

Granada acude a Fitur 2023 con la esperanza de reflotar el turismo internacional

Diputación, Ayuntamiento y Junta de Andalucía presentan, junto a la Federación de Hostelería, la programación y los detalles de la presencia de Granada en la 43 edición del evento

viernes 13 de enero 2023



La feria recupera la normalidad, con presentaciones presenciales, reparto de información en papel y celebración del Día de la Provincia

La provincia de Granada se volverá a promocionar como destino turístico en la 43ª edición de Fitur, que en 2023 tendrá lugar del miércoles 18 al domingo 22 de enero en el Recinto Ferial Juan Carlos I de Madrid. La pandemia de coronavirus ha provocado que la mayor feria de turismo de España, y una de las más importantes del mundo, se celebre tres veces en poco más de año y medio. A pesar de ello, el presidente de la Diputación de Granada, José Entrena, ha explicado hoy en la rueda de prensa de presentación del evento que “el Patronato Provincial de Turismo asiste con ilusiones renovadas, una amplísima participación de municipios y empresas, y una completa agenda de trabajo para tratar de alcanzar el que sigue siendo nuestro gran objetivo: la recuperación del turismo internacional”.

Para ello, contará con un espectacular expositor de 340 metros cuadrados, con una ubicación privilegiada este año, ya que estará situado en primera línea del stand de Andalucía, junto a la

entrada del Pabellón 5 de Ifema. En la feria hay prevista una intensa labor promocional y en el stand existirá un amplio espacio de negocio para las empresas y destinos que conforman la industria turística de la provincia.

José Entrena, que ha comparecido junto al alcalde de Granada, Francisco Cuenca, el diputado de Turismo, Enrique Medina, el delegado de la Junta, Fernando Egea, y el presidente de la Federación de Hostelería, Gregorio García, ha destacado que en 2023 “Fitur recupera la total normalidad y, como antes de la pandemia, el stand de la provincia de Granada volverá a acoger presentaciones de nuevos productos por parte de los ayuntamientos, entidades locales y empresas; en los mostradores podremos volver a dispensar información en formato papel, con folletos, guías y planos; y el jueves, después de dos años sin poder hacerlo, volveremos a celebrar el Día de la Provincia con una degustación de productos de Sabor Granada”.

Entrena ha destacado también que las instituciones presentan la programación de Fitur “unidas porque todos perseguimos el mismo objetivo, que es vender la marca Granada y apoyar a un sector, el turístico, que es un pilar esencial de la economía provincial y el sustento de miles de familias”.

Para el presidente, el turismo nacional en la provincia de Granada ha recuperado “prácticamente” los niveles previos a la pandemia, pero la “asignatura pendiente” sigue siendo el turismo internacional, “que tanto echamos de menos”. Y se ha referido, en concreto, a los turistas procedentes de Estados Unidos, Japón y otros países asiáticos.

Tal y como ha explicado, a diferencia de otros destinos españoles de sol y playa que se nutren de mercados como Reino Unido y Alemania, Granada, donde el segmento de turismo cultural y monumental es dominante, vive del turismo de larga distancia, muy desalentado por la pandemia y la guerra de Ucrania. “A nosotros nos está costando más recuperarnos por las limitaciones a la movilidad que países como Japón, Corea del Sur y China, han impuesto a sus habitantes. Y la percepción de inseguridad e inestabilidad en Europa tampoco favorece los movimientos desde América”, ha apuntado Entrena. No obstante, el presidente ha manifestado que “la situación es esperanzadora, ya que Japón y Corea del Sur han reabierto recientemente sus fronteras y otros países estratégicos están suavizando las restricciones para viajar al extranjero”.

En este sentido, ha recordado que el Plan de Acción aprobado por el Patronato para este año incluye acciones de marketing encaminadas a reactivar la demanda procedente de estos mercados tan importantes para Granada.

