

viernes, 10 de mayo de 2024

Fernández valora la estrategia turística "que aúne" integrando las singularidades para lograr un producto atractivo

Destaca este tipo de iniciativas como herramienta para combatir el reto demográfico

Presentación de la marca turística 'Corredor de la Plata', integrada por Aznalcóllar, Castilblanco de los Arroyos, El Castillo de las Guardas, El Garrobo, El Madroño, El Ronquillo y Gerena



El presidente de la Diputación, Javier Fernández, acompañado del vicepresidente de Prodetur, Rodrigo Rodríguez Hans, presentó la marca turística 'Corredor de la Plata', en un acto celebrado en la noche de ayer en Sevilla.

Durante este acto, que contó con la presencia de representantes de las asociaciones empresariales turísticas, empresas locales del sector y medios de comunicación, participaron en un coloquio los regidores de los siete municipios de la comarca: Juan José Fernández, alcalde de Aznalcóllar; José Manuel Carballar, alcalde de Castilblanco de los Arroyos; Gonzalo Domínguez,

alcalde de El Castillo de las Guardas; Jorge Jesús Bayot, alcalde de El Garrobo; Antonio López, alcalde de El Madroño; Ana Cristina Arévalo, alcaldesa de El Ronquillo; y Javier Fernández, alcalde de Gerena.

Durante la charla los representantes municipales fueron desgranando las particularidades, en sus respectivos términos municipales, de este territorio situado en la zona más noroccidental de la provincia y pasillo natural por donde discurría la legendaria Vía de la Plata, uno de los caminos más antiguos de Europa. Articulada por rutas naturales y caminos paisajísticos que atraviesan dehesas, montes y campiñas de gran valor medioambiental y enorme riqueza de fauna y flora, entre los recursos más diferenciadores de esta comarca se encuentran, además de la naturaleza, los territorios mineros, la apicultura, la cultura y tradiciones, la gastronomía o su patrimonio histórico y monumental. Por su geografía transcurren rutas históricas de turismo religioso como la del Camino de Santiago o la Benedictina.

Zona clave para el desarrollo de una importante oferta de turismo rural, cultural y de naturaleza, los ayuntamientos del Corredor de la Plata se han coordinado en una estrategia común, en la que vienen



trabajando junto a la Diputación a través de Prodetur, para impulsar la actividad turística y su tejido empresarial como motor de desarrollo económico. Como parte de la campaña de promoción se ha elaborado una nueva imagen de identidad corporativa para la comarca, con el lema 'Todos los caminos llegan a ti', además de un video con los principales atractivos turísticos de cada uno de los municipios que la componen.

La unión hace la fuerza

Para el presidente de la Diputación, "juntos somos más fuertes" y en la industria turística es "fundamental".

"Tenemos que ser creativos y tenemos que buscar sinergias, productos que sean atractivos al mercado y que ofrezcan experiencias. Te eligen a ti o eligen otro destino, así de sencillo. Estos ayuntamientos tienen una marca que se llama Corredor de La Plata, pero después evidentemente cada uno en su municipio tiene que ser capaz de desarrollar la marca de la mejor forma posible, porque lo van a elegir".

Hay que trabajar con una estrategia que aúne, integrando las particularidades para lograr un objetivo común, y, sobre todo, un producto atractivo. Esto es lo que han hecho estos siete municipios de una de las comarcas más ricas de la provincia desde el punto de vista turístico".

Javier Fernández se mostró muy "satisfecho" de colaborar con esta iniciativa, "porque estamos hablando de combatir el reto demográfico. Estamos intentando luchar para que la gente quiera vivir en estos pueblos, atraer gente de fuera para que sus pueblos sigan viviendo y sigan manteniendo la población. Por eso es fundamental mejorar los servicios públicos que tienen en sus pueblos."

Sobre el trabajo creativo del distintivo afirmó que transmite proximidad y cercanía. "El valor de lo natural, de lo rural... Un destino, en su conjunto, en el que destaca, no obstante, la singularidad o identidad de cada uno de los territorios que lo componen".

Entre las iniciativas que Prodetur va a impulsar para la promoción de la marca turística Corredor de la Plata se llevará a cabo actuaciones de difusión en medios de comunicación de la provincia. Además, se realizarán una serie de vídeos de promoción de la gastronomía de la comarca, conducidos por el chef y comunicador Daniel de Toro y la encomunicadora Mónica Rosón; una acción dirigida al público final a través un bus turístico tematizado; y una campaña específica en redes sociales.

"Felicitamos a los alcaldes del Corredor de la Plata por esta iniciativa, con la que estamos convencidos de que la comarca dará un salto cualitativo en la promoción de sus recursos y de su tejido empresarial, y con ella, la provincia de Sevilla en su conjunto".