



Sevilla, 5 de noviembre de 2015

NOTA DE PRENSA

Campaña de Promoción conjunta para atraer al Turismo de Cercanía a Sevilla y Provincia

Protagonismo de la Gastronomía, con la participación de más de una veintena de empresas de productos emblemáticos del territorio, que ofrecerán degustaciones

El presidente de la Diputación de Sevilla, Fernando Rodríguez Villalobos, ha visitado, junto al alcalde de Sevilla, Juan Espadas, en la sevillana Puerta Jerez, la zona expositiva de una campaña de promoción turística conjunta de Sevilla y provincia al objeto de impulsar el turismo de cercanía y de fines de semana. Con esta iniciativa se pretende, además, reforzar la promoción del destino de cara al periodo navideño.

La campaña, que ha arrancado, hoy, en la capital hispalense, tiene previsto recorrer, hasta el próximo día 18, las capitales de las cuatro provincias andaluzas limítrofes: Cádiz, Córdoba, Huelva y Málaga.

Para Rodríguez Villalobos, esta acción promocional se lleva a cabo “en línea con el objetivo de unidad de acción por parte de la Junta, el Ayuntamiento y la Diputación para sumar los atractivos turísticos del territorio y ofrecer una oferta diversificada”.

Por otra parte, Villalobos se mostró convencido de que esta campaña “contribuirá” a la “excelente” tendencia del sector, que hasta la fecha arroja “datos históricos”. En este sentido, el presidente de la Diputación indicó que, en lo que va de año, las pernoctaciones han aumentado más de un 24%; y el número de viajeros un 17% en el conjunto de alojamientos reglados de la provincia, exceptuando la capital.



"Se trata de una campaña que dirigimos a un mercado esencial para nuestro destino, dado que el 41% de las pernoctaciones de residentes en España que registran los hoteles de la provincia, sin la capital, proceden de la propia Andalucía; un 20% de la Comunidad de Madrid; y en torno a un 8% de Cataluña".

El atractivo gastronómico como reclamo turístico

La campaña de promoción conjunta 'Sevilla y su provincia' presta una especial atención al segmento gastronómico como atractivo turístico. En esta línea, hasta 21 empresas sevillanas de productos gastronómicos de excelencia, procedentes de sectores como el ibérico, aceite, quesos, dulces o vinos y licores, participan en esta acción para promocionar sus productos, expuestos en una carpa expositiva, y ofrecer degustaciones.

Asimismo, la acción promocional centra la atención en el producto 'Hay otra Sevilla llena de experiencias', que ofrece 52 paquetes turísticos, uno distinto para cada fin de semana del año. En palabras del presidente, una propuesta *"muy adecuada"* para esta campaña de turismo de proximidad.

Con el producto 'Hay otra Sevilla llena de experiencias', se pretende, además, combatir la estacionalidad, un objetivo al que, -a juicio de Rodríguez Villalobos- *"campañas como esta, en las que se ofrece un destino diversificado, también pueden contribuir"*.