

Estrategia de promoción



Estrategia de promoción



Nomenclatura acción PAPT1

FERIA FITUR

Objetivo

2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.

4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.

Líneas de trabajo

2. Desarrollo e impulso de los productos “innovadores” para su posicionamiento en el mercado turístico, consolidación de los productos “estrella” e impulso de los productos “emergentes”.

10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.

Descripción

Asistencia a la feria de FITUR con material propio y de Enoturismo de Aragón. Atención al stand y programación de catas-degustaciones.

Localidad: MADRID.

Duración

Enero 2024 y 2025

Soporte

Stand.

Justificación

Promoción Rutas del Vino de Aragón.

Coste estimado

310.- EUROS

Entidades colaboradoras

Turismo de Aragón.

Agentes responsables

Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Fuentes de financiación

Convenio Enoturismo Aragón

Indicadores de seguimientos

Apariciones en medios de comunicación, publicaciones en redes sociales, número de catas degustaciones; colaboraciones de bodegas con entrega de material para las degustaciones, etc.
ESTADO:

Calendario

24 al 28 de enero de 2024.
Pendiente fechas 2025.

Prioridad

Alta

Agenda 2030

Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible

Plan gestión Paisaje Ruta Garnacha

Imagen y promoción P.137, P.157 y P.173

Estrategia de promoción



Nomenclatura acción PAPT2

FERIA NAVARTUR

Objetivo

2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.

4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.

Líneas de trabajo

2. Desarrollo e impulso de los productos “innovadores” para su posicionamiento en el mercado turístico, consolidación de los productos “estrella” e impulso de los productos “emergentes”.

10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.

Descripción

Asistencia a la feria de NAVARTUR con material propio y de Enoturismo de Aragón. Atención al stand y programación de catas-degustaciones.

Localidad: PAMPLONA.

Duración

Del 23 al 25 de febrero de 2024.
Pendiente fechas 2025.

Soporte

Stand.

Justificación

Promoción Rutas del Vino de Aragón.

Coste estimado

310.- EUROS

Entidades colaboradoras

Turismo de Aragón.

Agentes responsables

Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Fuentes de financiación

Convenio Enoturismo Aragón

Indicadores de seguimientos

Apariciones en medios de comunicación, publicaciones en redes sociales, número de catas degustaciones; colaboraciones de bodegas con entrega de material para las degustaciones, etc.

ESTADO:

Calendario

Año 2024 y 2025

Prioridad

Alta

Agenda 2030

Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible

Plan gestión Paisaje Ruta Garnacha

Imagen y promoción P.137, P.157 y P.173

Estrategia de promoción



Nomenclatura acción PAPT3

FERIA B-TRAVEL

Objetivo

2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.

4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.

Líneas de trabajo

2. Desarrollo e impulso de los productos “innovadores” para su posicionamiento en el mercado turístico, consolidación de los productos “estrella” e impulso de los productos “emergentes”.

10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.

Descripción

Asistencia a la feria de BTRAVEL con material propio y de Enoturismo de Aragón. Atención al stand y programación de catas-degustaciones.

Localidad: BARCELONA.

Duración

Del 15 al 17 de Marzo de 2024.
Pendiente fechas en 2025.

Soporte

Stand.

Justificación

Promoción Rutas del Vino de Aragón.

Coste estimado

310.- EUROS

Entidades colaboradoras

Turismo de Aragón.

Agentes responsables

Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Fuentes de financiación

Convenio Enoturismo Aragón

Indicadores de seguimientos

Apariciones en medios de comunicación, publicaciones en redes sociales, número de catas degustaciones; colaboraciones de bodegas con entrega de material para las degustaciones, etc.
ESTADO:

Calendario

Año 2024 y 2025

Prioridad

Alta

Agenda 2030

Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible

Plan gestión Paisaje Ruta Garnacha

Imagen y promoción P.137, P.157 y P.173

Estrategia de promoción



Nomenclatura acción PAPT4

FERIA ARATUR

Objetivo

2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.

4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.

Líneas de trabajo

2. Desarrollo e impulso de los productos “innovadores” para su posicionamiento en el mercado turístico, consolidación de los productos “estrella” e impulso de los productos “emergentes”.

10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.

Descripción

Asistencia a la feria de ARATUR con material propio y de Enoturismo de Aragón. Atención al stand y programación de catas-degustaciones.

Localidad: ZARAGOZA.

Duración

Del 24 al 26 de mayo de 2024.
Pendiente fechas en 2025.

Soporte

Stand.

Justificación

Promoción Rutas del Vino de Aragón.

Coste estimado

310.- EUROS

Entidades colaboradoras

Turismo de Aragón.

Agentes responsables

Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Fuentes de financiación

Convenio Enoturismo Aragón

Indicadores de seguimientos

Apariciones en medios de comunicación, publicaciones en redes sociales, número de catas degustaciones; colaboraciones de bodegas con entrega de material para las degustaciones, etc.
ESTADO:

Calendario

Año 2024 y 2025.

Prioridad

Alta

Agenda 2030

Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible

Plan gestión Paisaje Ruta Garnacha

Imagen y promoción P.137, P.157 y P.173

Estrategia de promoción



Nomenclatura acción PAPT6

MUESTRA DE GARNACHAS

Objetivo

2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.

4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.

Líneas de trabajo

2. Desarrollo e impulso de los productos “innovadores” para su posicionamiento en el mercado turístico, consolidación de los productos “estrella” e impulso de los productos “emergentes”.

10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.

Descripción

Asistencia a la Muestra de Garnacha con material propio.
Atención al stand

Localidad: ZARAGOZA.

Duración

Mayo 2024 y 2025. Fechas pendientes.

Soporte

Stand.

Justificación

Promoción Ruta de la Garnacha.

Coste estimado

350.- EUROS

Entidades colaboradoras

Denominación de Origen Campo de Borja.

Agentes responsables

Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Fuentes de financiación

Asociación para la promoción turística de La Ruta de la Garnacha

Indicadores de seguimientos

Apariciones en medios de comunicación, publicaciones en redes sociales, etc.
ESTADO:

Calendario

Año 2024 y 2025.

Prioridad

Alta

Agenda 2030

Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible

Plan gestión Paisaje Ruta Garnacha

Imagen y promoción P.137, P.157 y P.173

Acciones y cronograma 2024-2025

Sensibilización
Formación
PROMOCIÓN TURÍSTICA
Marketing y comunicación
Calidad Turística