

# Navartur quiere dejar atrás la pandemia y suma nuevos destinos

Del 25 al 27 de febrero en Baluarte, la Feria Internacional de Turismo de Navarra volverá a apostar también por el turismo enogastronómico

**LAURA PUY MUGUIRO**  
Pamplona

“Ya se puede decir alto que el motor económico de Navarra de hoy en día, no ya del futuro, van a ser el turismo y la gastronomía”. El presidente de la Asociación Navarra de Agencias de Viajes, Juanchi Patús, fue categórico ayer y aseguró que se irá por buen camino con la apuesta conjunta de agencias, sector turístico e instituciones públicas y privadas. Y que ahora lo es y que existe el escaparate idóneo con la Feria Internacional de Turismo de Navarra, Navartur, quedó claro en la presentación del evento,

del 25 al 27 de febrero en Baluarte, por la presencia de unas y otros. Una cita alrededor de cinco ejes protagonistas (sostenibilidad, naturaleza, cultura, entornos seguros y gastronomía) que deja atrás la pandemia, suma nuevos destinos e instala expositores para profesionales y ciudadanía. Con entrada gratuita, las invitaciones se consiguen en [www.navartur.es](http://www.navartur.es) o en taquilla.

Los destinos “tienen ganas de acercarse a Pamplona”, indicó Luis Cortés, director del evento. “Somos un cliente interesante para estos destinos que quieren captarnos como turistas”, se refirió a la tradición viajera y a los puestos más altos en poder adquisitivo respecto al conjunto de la media nacional.

Del turismo enogastronómico hablaron varios participantes: “como vía de trabajo en los próximos años”; como una fortaleza de Pamplona al ser motivo de visita para el 77% de quienes se desplazan a la ciudad; como motivación

para la elección del destino del 53% de los turistas del mundo según el informe sobre la industria del turismo enogastronómico de 2020; como forma para Intia /Reyno Gourmet de mostrar la alimentación de calidad de Navarra y denominaciones de origen...

Y siguiendo esta tendencia, Navartur contará el 25 de febrero con un encuentro entre agencias de viajes especializadas en turismo gastronómico (17 de distintas zonas de España) y empresas del sector que trabajan en este ámbito (unas 70, la mayoría de Navarra), lo que la feria considera “un paso más en ese trabajo de tratar de posicionar a Navarra como destino de referencia en el contexto internacional de los de turismo enogastronómico”.

## Atracción de vuelos directos

Esta nueva edición, añadió Cortés, contará con nuevos expositores: de la zona norte de Portugal (de Oporto a la frontera con Galicia), de Occitania (suroeste fran-

cés), del sector del enoturismo, de la asociación de cámpings de Tarragona —“el cámping y el caravaning están teniendo muchos seguidores y este año van a tener mayor presencia que nunca en la feria”—, de la Costa Dorada, de agencias de viajes locales que “tras dos años muy duros apuestan por la feria por primera vez”, de agencias de la comarca de Somontano en Huesca con turismo de aventura (cañones, descenso de barrancos, senderismo)...

Patús, que deseó “recuperar pronto la relación con Lufthansa”, recordó los cinco vuelos directos desde Pamplona esta Semana Santa a Edimburgo, Marrakech, Praga, Venecia y Tallín. Además, la novedad de vuelos directos a Egipto el 2 de mayo, 11 de julio, 19 de septiembre y el 28 de noviembre. Y otro directo en verano, el 8 de agosto, a Dubrovnik.

