

El «Pla d'Accions» d'Ara Lleida preveu un centenar d'actuacions pel 2019

Els tècnics dels consells comarcals s'han reunit per promocionar l'oferta turística del Pirineu i les Terres de Lleida



Reunió amb els tècnics dels consells comarcals del Pirineu i Terres de Lleida | Diputació de Lleida

Els tècnics de turisme dels consells comarcals del Pirineu i les Terres de Lleida s'han reunit amb el Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida per tractar del *Pla d'Accions 2019* d'Ara Lleida. El Pla recull més d'un centenar d'actuacions destinades a promocionar tota l'oferta de turisme que proposa la demarcació amb productes de natura, turisme actiu, cultura, gastronomia i enoturisme, així com també en els diferents reconeixements mundials que té en l'àmbit patrimonial.

També inclou actuacions per reforçar la internacionalització amb campanyes de relacions públiques en mercats internacionals i la millora de la comunicació a través dels mitjans socials per transmetre els atributs de la destinació turística de Lleida. A més, el 2019 l'oferta vinculada amb la cultura i el patrimoni mantindrà per segon any consecutiu un protagonisme especial amb motiu de la declaració de l'Any Europeu de Patrimoni Cultural.

L'ampli ventall d'accions van destinades, d'una banda, al públic final, i, de l'altra, a turoperadors turístics i als mitjans de comunicació de Catalunya, de la resta de l'Estat i d'àmbit internacional. El Pla d'Accions preveu la participació del Patronat de Turisme en una desena de fires i salons de turisme, tant d'àmbit estatal com internacional, així com en tallers i seminaris i en el desenvolupament de campanyes publicitàries institucionals previstes en els mercats interiors, estatals i internacionals.

Catalunya, mercat prioritari

Catalunya continuarà l'any 2019 com a mercat prioritari, seguit de Madrid, el País Basc, la Comunitat Valenciana i les illes Balears, on es duran a terme bona part de les accions previstes. En l'àmbit internacional, França, centrarà en bona part de les accions de promoció i de suport a la comercialització, en un segon nivell s'han planificat actuacions destinades a captar el públic del Benelux i el Regne Unit. En tercer lloc, el mercat d'Alemanya, i finalment també es faran accions puntuals a Israel, Itàlia, Portugal, els Països de l'Est, la Xina i la zona d'Àsia-Pacífic.

El director del Patronat, Juli Alegre, ha aprofitat la jornada per expressar la seva satisfacció pel comportament turístic de la demarcació de Lleida durant el passat estiu, com també per l'evolució que està tenint el sector turístic durant els 10 primers mesos d'enguany en relació amb l'any 2017.