PROVINCIA | Turismo

La Junta aporta 130.000 euros para la presencia de Córdoba en la Feria Internacional del Turismo, FITUR

La provincia de Córdoba estará presente en diversas instancias promocionales además del stand del Patronato Provincial de Turismo de Córdoba

Redacción
Jueves 19 de enero de 2012 - 23:41

La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, a través de la Empresa Pública Turismo y Deporte Andaluz, S.A., ha financiado con cerca de 200.000 euros todas las acciones promocionales del Patronato Provincial de Turismo de Córdoba durante 2011, lo que supone más del 50% del presupuesto del que dispone esta entidad para la puesta en marcha de estas iniciativas, que van desde la participación en ferias nacionales e internacionales, las campañas promocionales en medios de comunicación o especializados, jornadas inversas, edición de material promocional o apoyo a la configuración de nuevos productos turísticos (Clubes de Producto).

La principal aportación de la Junta ha sido para sufragar buena parte de los costes del stand promocional y presencia de Córdoba en la Feria Internacional de Turismo (FITUR), con 130.000 euros. Córdoba, un año más, presentará su oferta con un stand promocional dentro del stand de Andalucía.
Además Turismo Andaluz ha habilitado o apoyado otras serie de soportes promociona-les en FITUR sobre productos, servicios e iniciativas turísticas recientes que se están ejecutan-do en la provincia dentro de proyectos más amplios desde el punto de vista geográfico como ocurre con la Red Turística de Ciudades Medias de Andalucía (Lucena), la Red Patrimonia de Conjuntos Históricos Rurales de Andalucía, el GR-48 de Sierra Morena o la Ruta del Vino de Montilla-Moriles dentro de la Red Nacional de Ciudades y Destinos de Enoturismo.
La provincia de Córdoba estará presente, por tanto, en diversas instancias promociona-les además del stand del Patronato Provincial de Turismo de Córdoba, y se han seleccionado en presentaciones promocionales, aquellos productos turísticos y recreativos de ámbito no meramente localista y de menor trascendencia para que cuenten con mayor impacto y atractivo de cara a su inserción comercial en el mercado turístico nacional e internacional.