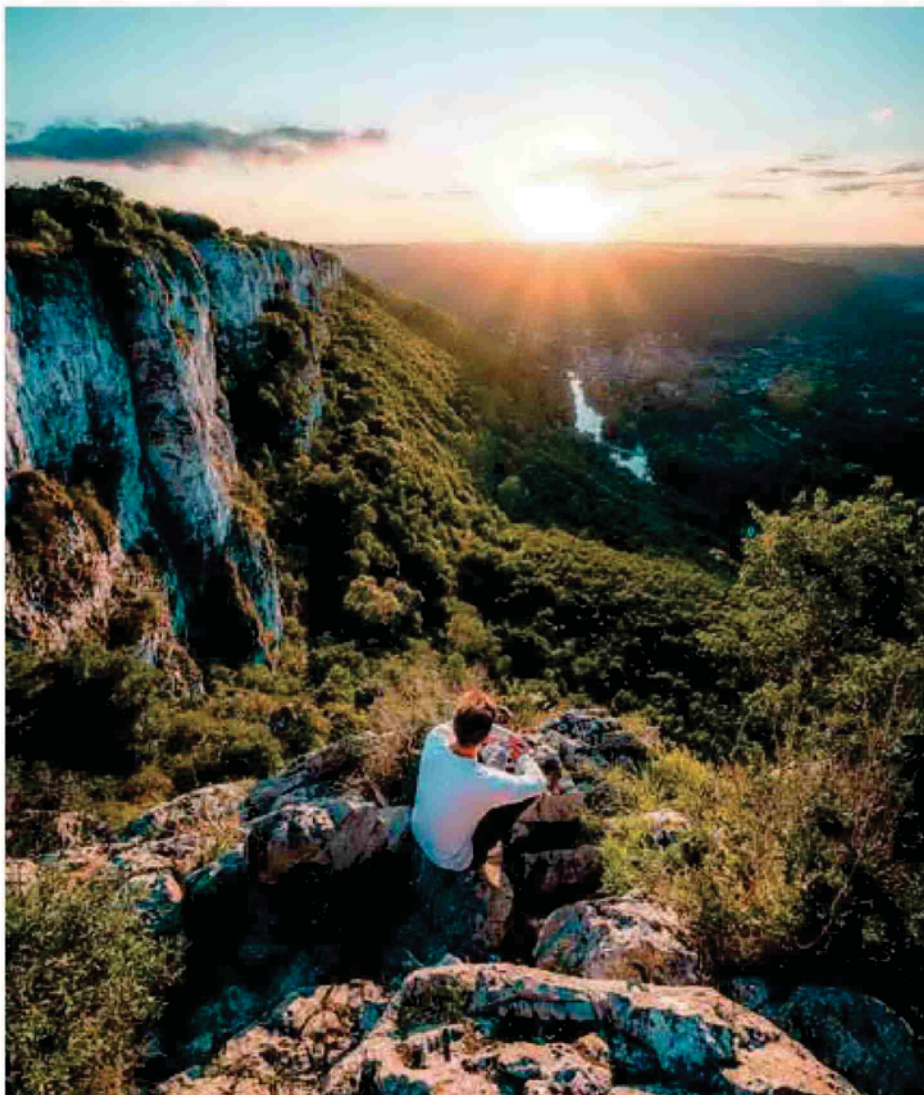
Igualmente en verano, vuelos directos a Baleares: desde el 24 de julio, los sábados a Ibiza; desde el 26 de julio, los martes, jueves y sábados a Menorca, y desde el 26 de julio, martes, miércoles, sábados y domingos a Mallorca.

Respecto a Islas Canarias, añadió, hay vuelos los viernes y domingo todo el año a Gran Canaria, “regalando Binter los vuelos desde Gran Canaria al resto de islas”, de las que mencionó especialmente La Palma, “un destino increíble por su belleza natural e interior y desconocido hasta el volcán por muchos”.

La directora del marketing turístico de Navarra, Paz Fernández Mendaza, adelantó que se presentará en Navartur lo que ya se mostró en Fitur, *Otro turismo*. Y es que la apuesta para diferenciar Navarra de otros territorios con los que comparte tendencias, productos... es el desarrollo sostenible de la Comunidad con el cuidado por el medio ambiente, la sostenibilidad social y económica y una digitalización.

“Se trata de mostrar y de cuidar lo que ya somos: la región con la mayor calidad de vida según el INE. Desde el Gobierno de Navarra proponemos una nueva forma de entender los viajes, más ligada a lo que nos importa: las personas, el paisaje, las empresas, la cultura autóctona, las actividades que nos unen... un turismo que permita conocer bien esta tierra”, apuntó Fernández.

Y en datos basó su exposición Eva Fontecha, de la Cámara de Comercio de Navarra, respecto a la alta demanda de alojamiento rural desde la pandemia, “que ha posicionado a Navarra como un lugar turístico de interés”. Así, el sector de los alojamientos turísticos ha aumentado un 32%, las plazas ofertadas un 20% y el personal empleado un 22%; en el turismo rural, las plazas un 55% y el personal empleado un 56%.



Paisaje de Occitania, en el suroeste francés.

CEDIDA