

lunes 4 de junio de 2012

LOS GRUPOS DE DESARROLLO RURAL PONEN EN MARCHA LA CAMPAÑA 'TIERRAS DEL DESCUBRIMIENTO' PARA PROMOCIONAR LA PROVINCIA DE HUELVA



[Descargar imagen](#)

La campaña, financiada por los fondos FEDER, cuenta con un presupuesto de 2,7 millones de euros a ejecutar en dos años

Los Grupos de Desarrollo Rural Onubenses (GDR), coordinados por el grupo Adercon del Condado de Huelva, han presentado este lunes el Plan de Intervención Provincial de Huelva dentro del Programa Operativo Feder de Andalucía 2007-2013, un programa que contiene una serie de actuaciones para mejorar los servicios turísticos de las comarcas de la provincia,

encuadrada en el Programa de Cooperación Provincial, y que contará con un presupuesto de 2,7 millones de euros a ejecutar en dos años, de los que 2,5 pertenecen al presupuesto de los grupos y 261.000 euros a otros promotores.

El presidente de Adercon, del Patronato de Turismo y de la Diputación de Huelva, Ignacio Caraballo, ha detallado el programa y ha explicado la puesta en marcha de una campaña previa a la temporada de verano, bajo el lema 'Vente a descubrirlas. Tierras del descubrimiento. Huelva la Luz', que contará con un presupuesto de 265.000 euros.

Antes de dar paso a la explicación del programa, el presidente del Patronato de Turismo ha puesto en valor "la unión" de todos los grupos como son Adercon del Condado de Huelva; ADRAO del Andévalo; ADR de la Cuenca Minera; Guadao diel de la costa occidental, y el GDR Sierra de Aracena y Picos de Aroche, indicando además que es la primera vez que "se invierte tanto en una promoción global de toda la provincia".

Así, el objetivo de esta campaña, según ha remarcado Caraballo, es vender la provincia "como un pequeño continente, que no sólo cuenta con sol y playa, sino también con sierra y con el turismo de escalada, senderismo o gastronómico".

En esta campaña se ha llevado a cabo la elaboración del logotipo y lema de la campaña, una guía de Huelva por comarcas, un audiovisual promocional, un spot publicitario en televisión y cuñas de radio y en medios impresos. De igual forma, se realizarán emisiones en el canal regional de Extremadura, de Valladolid, de Salamanca, del País Vasco y en el canal local de Bilbao.

Del mismo modo, se van a organizar eventos de lanzamientos en cinco ciudades españolas como en Bilbao, el próximo 7 de junio, en Valladolid, el 12 de junio, en Salamanca, el 13 de junio, en Cáceres, el 25 y en Badajoz el 26 de ese mismo mes. En estas ciudades se realizará una rueda de prensa con degustación de jamón de Huelva para los medios y un acto de presentación del destino al que se invitará a los operadores locales y a otras entidades relevantes del sector turístico.

Además de las acciones de promoción para las que se destinarán 1,8 millones de euros en estos dos años, se llevará a cabo la redacción de un catálogo de recursos, de un proyecto de puesta en valor de senderos y de un catálogo de paisajes, con un presupuesto de 50.000 euros, mientras que 600.000 euros se destinarán para el proyecto de puesta en valor de rutas para tránsito no motorizado.

AUNAR ESFUERZOS

Por su parte, el presidente del GDR Sierra de Aracena y Picos de Aroche, y alcalde de Aracena, Manuel Guerra (PSOE), ha hecho hincapié en la importancia de aunar esfuerzos para convertir a Huelva es "un destino turístico de primer orden". A su juicio, es "imprescindible", debido a la competitividad, lanzar una oferta de Huelva para que se conozca su diversidad, ya que es "un destino completo que abarca todos los segmentos turísticos".

También se ha pronunciado al respecto el alcalde de Puebla de Guzmán, Antonio Beltrán (PSOE), quien ha valorado este programa porque con él "se deja de lado el localismo para poner en valor un bien común, que en este caso es la provincia de Huelva como producto".

Por último, el presidente de la Asociación Provincial de Hoteles, José Manuel Díaz, y el del Consejo de Turismo de la FOE, José Manuel Barranco, han coincidido en que este proyecto "marca un hito en las relaciones del sector profesional y los grupos de desarrollo rural", indicando además que este tipo de campaña "incentivan al sector para continuar cada día la batalla en tiempos nada fáciles para el turismo".