Además, ha informado que el expositor acogerá, de miércoles a viernes, 32 presentaciones de municipios. Todas ellas serán difundidas en directo a través del canal de Youtube del Patronato (Turgranada). Además, habrá otras 12 presentaciones institucionales de localidades de Granada en la sala de Turismo Andaluz.

Oferta cultural

El alcalde de Granada ha subrayado la “alianza institucional” en torno a la oferta turística de la ciudad y la provincia de Granada como un elemento “decisivo” que ha convertido a Granada en una “potencia imbatible y muy competitiva en el ámbito de la promoción turística gracias a que cuenta con un proyecto serio, coordinado y a largo plazo”.

Cuenca ha citado, entre los diferentes objetivos previsto en la oferta de Fitur 2023, aumentar la pernocta y la calidad y excelencia de los visitantes a la ciudad, para lo que “vamos a poner el acento en la diversidad y riqueza de Granada y su provincia, la excelencia de la planta hotelera, con por encima de 16.000 plazas son de cuatro y cinco estrellas, a los que se suman los cinco hoteles de cinco estrellas en proyección actualmente en la ciudad, y una magnífica agenda cultural y de eventos”.

El máximo responsable municipal ha adelantado que con vistas a la recuperación de los turistas procedentes de Asia y América se va a mantener reuniones con 34 touroperadores para trasladar la “visión, excelencia y calidad” de la oferta turística y cultural “a los que propondremos las razones de nuestra ciudad y provincia para aumentar la estancia en nuestra ciudad y provincia”. Así, ha explicado que Granada pondrá el acento en la “magnífica oferta cultural y de eventos de la ciudad” con la presentación el miércoles 18 de enero de Gastrorock en la sala Shoko donde se aúna la oferta musical con la excelencia gastronómica de la ciudad, a la vez que también se dará a conocer el potencial natural de Granada con la presentación de la propuesta de miradores, con ocho rutas para recorrer y disfrutar de la ciudad y su entorno, donde se pueden disfrutar de las mejores vistas del mundo”.

Por su parte, el diputado Provincial de Turismo de Granada, Enrique Medina, ha indicado que “como viene siendo habitual en ediciones anteriores, la participación del organismo autónomo de Diputación tendrá un marcado carácter profesional. Esto implica que los protagonistas son los municipios de la provincia, sus recursos turísticos y sus empresarios. En el stand de la Diputación estarán representados todos los municipios la provincia y numerosas empresas e instituciones públicas y privadas”.

Medina ha detallado que “de miércoles a viernes la feria admitirá solo a profesionales y el fin de semana se abrirá a todo el público. El Patronato dispondrá personal cualificado para informar sobre todos los productos y comarcas. El Patronato ha estructurado su ‘stand’ por productos turísticos y bajo la marca ‘Granada, mil y una’. El espacio expositivo, con un total de 14 metros lineales de mostrador de atención a profesionales y público, se ha dividido en cinco zonas con los principales productos turísticos que oferta la provincia de Granada:

- Turismo Cultural y Monumental
- Turismo Rural
- Turismo de Sol y Playa, Costa Tropical
- Turismo de Nieve, Sierra Nevada
- Turismo enológico y gastronómico

Medio centenar de presentaciones

Por su parte, el delegado de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta ha afirmado que “FITUR es espectáculo y en el Pabellón de Andalucía encontraremos un gran escenario bajo el título: Todo es de color en Andalucía. Por ahí desfilarán artistas de nuestra tierra con la actuación final de la cantautora María Peláe”.

Las ocho provincias cuentan con espacios propios de más de 300 metros cuadrados por los que desfilarán en estos días alcaldes, concejales y técnicos de Turismo mostrando principalmente mejoras tecnológicas aplicadas al sector y a sus recursos turísticos.

