



Miércoles, 17 de agosto de 2022

## El Principado invertirá 2,2 millones en promoción turística en el segundo semestre

- **El Gobierno de Asturias pretende favorecer la llegada de visitantes a la comunidad fuera de la temporada alta**
- **La puesta en marcha de nuevas conexiones aéreas directas en otoño abre nuevas oportunidades de difusión internacional**

El Gobierno de Asturias invertirá 2,2 millones en promoción turística en el segundo semestre, con el objetivo de favorecer la llegada de visitantes a la comunidad fuera de la temporada alta. La viceconsejera de Turismo, Graciela Blanco, ha presentado hoy en la Feria Internacional de Muestras de Asturias (Fidma) la batería de acciones diseñadas para este período.

El Principado se volcará en reforzar la imagen de Asturias en soportes promocionales, para lo que se han diseñado un total de 61 acciones, entre las que destacan 30 viajes de prensa con más de 50 medios de comunicación nacionales e internacionales y otros 10 con prescriptores y agencias, así como la participación en 9 ferias turísticas como la *World Travel Market*, de Londres.

Además, se apuesta especialmente por la difusión de recursos que contribuyen a desestacionalizar la oferta, como el Camino de Santiago, el ecoturismo, el turismo industrial, el cicloturismo, la gastronomía, bajo la identidad de *Cocina de paisaje*, o el turismo de negocios (MICE), cada uno de los cuales contará con iniciativas de promoción específicas.

Respecto a las acciones en mercados internacionales, se han planificado en función de la apertura de nuevas conexiones aéreas directas desde Asturias con varias capitales europeas. Así, Francia, Países Bajos, Alemania, Reino Unido, Irlanda, Portugal, Italia y Bélgica serán los principales destinatarios de las actividades promocionales. Esta decisión persigue seguir incrementando los registros de visitantes extranjeros, que en el primer semestre aumentaron un 18,5% y superaron por primera vez las 325.000 pernотaciones.

Durante su intervención en la Fidma, la viceconsejera también ha repasado la treintena de acciones de promoción desarrolladas en el primer semestre, entre las que ha destacado la celebración del I Foro Internacional de Ecoturismo y la segunda edición del Congreso de



Gastronomía, Mujer y Medio Rural *FéminAS*, así como la asistencia a grandes ferias como Fitur, Madrid Fusión, Alimentaria o B-Industrial.

Por otra parte, Blanco ha subrayado que las campañas de publicidad en medios de comunicación y otros soportes, con un total de 84 reportajes producidos y publicados en los seis primeros meses del año, han llegado a más de 20 millones de personas.