

Reinosa en la feria de Toulouse



Plaza mayor de Reinosa con la Casa Consistorial al fondo.



QUEIMADELOS Reyes Mantilla, alcaldesa de Reinosa.

QUEIMADELOS

El municipio participa en el expositor de Toulouse con la colaboración de los consistorios de la comarca

# El Ayuntamiento de Reinosa apuesta por la marca 'Sur de Cantabria' para promocionarse

A. QUEIMADELOS. Reinosa se ha unido a la presencia de todo el Sur de Cantabria en las ferias francesas de Bordeaux –la pasada semana– y Toulouse –que arranca hoy y termina este domingo–. Lidera un stand propio, a través de la logística del Servicio de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Cantabria. En 10 paneles se muestra el compendio de todos los atractivos para el viaje que hacen de Campoo Los Valles un

La alcaldesa de Reinosa, Reyes Mantilla Rozas, apunta una referencia básica para su política de promoción turística: “La capitalidad campurriana hay que ganársela con generosidad hacía nuestro entorno rural, y en cuanto a la potencialidad turística, Reinosa tiene la fortuna de estar rodeada de una comarca exclusiva y excelente en cuanto a patrimonio y reclamos para el viajero, todo Campoo-Los Valles debe asentar una

gestión común en esta materia y caminar con criterio en la misma dirección. Reinosa no debe tener miedo a liderar estas propuestas, pero tampoco olvidar que los reclamos turísticos competitivos, están en los municipios rurales que nos circundan, por lo tanto el trabajo debe ser coordinado, respetando los criterios locales de todos los ayuntamientos. En esta línea estamos e insistiremos, siendo generosos pero exigiendo

destino de interior envidiable, y con diferencia el de mayor patrimonio de todo Cantabria: la cuna del Ebro (fuentes y alturas de Suso); la juventud del Gran río ibérico: embalse del Ebro, Valderredible y cañones; Monte Hijedo y 100 bosques; arqueología y megalitismo; el rupestre único y el románico excelente; el patrimonio religioso, Montescclaros y la vía de La Robla; la arquitectura civil y popular; recursos y deportes en la naturaleza; la red de centros de interpretación, etc.

a la vez eficacia y compromisos a cada uno de los 11 ayuntamientos de Campoo”.

En cuanto a la elección de inversiones, que continúan desde la presencia en la pasada feria general de Valladolid, no se consideró rentable la asistencia directa con stand propio a Fitur. Los responsables técnicos valoraron que la efectividad comercial de esta macroferia, disminuye cada año, en la que se diluye la presencia y

la esencia que debe pretender el turismo rural ligado al desarrollo integral de un territorio. Fitur es un escaparate que desparrama sus energías en la parafernalia y el desfile institucional, por encima del trabajo de mercado y con los potenciales viajeros (al menos lo que afecta al minoritario y sensible turismo rural que se pretende en el Sur de Cantabria).

Para apoyar la decoración interpretativa e informativa del stand

en Toulouse, y con similares contenidos, se edita un folleto –guía desplegable en frances e inglés– del que se pretende distribuir selectivamente en torno a 10.000 ejemplares. La acción ferial también contempla la realización de determinados sondeos entre potenciales viajeros, profesionales, agencias y agentes turísticos, así como el contacto con medios de comunicación franceses de cara a próximas promociones. Por último y dado el carácter abierto de estas ferias a planteamientos de desarrollo rural integral, se promociona de manera directa (con venta incluida), la miel de brezo del Sur de Cantabria, y otros productos artesanos.

La apuesta por estas ferias del Sur de Francia se asienta en la necesidad de investigar y contactar con este cercano mercado, y seducir a un perfil de viajero, que disfruta desde hace décadas de un turismo patrimonial y de montaña en los Pirineos, pero que debe ser informado y atraído a conocer otros destinos de interior.