Egea ha destacado “el medio centenar de presentaciones de los municipios que se sucederán entre los días 17, 18 y 19, algunas que conllevan inversiones millonarias como los Planes de Sostenibilidad Turística de Motril o de Lanjarón” y ha recordado que “hasta la última convocatoria, la provincia de Granada ha recibido un total de 21,44 millones de euros de estos Planes, muchos de ellos presentados en FITUR en ediciones anteriores”.

También ha hecho referencia al vídeo promocional de la espectacular pasarela de Torrenueva Costa, “un icono ya de nuestra Costa Tropical”. La lista de presentaciones es muy larga con proyectos muy interesantes, “muchos de los cuales fruto de ayudas de Patrimonio Cultural o de las de fomento de la implantación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en los recursos e instalaciones turísticas municipales (MUNITIC)”.

Por último, el presidente de la Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada ha agradecido a las instituciones el apoyo dado a los empresarios: “La promoción es indispensable para ser competitivos en una industria tan exigente como el turismo y si todos vamos unidos damos una imagen de seriedad ante la ciudadanía”.

Imagen promocional

Turismo Andaluz ha adjudicado en esta edición a la empresa Viajes El Corte Inglés el desarrollo del expositor de Andalucía, que se estructura a lo largo de un gran pasillo central con los stands de los ocho patronatos dispuestos a ambos lados del Pabellón 5 de IFEMA. Cada provincia contará con un espacio propio de unos 340 metros cuadrados. La participación del Patronato Provincial de Turismo de Granada en Fitur es una acción que forma parte del convenio firmado con la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía.

El stand de Turismo Andaluz tendrá una imagen unitaria, con lo que Granada compartirá estética y estructura externa con el resto de expositores de las provincias andaluzas. En este diseño, todas las provincias concentran sus mostradores de atención a profesionales y público en una zona expositiva que da al pasillo central. Esto permite que todos los mostradores sean rápidamente visibles desde la principal zona de flujo de visitantes, facilitando la accesibilidad y la

labor promocional. Esta estructura responde a la convicción de que la mayor y mejor parte del 'stand' debe estar a disposición de la comercialización y la atención al público durante el fin de semana.

El diseño destaca por su luminosidad, con los soportes gráficos y audiovisuales como protagonistas. El stand de cada provincia contará con una espectacular imagen principal retroiluminada de 8x3 metros, que en el caso de Granada estará dedicada a la Semana Santa de la ciudad, con una foto del Cristo de los Gitanos a su paso por el Paseo de Tristes. La elección de esta temática se debe a un doble motivo: Granada será sede en septiembre del Encuentro Nacional de Hermandades y Cofradías, y la Semana Santa es el momento en el que se produce el mayor pico de turismo de todo el año.

Junto a esta imagen, el grafismo del expositor se completará con grandes fotos de productos turísticos principales en la provincia: el Geoparque (desierto de Los Colaraos), Sierra Nevada (estación de esquí), la Costa Tropical (puerto deportivo de Marina del Este), la Alpujarra (Pitres, Pórtugos y Busquístar), el Poniente (Cueva de las Ventanas y Colomera), el Valle de Lecrín (Barranco Luna), Granada (Alhambra y Albaicín), Universo Lorca (Museo Casa Natal de Fuente Vaqueros) y Sabor Granada.

Agenda profesional

Enrique Medina ha avanzado que el "Patronato realizará a lo largo de la feria una serie de actuaciones promocionales exclusivamente con profesionales turísticos". Destacan las siguientes:

- Reuniones con directores de Oficinas Españolas de Turismo en el extranjero: Se han elegido los mercados de interés en función de nuestra oferta para negociar y cerrar la organización de jornadas profesionales y viajes de familiarización.
- Medio centenar de citas con los turoperadores invitados por Fitur. Reuniones con turoperadores especializados en segmentos que el Patronato de Turismo de Granada quiere desarrollar.
- Reuniones con aerolíneas interesadas en establecer conexiones con el Aeropuerto Federico García Lorca Granada-Jaén.