

PROVINCIA | Turismo

La Diputación de Córdoba cierra Fitur con más visitas, nuevas rutas aéreas y mejores propuestas para impulsar el turismo de la provincia

Destaca el producto estrella ‘Castle love’, en el que se potencia las visitas a nuestros municipios a través de 12 castillos y fortalezas

Redacción

Lunes 27 de enero de 2025 - 16:40



La delegada de Turismo de la Diputación de Córdoba, Narci, Ruiz, ha realizado hoy un balance de la participación de Córdoba en Fitur 2025, poniendo el foco en el pabellón de Andalucía “cuyo diseño e iluminación, junto a la recuperación de la zona de stand de manera conjunta, con zona de información y de trabajo, además de espacio para presentaciones le han dado mucha visibilidad a la provincia”.

Así se ha expresado Ruiz, quien ha afirmado que “hemos contado con una importante afluencia, muy superior a los años prepandemia. Hemos

superado, sin duda alguna, todas nuestras expectativas de visitantes, lo que significa que hay negocio y que hemos hecho negocio, según nos han trasladado los responsables de mancomunidades y empresas”.

“Se ha conseguido el objetivo marcado de reuniones de negocio, en torno a los 3.000 encuentros previstos, entre entidades y empresas del sector a nivel internacional, que han estado muy interesadas en los nuevos productos que ha presentado la Diputación”, ha apostillado Ruiz.

Para la delegada de Turismo, “esta Diputación ha venido con una propuesta muy trabajada, con productos muy concretos que tienen el objetivo de fortalecer el turismo en la provincia e incrementar las pernoctaciones, dentro de la estrategia de unir a la capital y la provincia”.

Un ejemplo, ha continuado, “ha sido el paquete turístico en torno al turismo sefardí de tres días y dos noches, una estancia en la capital y otra en Lucena, que ha despertado gran interés y con el que se busca captar a un turista cultural y de alto poder adquisitivo. También ha sido un acierto presentar a Córdoba como destino de experiencias con atractivos como el Camino Mozárabe o el Oleoturismo”.

Ruiz ha insistido en que “igualmente hay que destacar nuestro producto estrella ‘Castle love’, en el que potenciamos las visitas a nuestros municipios a través de 12 castillos y fortalezas. La idea es que estos monumentos sirvan de reclamo para que los turistas se adentren en la gastronomía, patrimonio y cultura de nuestros pueblos. Y tenemos que decir que al Patronato de Turismo ya ha llegado una gran cantidad de correos solicitando información sobre el producto, al que ahora daremos continuidad en el tiempo.

“El mensaje que nos llega desde las mancomunidades y los empresarios que han estado en Fitur con nosotros es que sus presentaciones en el stand de Córdoba han sido todo un acierto y están muy satisfechos con la organización, aunque sabemos que tendremos que mejorar algunos aspectos para años posteriores sobre todo en lo relacionado con el aspecto audiovisual. Así, todas las comarcas han estado representadas y han podido vender al mundo sus atractivos, desde el punto de vista turístico”, ha matizado Ruiz.

Del mismo modo, la delegada de Turismo de la Diputación ha insistido en que “por supuesto, uno de los grandes hitos de esta edición de Fitur ha sido el acuerdo alcanzado entre la Diputación, el Ayuntamiento, la Junta de Andalucía y Vueling por el que la aerolínea ofrecerá dos rutas semanales a Barcelona a partir de septiembre”.

Además, ha remarcado Ruiz, “hemos anunciado, también en el marco de Fitur, que Air Nostrum mantendrá su ruta a Mallorca durante verano lo que, unido a la ruta a Canarias por parte de Binter, sitúa a la provincia de Córdoba como un referente en cuanto a conectividad aérea”.

“Este importante paso fortalece la posición estratégica de Córdoba en el mapa de la conectividad internacional, lo que sin duda supone una palanca de crecimiento que conllevará más desarrollo y empleo de calidad, con más oportunidades para nuestra provincia y nuestros municipios”, ha incidido.

En definitiva, ha concluido la delegada de Turismo, “la Diputación de Córdoba ha irrumpido este año en Fitur con una propuesta novedosa, diferente, con proyectos tangibles que han conseguido captar la atención del público y que ponen en valor todos los recursos turísticos que tiene la provincia. Este es el camino a seguir y estamos convencidos de que nuestra propuesta redundará en todo el sector turístico de la provincia”.