REDR lanza una campaña impulsar los itinerarios turísticos sostenibles

La Red Española de Desarrollo Rural (REDR) ha puesto en marcha la Campaña "MARCOS REDR ODS" que será visible en más de 30 municipios y comarcas de 7 CCAA: Andalucía, 2 Aragón, Asturias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Castilla-León y Extremadura.

La campaña tiene el triple objetivo de generar nuevos itinerarios turísticos, impulsarla aproximación del entorno rural a los principios ODS, y allanar el camino hacia una mejor comprensión, localización y consecución de la Agenda 2030.

"REDR pretende con esta campaña sensibilizar a la ciudadanía en favor de la consecución de los Objetivos para el Desarrollo Sostenible |ODS y aterrizar la Agenda 2030 en los territorios rurales, donde el turismo es una actividad muy potente, que ha desplazado al sector primario como primera actividad en muchos lugares. Miles de familias tienen en el turismo su principal fuente de

ingresos. Los turistas han cambiado su forma de viajar debido a la situación sanitaria. Ahora el viajero se decanta por destinos de naturaleza en pequeños municipios con los servicios necesarios para poder descansar y desconectar de la rutina. Se trata de aprovechar la oportunidad y de impulsarla con esta campaña", señala el presidente de REDR Secundino Soto.

Los destinos rurales se han revelado más resilientes y atractivos que los de costa o de ciudad tras el estallido de la pandemia por favorecer el distanciamiento social y el contacto con la naturaleza. Todo ello ha originado que el turismo rural movilice el 14% del gasto turístico total en España en 2020, 4 puntos porcentuales más que en 2019, año previo a la pandemia. Y se espera que, este año 2021, los resultados sean todavía mejores.

La campaña intenta aprovechar el aumento experimentado en los entornos rurales por el turismo nacional de interior. El 89% de las pernoctaciones en alojamientos de turismo rural en 2020 (6,2 millones) fueron de viajeros residentes en España. Además, la demanda ha experimentado un giro a la contratación de larga de larga estancia con casas de alquiler íntegro para grupos burbuja, al workation para teletrabajar en el propio alojamiento incluso a las instalaciones de coworking impulsadas por los propios municipios. Las principales comunidades emisoras de turismo rural son Madrid (31,5%), Cataluña (12,3%) y Andalucía (11,7%).

"El objetivo de esta campaña es atraer turismo local, regional y nacional, sin olvidar a los turistas internacionales que visitan las áreas rurales en España. Para ello es imprescindible aprovechar los recursos históricos y el propio patrimonio cultural y natural de los territorios. Desde la fiesta popular a la iglesia románica o las cuevas de arte rupestre, afirman desde REDR.

Más de 30 municipios y comarcas pertenecientes a las CCAA de Andalucía, Aragón, Asturias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Castilla-León y Extremadura, participan de momento en esta campaña puesta en marcha por la Red Española de Desarrollo Rural (REDR), con la colaboración de los Grupos de Acción Local/Grupos de Desarrollo Rural/Grupos LEADER, 3 asociaciones sin ánimo de lucro que gestionan fondos europeos de desarrollo rural en los territorios y ayuntamientos.

Las rutas turísticas están señalizadas con una estructura física metálica de 3x4 m en forma de marco gigante (de ahí el nombre de la campaña), con vistas panorámicas, situados en un punto estratégico del territorio, fijadas al terreno y acompañadas de un panel turístico donde se expondrá la relación existente entre el ODS seleccionado y la comarca. Cada marco está financiado por el Grupo de Desarrollo Rural que ha instalado el Marco en su comarca, a través de un proyecto LEADER.

El color de cada marco coincidirá también con el del ODS seleccionado y servirá de "meeting point" a los senderistas. Los Marcos dispondrán también de un código QR que los senderistas podrán activar desde sus dispositivos móviles, dándoles entrada a una landing page habilitada por REDR donde encontrarán, además, toda la oferta cultural y turística de la comarca que visitan.

Desde la oferta de turismo activo (rutas de senderismo, montañismo, cicloturismo, bicicleta de montaña) y turismo de naturaleza (observación y avistamiento de la flora y fauna de la zona), hasta las distintas opciones de turismo cultural y gastronómico, incluyendo los posibles eventos deportivos (carreras de montaña, trail running, y otros).

En palabras de la gerente de REDR, María José Murciano “los marcos ODS, en esta campaña, son un atractivo turístico y un reclamo para mostrar nuestro papel en la sostenibilidad del planeta, al que el mundo rural tiene mucho que aportar. El marco es una disculpa para tener los objetivos presentes todos los días, y hacer conscientes a sus habitantes que sin el medio rural no se podrá alcanzar la consecución de los ODS y la Agenda 2030. Además es una oportunidad para incorporar nuevos itinerarios turísticos en el mapa de los territorios rurales españoles.”