

There are no translations available.



Frunza României, simbolul **brandului** de țară, a concurat la **Târgul internațional de turism** de la Barcelona cu masaje thailandeze sau cu nuduri masculine. Toate cele aproape 100 de țări participante s-au întrecut în a arăta

turiștilor

o mică parte din specificul locului. România i-a atras pe vizitatori cu miros de sarmale și mici.

România a participat pentru prima dată la **Târgul Internațional de Turism** de la Barcelona sub sigla frunzei și a sloganului "Explore the Charpatian Garden". Pe vizitatori i-a atras, însă, cel mai tare mirosul de sarmale, prilej cu care străinii au aflat că avem în România și metrou și mașini pe stradă.

La nici 50 de metri de standul României, Norvegia atrăgea **turiștii** ca un magnet cu un nud îndrăzneț.

Franța, Germania sau Belgia au mizat tot pe mâncare - de la brânzeturi alese, la ciocolată.

Polonia mizează anul viitor pe campionatul de fotbal, așa că **turiștii** au fost invitați la un joc în mijlocul standului.

Iar când spui Thailada, spui întâi de toate "masaj".

Una peste alta, simbolul brandului, frunza românească a avut concurenți pe cinste, dacă mesajul nostru a avut sau nu succes, vor vedea în numărul de **turiști** care ne vor vizita țara în perioada următoare.

Pentru a citi și despre una dintre cele mai noi strategii turistice care se dorește a fi pusă în aplicare, accesați [această secțiune](#) a site-ului nostru.

[Citeste mai mult...](#)

Sursa: www.dailybusiness.ro