

Un Fitur al 100% ilusiona a Granada con la plena recuperación del turismo nacional e internacional

martes 24 de enero 2023



Un Fitur al 100% ilusiona a Granada con la plena recuperación del turismo nacional e internacional

El Patronato Provincial de Turismo de la Diputación de Granada ha hecho hoy balance de su participación en la 43ª edición de Fitur, que se ha celebrado del 18 al 22 de enero en Madrid. El diputado provincial de Turismo, Enrique Medina, ha calificado la asistencia de “positiva, útil y alentadora”, por la “magnífica presencia y visibilidad que ha tenido la marca ‘Granada, mil y una’ en la feria y las buenas perspectivas para el turismo que se presentan para este año”.

Especialmente satisfactoria ha sido la noticia de las nuevas conexiones aéreas con Gran Canaria y Asturias, anunciadas por la compañía Binter y el gobierno regional del Principado.

La asistencia tanto de profesionales como de público ha sido muy superior a la edición de 2022. De hecho, según la organización de Ifema, la feria ha recibido 222.000 visitantes, casi el doble que el año pasado. Durante las jornadas abiertas a profesionales, de miércoles a viernes, asistieron 133.000 participantes, un 68% más; mientras que el fin de semana, abierto a público, se pasaron por la feria unas 86.000 personas, triplicando la asistencia de la anterior edición. El número de países con expositor también creció de 127 a 131.

Medina asegura que este incremento de la actividad se ha podido percibir muy claramente en el stand de Granada, que ha estado muy concurrido durante los cinco días. “Las reuniones de los técnicos del Patronato y las empresas granadinas del sector han sido continuas con

turoperadores, agentes de viaje y prestadores de servicios turísticos tanto nacionales como internacionales, que han venido buscando, sobre todo, nuevos productos”, destaca el diputado. Muy buena acogida han tenido, en este sentido, el Geoparque y los hoteles en cueva, las rutas de senderismo y bicicleta diseñadas por los municipios y la oferta de sol y playa de la Costa Tropical. El fin de semana, el interés del público también ha crecido, demandando información de todas las comarcas. Por ello, Medina afirma que “afrontamos 2023 con sólidas expectativas, con una demanda nacional a pleno rendimiento, el mercado europeo dando señales claras de total recuperación y la esperanza puesta en que países estratégicos para nosotros como Estados Unidos, Japón y Corea del Sur reactiven los flujos de visitantes previos a la pandemia”.

La provincia de Granada ha contado en Fitur con un expositor de 340 metros cuadrados ubicado dentro del pabellón de Andalucía, en el que han estado representados todos los municipios y con un amplio espacio de negocio que el Patronato ha puesto al servicio de las empresas de la industria turística local. El stand de la Diputación ha estado muy animado gracias a las 32 presentaciones de proyectos y productos turísticos de municipios e instituciones. La fotografía principal que ha decorado el espacio, una espectacular imagen del Cristo de los Gitanos a su paso por el Paseo de los Tristes, ha llamado mucho la atención: “Ha sido la primera vez, en los 43 años que llevamos asistiendo a Fitur, que el Patronato utiliza como gráfica principal una foto de la Semana Santa y creemos que ha sido un acierto absoluto, porque debemos recordar que el mayor pico de visitantes de todo el año se produce en coincidencia con esta festividad y que, además, Granada acogerá este año el Encuentro Nacional de Cofradías”, indica Medina.

Durante la feria, el diputado de Turismo y los técnicos del Patronato han mantenido varios encuentros con aerolíneas para analizar la posibilidad de apertura de nuevas conexiones aéreas. Así, el miércoles se entrevistaron con responsables de Easy Jet, el jueves con Iberia y el viernes con Vueling. Medina se ha mostrado moderadamente optimista de cara a la recuperación de rutas internacionales: “Nos han transmitido que, a corto plazo, no tienen previsiones de planificación en el Aeropuerto Federico García Lorca, pero Granada sí entra en sus planes de expansión para 2024, así que debemos seguir trabajando para que nos tengan siempre en mente en sus ampliaciones”.

Granada acudía este año a la feria de Madrid con el propósito de recuperar el turismo internacional de larga distancia, que tanto se ha resentido durante la pandemia, y especialmente el procedente de Estados Unidos y Japón, segundo y quinto emisores de visitantes foráneos hacia la provincia respectivamente. Para ello, el diputado de Turismo y los técnicos del Patronato se han entrevistado con directores de varias oficinas de Turespaña en el extranjero, que manifestaron su percepción de que la reactivación del turismo extranjero hacia España puede ser muy rápida una vez que la situación provocada por la pandemia se ha normalizado y disminuya la sensación de inseguridad generada por la invasión de Ucrania.

La Diputación de Granada también ha aprovechado su presencia en Fitur para presentar nuevos productos y actuaciones promocionales. El miércoles, anunció que Granada ha sido la provincia

elegida para acoger el Association Meetings Workshop en su edición nacional, la reunión de referencia en España para el mercado asociativo. Su objetivo es facilitar a las principales sociedades y asociaciones de España que puedan conocer de primera mano las mejores sedes y proveedores para la celebración de sus futuros congresos y eventos. La fecha aún está por determinar y reunirá en la ciudad a 35 compradores cualificados decisores de las principales sociedades y asociaciones de España y a 60 proveedores de este importante segmento.

También en Fitur se ha sabido que Granada será la sede de la próxima Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes organizada por la Confederación Española de Agencias de Viajes. La cita, de referencia internacional del sector, reunirá en noviembre a más de 200 altos cargos de grupos turísticos llegados de más de 60 países de todo el mundo para analizar los problemas, tendencias y oportunidades de la industria turística a nivel mundial y, en concreto, del sector de las agencias de viajes.

El miércoles, el Patronato hizo balance de los dos años de campaña promocional de Granada en la Liga de Fútbol de Primera División, a través de la U Televisiva y también en las retransmisiones en abierto del canal deportivo Gol Play. En los 198 partidos contratados hasta el momento, la publicidad ha sido vista por 96 millones de espectadores, con 1.100 impactos por euro invertido.