



La Comunidad ultima un plan para reactivar el segmento del golf tras el parón por la covid-19

La hoja de ruta incluye una batería de acciones de turoperación que se desarrollaría en 11 países europeos

Desde la Consejería de Turismo, Juventud y Deportes, en colaboración con la Asociación de Empresarios de Golf de la Región de Murcia (Aegolfrm), se trabaja en la conclusión de un plan con el objetivo de marcar las pautas y acciones necesarias para reactivar el segmento del golf tras el parón por la crisis sanitaria.

La hoja de ruta incluye acciones de marketing digital con turoperadores internacionales dirigidas al posicionamiento vía web del 'Destino de Golf Región de Murcia', publicaciones e inserciones de publicidad en revistas especializadas, envío de newsletters, organización de viajes de familiarización y presencia del destino en ferias, torneos y otros eventos, dependiendo del avance del desarrollo de la pandemia y manteniendo las medidas de seguridad implantadas por las autoridades sanitarias.

La consejera de Turismo, Juventud y Deportes, Cristina Sánchez, explicó que estas actuaciones tienen como objetivo reimpulsar el destino de golf de la Región de Murcia en 11 países europeos a partir del presente año 2021 (Reino Unido, Francia, Alemania, Austria, Suecia, Dinamarca, Finlandia, Islandia, Noruega, Holanda y Bélgica).



“El plan contempla como novedad que los turoperadores que trabajen con la Región de Murcia comercializarán cuatro paquetes turísticos diferenciados por zonas: el Mar Menor, La Manga, Murcia y Águilas, apoyando así la reactivación de todos los territorios regionales; y los paquetes incluirán hotel, ronda de golf y acceso a una oferta complementaria, especialmente centrada en los productos de gastronomía, playa, cultural y aventura”, destacó la consejera.

Con el objetivo de reforzar estas acciones, la Consejería de Turismo, Juventud y Deportes desarrollará de forma paralela una planificación anual destinada a la promoción y comercialización del producto, que se materializará en acciones como la participación en ferias especializadas, el patrocinio de torneos y difusión de contenido promocional en televisión y prensa especializada.