

El nou portal turístic de la Costa Brava i el Pirineu de Girona s'edita en set idiomes.

Turisme | 14-02-2014 | 12:35



Un centenar de representants i professionals del sector turístic gironí han assistit aquest migdia a la presentació del nou portal oficial turístic de la Costa Brava i el Pirineu de Girona, www.costabrava.org i www.pirineugirona.org, gestionat pel màxim organisme de promoció turística de les comarques gironines, el Patronat de Turisme Costa Brava Girona de la Diputació de Girona, que ha tingut lloc al Parc Científic i Tecnològic de Girona.

Dirigents i tècnics de l'entitat han presentat una portal web modern, dinàmic i de gran abast que millorarà la difusió dels valors naturals, patrimonials i turístics de les destinacions gironines entre els visitants i turistes potencials.

El president de la Diputació de Girona i del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, Joan Giraut, ha manifestat «després de més d'un any de treballar portes endins en un projecte engrescador i necessari, finalment veu la llum una plataforma moderna, innovadora, viva i canviant que s'ofereix alhora com una eina personal i professional». Giraut ha afegit «sabem que el que busca un turista francès no és el mateix que el que busca un turista rus, i per això hem afinat i hem fet portals a la mida dels mercats. Treballem per estar al dia en tendència turística i atendre les necessitats dels nostres clients per fidelitzar-los».

Es tracta d'una eina de consulta, un espai on l'usuari pot participar en la creació de continguts i compartir-los a través de les xarxes socials que s'hi incorporen ?Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Flickr i Pinterest? i que es potencien des del Patronat de Turisme des de fa quatre anys.

Al portal hi predomina la imatge d'alta qualitat, i fotografies i vídeos emotius i evocadors que introdueixen les seccions: «gaudeix», «on anar», «què fer», «on menjar» i «allotjament». Cada secció incorpora diferents apartats amb informació d'interès, que es pot compartir a les xarxes.

Es milloren els serveis d'informació d'agenda, planificació de viatges i de reserva d'allotjaments a través de widgets (ginys) visibles a tot arreu del web.

Es captura l'atenció de l'usuari amb apartats com ara «No t'ho perdís», que actua com a reclam

perquè l'usuari segueixi cercant i interactuant a la pàgina.

Inclou una secció anomenada «Amb altres ulls», de prescriptors, blockaires de referència que donen testimoni i comparteixen vivències sobre les seves visites a la destinació.

L'anterior portal, que va ser creat al 2007 i que no permetia incorporar l'aplicació de les xarxes socials, rebia anualment 1,3 milions de visites: una xifra molt bona, que s'aspira a fer créixer amb la nova i millorada plataforma.

Entre els objectius de 2014, es vol assolir la xifra de dos milions de visitants únics al portal i la visualització de més de sis milions de pàgines vistes.

El disseny i l'arquitectura del portal ha anat a càrrec de l'empresa Lavinia. El cost del portal ascendeix a 69.141 €, dels quals 47.141 € corresponen a l'adjudicació de la producció i 22.000 € a les traduccions dels continguts a set idiomes.

El Patronat de Turisme aspira que la web turística sigui la més ben posicionada en els principals buscadors en els diferents mercats emissors. En aquest sentit, s'han treballat els continguts del portal amb tècniques SEO per aconseguir posicionar no tan sols Costa Brava i Pirineu de Girona en els cercadors sinó també les fitxes corresponents a altres apartats del web.

El Patronat de Turisme gestiona directament el portal, i a mitjà termini es posarà en funcionament el web professional adreçat al sector turístic i, més endavant, la sala de premsa per a periodistes nacionals i internacionals.

Experts en les noves tecnologies aplicades al turisme valoren i opinen sobre el portal:

«Un site que ofereix molts continguts, molt ben disposats i cercables, perquè sigui fàcil moure's pel web en funció del que vulgui fer el visitant. És un site que baixa dels pretensiosos portals que acostumem a emplenar-se de continguts redundants en carregoses estructures per aterrar en la humil però funcional estructura d'un bloc proper al públic final. Una estratègia, segur, encertada». Víctor Puig, soci director de l'agència Zinkdo.

«El nou web www.costabrava.org explica la meua terra en set idiomes, i d'una manera clara, usable, social, moderna? orientada als usos i les experiències que podem oferir». Genis Roca, president Fundador de l'empresa catalana de tecnologia digital, Roca Salvatella.

«Me parece una web muy interactiva y visual, que además aprovecha al máximo las nuevas tecnologías para poner en contacto al destino con el visitante, viajero y turista. Un paso sin duda hacia adelante en la estrategia de comunicación 2.0 por la que apuesta el Patronato de Turismo Costa Brava Girona». Doris Casares, editora del blog 3viajes.com i membre de Travel Inspirers, considerada una de les cent dones més influents d'Espanya en comunicació digital.

«Cal destacar el sacrifici que implica oferir els continguts en set idiomes, entre els quals es troba el rus, cosa que comporta un gran esforç de manteniment del lloc web, però que posa de manifest la clara orientació cap a la promoció internacional de la destinació». Montse Peñarroya, directora de l'Institut d'Investigació de la Societat de la Informació i el coneixement.