

BALANÇO "EXTREMAMENTE POSITIVO"

Marca Centro de Portugal afirmada na BTL

■ "Extremamente positivo" é o balanço geral da participação do Turismo Centro de Portugal na 23.ª edição da Bolsa de Turismo de Lisboa - BTL, que terminou no passado domingo, tendo, inclusivamente, ultrapassado as metas propostas ao nível da promoção interna e externa da marca", afirma em comunicado.

Apesar da BTL propiciar uma maior interação com o mercado interno, durante os três primeiros dias da feira (exclusivamente para profissionais) verificou-se que os contactos estabelecidos com os operadores turísticos internacionais superaram o agendamento programado.

Além das reuniões calendariadas no âmbito do programa Hosted Buyers, realizaram-se mais de 20 de reuniões técnicas com operadores procedentes de diversos mercados (Alemanha, Bélgica, Dinamarca, Espanha, França, Holanda, Itália, Luxemburgo, Reino Unido, República Checa, Rússia e Ucrânia), com especial destaque para o mercado alemão.

Participação das redes sociais

O modelo de participação da Turismo Centro de Portugal (TCP) na BTL privilegiou o negócio e a promoção do produto "Gastronomia & Vinhos", tendo sido

criada uma área de negócio no stand, com mesas de ocupação exclusiva a cargo das empresas Termas da Curia (Anadia), Termas de São Pedro do Sul (S. Pedro do Sul), Hotel Imperial (Aveiro), Hotel Severino José (Tondela), Cadeia Sabir Hotéis (Figueira da Foz), Hotel Caramulo (Caramulo), Hotel Wellington (Figueira da Foz), Douro Acima (Cruzeiros de barco e City Tour), Grande Hotel da Felgueira (Canas de Senhorim), Naturtejo (Castelo Branco).

No contexto do produto "Gastronomia & Vinhos", produto transversal aos quatro pólos de marca turística que integram o território regional (Ria de Aveiro, Viseu - Dão Lafões, Coimbra, Castelo Branco - Naturtejo), durante os cinco dias do certame foram permanentes as degustações gastronómicas e provas vínicas. A colaboração dos diversos municípios, confrarias gastronómicas e associações de desenvolvimento foi decisiva no sucesso do programa de animação apresentado na BTL, permitiu a promoção e afirmação da marca Centro Portugal. O plano de comunicação desenhado pela TCP para a BTL privilegiou a participação activa nas redes sociais Twitter e Facebook, tendo sido registadas mais de cinquenta mil interações /visualizações só no dia 26.



PRIMEIRO-MINISTRO visitou stand do Turismo Centro Portugal