

Andalucía continúa en Finlandia la acción para difundir su oferta turística y gastronómica en los países nórdicos

La Consejería de Turismo y Comercio celebrará del 23 de octubre al 1 de noviembre en Helsinki (Finlandia) la acción promocional 'Taste of Andalucía', iniciativa desarrollada recientemente en Suecia con el objetivo de difundir entre el consumidor final de los países nórdicos la oferta turística y gastronómica del destino. En este caso, la actuación tendrá lugar en un céntrico restaurante español de la capital

La Consejería de Turismo y Comercio celebrará del 23 de octubre al 1 de noviembre en Helsinki (Finlandia) la acción promocional 'Taste of Andalucía', iniciativa desarrollada recientemente en Suecia con el objetivo de difundir entre el consumidor final de los países nórdicos la oferta turística y gastronómica del destino. En este caso, la actuación tendrá lugar en un céntrico restaurante español de la capital finlandesa, en el que se ofrecerá a los clientes que visiten el establecimiento un menú especial que mostrará algunos de los platos y productos típicos de Andalucía, además de contar con una decoración especial para reforzar la imagen del destino. Además, el próximo 29 de octubre se desarrollará en este mismo enclave un encuentro con representantes de operadores, agencias de viajes y prensa especializada de la ciudad y su área de influencia, para incidir en la gastronomía como uno de los atractivos diferenciadores de la comunidad. Finlandia es uno de los emisores internacionales que está mostrando una mejor evolución en el destino en el presente año, ya que entre enero y agosto los establecimientos hoteleros andaluces recibieron 42.869 viajeros procedentes de este país que realizaron 210.064 pernoctaciones, lo que supone incrementos en relación al mismo periodo de 2013 del 39,3% y del 83,5%, respectivamente. Los emisores nórdicos en su conjunto (Suecia, Dinamarca, Finlandia y Noruega) aportaron en estos meses 220.638 viajeros alojados en hoteles de la comunidad, un 9,8% más; quienes realizaron más de un millón de pernoctaciones, lo que supone un incremento del 25,2%. El mercado nórdico se caracteriza por ser un emisor experimentado con un alto grado de fidelidad, que ve las vacaciones como un bien necesario más que como un producto de lujo, y en el se realizan una gran parte de los viajes de ocio o vacaciones fuera de sus fronteras, por lo que se encuentra entre la áreas de actuaciones de prioridad alta dentro del Plan Director de Promoción 2013-2016.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Andalucía](#)