalana de Turisme.

Jordi Blanch ha mantingut reunions amb diferents turoperadors amb l'objectiu d'explorar les possibilitats d'emprar l'Aeroport de Lleida-Alguairre per a l'arribada de turistes procedents de la Gran Bretanya tant per la temporada d'hivern amb la pràctica de l'esquí, tal com fa ja per tercer any consecutiu el turoperador britànic Neilson-Thomas Cook, com també per altres

èpoques de l'any amb oferta de natura i turisme actiu. Dels diferents contactes, s'ha arribat a un principi d'acord amb un turoperador, del Regne Unit, especialitzat en trekking, senderisme i muntanya, perquè programi la destinació del Pirineu de Lleida de cara a la temporada d'estiu del 2015. Amb la finalitat que puguin conèixer de primera mà l'oferta del Pirineu de Lleida, s'està treballant per tancar un viatge de familiarització amb aquest turoperador, com també amb altres que programin turisme de natura i muntanya al Pirineu de Lleida amb vista al pròxim any 2014 .

D'altra banda, el Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida ha impulsat aquest any una acció de relacions públiques al Regne Unit, mitjançant el Centre de Promoció Turística a Londres de l'Agència Catalana de Turisme, amb l'objectiu d'incrementar el coneixement del Pirineu de Lleida i posicionar l'oferta lleidatana com una destinació competitiva. Entre les accions previstes en aquesta campanya promocional i que es desenvoluparan en els pròxims mesos destaquen un viatge de premsa al Pirineu de Lleida amb el diari The Times i un bloggtrip amb un grup de 4 bloggers de viatges que visitaran aquest hivern diferents estacions d'esquí per conèixer l'oferta turística d'esquí del Pirineu de Lleida, l'oferta d'allotjaments i la variada gastronomia. Amb aquesta acció es pretén arribar a un públic més ampli que fins ara no ha pensat en Catalunya ni en el Pirineu de Lleida com a destinació d'hivern.

Els objectius inclouen blogs de viatges com Inside the Travel Lab, Travel Dudes, Global Grasshopper i 40before30.com per a la cobertura instantània a Facebook, Twitter (#CataloniaSki), Instagram i Google, Instagram. També s'envia un newsletter mensual adreçat a mitjans de comunicació .també la imatge de marca de la destinació. L'objectiu d'aquests tallers de formació és apropar la innovació, les noves tendències de màrqueting online i "promocionalització" a les empreses turístiques del Pirineu i les Terres de Lleida perquè les ajudin a millorar la seva estratègia de venda online del seu producte.