

jueves, 26 de enero de 2023

La Diputación atendió el pasado año a 533 agentes, profesionales y periodistas especializados en 45 acciones de promoción inversa, un 18 % más que en 2021

Estas visitas y viajes de familiarización atendidos en 2022 procedían de 25 países, 13 más que el año anterior



Foto de familia del Encuentro Profesional Mercado Habla Alemana, celebrado en mayo, en la Hacienda El Vizir, en Espartinas.

La Diputación de Sevilla, a través de Prodetur-Turismo de la Provincia, atendió el pasado año a 533 profesionales, agentes y periodistas especializados en el sector turístico -un 115 % más que en el año anterior- en las 45 acciones de promoción inversa que se llevaron a cabo. Estas visitas y eventos en el territorio, que se incrementaron en un 18,4 %, se desarrollaron en 31 municipios sevillanos.

Se trata de acciones de familiarización con el destino que contribuyen a la difusión y promoción de la imagen y la oferta turística de la provincia de Sevilla. Las actuaciones de promoción inversa o de receptivo tienen la particularidad de realizar la promoción “in situ”, complementando las labores de difusión exterior que desarrolla Prodetur con la asistencia a ferias, misiones comerciales y otros

eventos turísticos.

Las visitas y viajes de familiarización atendidos en 2022 procedían de 25 países, 13 más que el año anterior, tras la vuelta a la normalidad después de la pandemia. No obstante, la mayor concentración de visitas se debió al mercado nacional, con un 17,4 % por ciento del total; seguido por el de Francia, con un 13,4 % y un crecimiento 2,51 %; y Estados Unidos, en tercer lugar, con un 11,6 % del total y un aumento de 8,97%.

Por segmentos turísticos, la mayoría de estos viajes estuvieron englobados en el ámbito del Turismo Cultural, con un 33,8 %; seguido por el Turismo Experiencial, con un 18,30 %; el Turismo de Gastronomía (12,68 %); el Turismo de Naturaleza (11,27 %); y el Turismo de Lujo o Singular (7,4 %). En menores porcentajes, se sitúan segmentos como el Turismo de Cruceros, el de Rodajes, Reuniones, o Turismo de Golf, entre otros. En este

contexto, destaca el aumento de tipos de segmentos en los que se desarrollaron las acciones de promoción inversa de 2022, un factor que ha permitido mostrar, a los profesionales de la industria turística, la diversidad de la oferta de la provincia de Sevilla.

Acciones promocionales destacadas

Entre estas acciones receptivas realizadas en 2022, destacan los 'Encuentros Profesionales por Mercados Turísticos', atendidos y organizados en colaboración con Turismo de Andalucía y Turespaña, con el objetivo de aglutinar a profesionales del turismo de los mercados designados y ponerlos en contacto con la oferta local. Estas citas por mercados extranjeros, desarrolladas el pasado año, han sido: Encuentro Profesional Mercados Alemania y Suiza; Encuentro Profesional Turismo Naturaleza Choose Nature, Multimercados ; Encuentro Profesional Mercados Francófonos (Francia y Bélgica); y Encuentro Profesional Mercados Estados Unidos y Canadá (segmento de lujo).

Dentro del segmento del turismo de lujo, destaca la atención al viaje de familiarización Cruceros Storylines (EE.UU.), realizada, en el mes de junio, en colaboración con Turismo Andaluz. La empresa Storylines gestiona un concepto de cruceros original, casi inexistente hasta ahora. Se trata de barcos de pequeño calado con distribución de alojamientos en forma de suites, cada una de ellas adquirida en propiedad por los viajeros, de alto poder adquisitivo. Se establecen en cada puerto un mínimo de 3 o 4 noches, lo que garantiza un turismo con gasto medio muy superior al referente en el segmento.

Previsiones

A fecha de hoy, Prodetur-Turismo de la Provincia tiene previsto atender en los próximos meses más de una decena de viajes de familiarización y otras acciones de promoción inversa, en las que participarán más de 300 profesionales del sector turístico nacional e internacional.