

viernes 15 de septiembre de 2017

La Junta avanza el diseño de una estrategia conjunta para aprovechar el potencial turístico del entorno de Doñana



Francisco Javier Fernández se reunió en Hinojos con alcaldes de la zona para analizar la evolución del verano y coordinar las próximas actuaciones

El consejero de Turismo y Deporte, Francisco Javier Fernández, se reunió hoy en la localidad de Hinojos (Huelva) con alcaldes de municipios del entorno de Doñana para analizar la evolución turística de este verano y avanzó el diseño de una estrategia conjunta con ayuntamientos con el objetivo de poner en valor y aprovechar el potencial de todos los recursos de la zona.

Fernández valoró la importancia del encuentro y el hecho de que los alcaldes se hayan unido en “una voz única” en “beneficio de lo que tiene que ser una estrategia integral de turismo para Doñana, donde pongamos en valor no solo los recursos que aporta cada municipio”, sino también, en un sentido más amplio, lo que ofrece la comarca para las nuevas fórmulas de hacer turismo basadas en las experiencias.

La reunión contó con la asistencia del presidente de la Diputación de Huelva, Ignacio Caraballo, el delegado del Gobierno de la Junta, Francisco José Romero, la secretaria general para el Turismo, Susana Ibáñez, y responsables de municipios de tres provincias: Almonte, Aznalcázar, Bollullos Par del Condado, Bonares, Hinojos, Isla Mayor, Lucena del Puerto, Moguer, Palos de la Frontera, Pilas, Puebla del Río, Rociana del Condado, Sanlúcar de Barrameda y Villamanrique de la Condesa.

El consejero destacó la fuerza de la marca Doñana para Andalucía y para el conjunto de España y consideró que se debe aprovechar este potencial para incorporar nuevos elementos “a los valores que tradicionalmente han caracterizado” al destino andaluz. Así, resaltó que este entorno, abrazado por 14 localidades, forma un conjunto de recursos turísticos de gran variedad y “únicos en Europa”.

Fernández expresó el compromiso de la Junta con el diseño de esta estrategia de planificación y promoción para Doñana, a la que se pretende sumar la participación de ayuntamientos, diputaciones y sector privado, y que, además, servirá para dar continuidad a las medidas específicas puestas en marcha este verano para reforzar la promoción de la zona, tras el incendio forestal del pasado mes de junio.

En concreto, la campaña específica para la provincia ya ha culminado una primera fase y ha consistido en un conjunto de acciones orientadas tanto al mercado nacional como internacional, como la tematización con la imagen de Doñana y su entorno del stand regional en la British Birdwatching Fair en Rutland (Reino Unido) de agosto, una acción directa al consumidor que se desarrolló en las playas de Mazagón ese mismo mes o una campaña de comunicación.