

martes, 06 de julio de 2021

"Un Viaje de Sabores", una campaña que destaca las sinergias entre el turismo y el sector agroalimentario para atraer a visitantes de proximidad

Promoción turística destinada al mercado local

El presidente de la Diputación, Fernando Rodríguez Villalobos, ha presentado la campaña 'Un Viaje de Sabores', destinada al mercado de proximidad y con la gastronomía y los productos locales como principal recurso vinculado a los diferentes segmentos turísticos. En la presentación, en la que Villalobos ha estado acompañado por la vicepresidenta de Prodetur, Manuela Cabello, han participado, también, el presidente de la Confederación de Empresarios de Sevilla (CES), Miguel Rus; el presidente de la Asociación de Hoteles, Manuel Cornax; el presidente de la Academia Sevillana de Gastronomía y Turismo, Julio Moreno; y el vicepresidente de la Asociación de Hostelería, Manuel Castilla.

La iniciativa, promovida por Prodetur, responde a los objetivos de notoriedad y reconocimiento de los productos agroalimentarios de la provincia de Sevilla y su relación e impacto en el entorno. De este modo, se pretende representar todos los aspectos que engloba la iniciativa 'Sabores de la Provincia de Sevilla', como son la divulgación de productos, servicios, experiencias y territorios.

En palabras de Rodríguez Villalobos, esta campaña contribuye al "reconocimiento" de la marca 'Sabores de la Provincia de Sevilla' como instrumento de promoción y difusión de los productos alimentarios sevillanos. "Y lo hace desde la atención al origen y al territorio como señas identitarias y sinónimos de calidad".

En este contexto, destacó la vinculación entre el turismo y la agroalimentación "dos sectores que pueden complementarse y beneficiarse mutuamente".

"Apelamos al poder evocador de la gastronomía y de los productos de la tierra, que nos trasladan inevitablemente a los sitios de donde proceden y a la experiencia vivida en esos lugares. La combinación de turismo y gastronomía es una fórmula eficaz para atraer visitas y fidelizarlas".

promoción local de cara al verano

La campaña, que alude a tres segmentos turísticos representativos de la oferta de la provincia, como son el cultural, el rural, y el de naturaleza o activo, se lanzará en soportes de medios de prensa y radio provinciales, y redes sociales, dado que su público objetivo principal, de cara a este verano, es el de proximidad. "Los propios

sevillanos, los de territorios cercanos o bien los que ya se encuentren de visita en la provincia, para animarles a que aprovechen esta coyuntura, en la que aún hay incertidumbre para viajes a escala internacional, y conozcan toda la riqueza turística y gastronómica de los municipios sevillanos. Pero se trata de una campaña cuyo radio de acción iremos ampliando”.

En este contexto, Villalobos se ha referido a los datos aportados por el portal especializado EscapadaRural, según los cuales, Sevilla, registra, para el mes de julio, un 36 % de ocupación, situándose en el sexto puesto en el ranking nacional de ocupación de turismo rural por provincias. Andalucía registra para ese mes un 38 %, situándose en el primer lugar de la tabla de CCAA, seguida de Murcia (37 %) y Madrid (33 %). La media para España es del 25 %. Para el mes de agosto, la ocupación, en la provincia, se eleva 7 puntos, situándose en el 43 % .

“Estos son datos de hace algunas semanas. A partir de ahora el ritmo de vacunación, que parece que está siendo muy bueno, será clave para acelerar la recuperación y aumentar las reservas”.

También ha hecho referencia al último informe de tendencias pos-COVID en el sector del turismo rural elaborado por el portal Clubrural.com, que destaca que Cazalla de la Sierra, Guadalcanal, El Garrobo, Las Navas de la Concepción y La Puebla de los Infantes son los pueblos con mayor demanda en la provincia de Sevilla de cara al verano. Otro dato que pone de relieve la encuesta, realizada a nivel nacional, es que el 41 % de los viajeros se decanta por un destino situado a unas 2 o 3 horas en coche de su domicilio habitual.