

Turistopía 2015, un evento profesional y una herramienta de promoción turística

- **Turistopía reunió el pasado jueves 19 de noviembre a más de 120 profesionales en Bilbao interesados en aprender sobre nuevas experiencias y productos turísticos innovadores.**
- **Con más de 20 horas como Trending Topic en Twitter, Turistopía se consolida como un evento de gran repercusión en redes sociales y herramienta de promoción de la ciudad donde se celebra.**

El pasado 19 de noviembre Bilbao acogió un año más Turistopía, el primer evento experiencial para profesionales de turismo en España que celebró su cuarta edición bajo el tema “¿Y si...? dibujamos el nuevo turismo”.

Turistopía es un evento que consta de dos partes que definen el encuentro y que unidas se convierten en “Un día Turistopía”. Por un lado, durante la mañana del evento se recorren y promocionan una serie de rutas alternativas no ligadas a los grandes iconos turísticos de la ciudad, un objetivo vital para cualquier destino que quiera atraer a un turista cada vez más exigente que busca experiencias únicas. Por la tarde, se celebra un encuentro entre profesionales del turismo de toda España interesados en aprender de la experiencia de otras empresas y destinos, compartir ideas y hacer contactos en un entorno creativo que fomenta el networking y la colaboración.

Según explica Natalia Zapatero, gerente y socia fundadora de Turiskopio, empresa organizadora del evento, “Turistopía nace con el objetivo de inspirar a los asistentes a pensar de forma distinta, como punto de encuentro profesional donde escuchar relatos sobre proyectos y servicios innovadores narrados en primera persona por sus creadores. Adicionalmente, en las dos últimas ediciones hemos ampliado las actividades para incluir un blog trip que complementa el encuentro profesional y que sirve como herramienta de promoción de la ciudad en donde se celebra, en este caso, Bilbao”.

En la edición de este año, a la pregunta ¿Y si dibujamos el nuevo turismo? se suma la pregunta de Viajes Azul Marino ¿Y si Bilbao fuera un destino exótico?. Bajo esta premisa, 25 bloggers, periodistas y empresarios tuvieron la oportunidad de caminar por Bilbao con la misma mirada que lo harían por uno de los exóticos destinos que comercializa Azul Marino desde hace más de 35 años. Con un tiempo casi primaveral, los participantes descubrieron los atractivos de una ciudad de vanguardia donde se ha fomentado el muralismo y el street art en una ruta diseñada por el artista brasileño Erb Mon que está en la actualidad trabajando con el Museo Guggenheim.

El itinerario por Bilbao se complementó con un taller de txalaparta (instrumento tradicional vasco de percusión) y una cata de vinos provistos por la bodega de Rioja Alavesa, Ruiz de

Viñaspre, en un restaurante de cocina vanguardista inspirada en la comida “simplista” nórdica. Tras el almuerzo, Tourné y Bizibike, operadores turísticos de Bilbao, ofrecieron sus bicicletas para navegar la ciudad y acercarse a la sede de Turistopía.

Una vez concluidas las actividades de la mañana, inauguró Turistopía Nora Sarasola, directora general de Bilbao Ekintza, el ente público que tiene como objetivo la generación de riqueza económica y social para la ciudad de Bilbao y acto seguido, se sucedieron diez ponencias y actividades donde se hizo partícipe al público asistente.

Anna Domingo, directora de marketing experiencial e internacionalización de The View from The Shard, habló de la oferta experiencial del edificio más alto de Europa y ofreció la posibilidad de experimentar las vistas de vértigo a través de las Oculus Rift; Carlos Domínguez, coordinador de O´Marisquiño presentó un festival de action sports en Vigo que se ha convertido en un motor de promoción turística para la ciudad; Javier Tejera y Javier Gómez de la Torre presentaron los paisajes sonoros de La Palma y el público pudo sumergirse en una experiencia auditiva con los ojos vendados para eliminar la influencia visual que distorsiona la imaginación que nos proporcionan los sonidos; Juan Jesús Gómez presentó una propuesta cultural en espacios alternativos donde las azoteas pueden convertirse en un destino turístico; y por el lado tecnológico, Javier Ábrego de Tweet Binder nos enseñó la importancia de medir el impacto de las campañas de promoción en las redes sociales y Unai Baeza, las infinitas posibilidades de la tecnología ofrecidas por Virtualware con pantallas interactivas y realidad virtual. El proyecto La Fabrika Bilbao demostró los beneficios de la colaboración entre empresas de turismo, comercio y hostelería en la creación de productos turísticos innovadores.

Turistopía muestra además su compromiso con el turismo inclusivo y por ello todas las ediciones incluyen ponencias dedicadas a este tema. Este año contó con el músico y viajero con discapacidad visual Antonio Chávez y su proyecto Atlas de creación de un mapamundi sonoro; la empresa Puntodis creó señalética en braille para todos los asistentes y Lantegi Batuak / BBK Good Hostel proveyó un traductor en lenguaje de signos.

Durante todo el evento, un artista de Graphic Recording realizó ilustraciones de todas las ponencias en directo a modo de “story-telling”, la empresa QBox presentó su proyecto de construcción en cartón que permitió dinamizar la conversación mediante la gamificación del espacio y una expo-creativa hizo las delicias de los asistentes con presentaciones de productos y dinámicas amenas que atrajo el interés de todos los participantes. El colofón final lo puso un desfile de vestidos hechos íntegramente de papel procedentes del Festival Internacional de Vestidos de Güeñes que se celebra anualmente en la comarca de las Encartaciones.

Acuden a Turistopía perfiles profesionales del sector turístico muy diversos: gestores de destinos turísticos, empresas de tecnología, centros de investigación, bodegas, museos, agencias de comunicación, hoteleros, asociaciones y muchos buenos profesionales de éste y otros sectores que buscan aprender, innovar y colaborar para combinar sus productos y servicios y participar en una de las industrias más dinámicas de la economía.

“A Turistopía se viene a aprender y se sale con nuevas ideas, energía renovada, buenos contactos e historias que contar. Nuestro evento no te deja indiferente, por eso contamos con fans, no asistentes, que repiten año tras año”, concluye Natalia Zapatero.

Información adicional:

Programa: <http://www.turistopia.com/programa/>

Patrocinadores: <http://www.turistopia.com/patrocinadores-2015/>

Página web: www.turistopia.com

Fecha: 19 de noviembre de 2015

Acerca de Turiskopio

Turistopía es la proyección de la forma de trabajo y filosofía profesional de Grupo Turiskopio, una empresa de marketing especializada en turismo cuya misión es ayudar a las empresas y destinos turísticos a diferenciarse identificando su propuesta de valor, creando estrategias de comunicación y propuestas creativas de promoción.

Más información:

Grupo Turiskopio

Jay Levit

Tel: 616 220 705

turiskopio@turiskopio.com

www.turiskopio.com