

N

TURGALICIA
BOLETÍN DE NOTICIAS

Nº 150 25-31 MARZO '08

Boletín electrónico semanal de **TURGALICIA**. Estrada Santiago Noia, Km. 3. 15896, Santiago de Compostela.



Si desea recibir más información gráfica o escrita sobre las informaciones contenidas en este boletín envíenos un e-mail pulsando el siguiente enlace:



o póngase en contacto con nosotros en el teléfono:

902 200 432

o en el fax:

981 542 659



www.turgalicia.es



Reservas



Ofertas



Publicaciones



Noticias

Edita: **TURGALICIA**. Realización Boletín de Noticias: Imaxe Nova de Comunicación S.L. c/ Uruguay 2, 3º derecha, 36201, Vigo. Tel.: 986 221 835. Fax.: 986 437 141 email: imaxenova@imaxenova.com

PROMOCIONES “IN SITU”

Periodistas, agentes de viajes y particulares realizaron el pasado año 94 viajes de familiarización turística a Galicia

Los viajes de familiarización turística, conocidos en el argot del sector como *fam trips* o *fam tours*, trajeron a Galicia en 2007 un total de 714 personas, entre las que se incluyen los titulares de la tarjeta *Galicia Premium* que hicieron uso de sus puntos. El número de participantes –representantes de medios de comunicación (119), agencias de viajes (309) y público final (266)– supuso un incremento del 19 por ciento con respecto al año anterior, y de un 39 por ciento con respecto a 2005.

Los viajes de familiarización, organizados por la Sociedad de Imagen y Promoción Turística de Galicia, **TURGALICIA**-Dirección Xeral de Turismo, constituyen una forma de promoción turística basada en el conocimiento “in situ” del destino, con la que se obtienen grandes ventajas. Por un lado, los agentes de viajes pueden hablar del destino con un mejor conocimiento, y, por otro, los medios de comunicación difunden reportajes que suponen un gran valor publicitario para el destino. Según un estudio realizado por el Área de Coordinación del Plan de Promoción de **TURGALICIA**, las ciudades –Santiago de Compostela es el destino “estrella” con un 17,88 por ciento– son los destinos mayoritarios de estos viajes, con un porcentaje del 46,24 por ciento sobre el total. La costa fue el destino del 36,47 de los viajes, y el interior, del 17,29 por ciento. En el conjunto de la costa, O Salnés (25,96 por



Un grupo de agentes turísticos, durante su viaje de familiarización por Galicia.

ciento), A Toxa (15,38 por ciento) y A Costa da Morte (14,42 por ciento), seguidos de Baiona (6,73 por ciento), son los lugares más visitados.

Por su parte, las zonas más visitadas del interior de Galicia coinciden bien con destinos importantes de Turismo de Salud, como Mondariz-Balneario, o con destinos con oferta dirigida al enoturismo, como es el caso de la comarca de O Ribeiro y A Ribeira Sacra. Los participantes en los viajes de familiarización organizados el pasado año por **TURGALICIA** proceden mayoritariamente del mercado estatal (58,71 por ciento). Del ámbito internacional, el 81,17 por ciento son europeos, y el 17,15 por ciento, americanos.

Por nacionalidades, destaca la importancia del mercado alemán, que alcanza un 36,40 por ciento del total, seguido del portugués (23,01 por ciento) y el mexicano (14,64 por ciento).

“Camelia de Galicia” recibe en Santiago la visita de 25.000 personas

La exposición “Camelia de Galicia”, que acogió el Pazo de Fonseca de Santiago de Compostela los pasados días 21 y 22 de marzo, fue visitada por 25.000 personas, de las que el 65 por ciento fueron turistas españoles y extranjeros que pasaban sus vacaciones de Semana Santa en Galicia.

La muestra, organizada por **TURGALICIA** en colaboración con la Sociedad Española de la Camelia y la Universidad de Santiago, exhibió una gran variedad de flores de camelia, procedentes de los jardines de más de 20 coleccionistas gallegos. Con ella, se dio a conocer entre el público una flor de origen

oriental, muy presente en los jardines gallegos.

Como elemento identificador de Galicia, la camelia protagoniza la Ruta de los Jardines de Invierno, un recorrido por ocho jardines públicos y privados, y sirvió en esta muestra para prestigiar la imagen de Galicia como destino turístico.