

Álava y Vitoria-Gasteiz presentan su oferta turística en Francia para continuar creciendo en el mercado europeo

Mantienen un encuentro profesional con agencias de viajes y medios de comunicación en Toulouse

Las pernoctaciones de viajeros/as extranjeros/as crecen un 66% en los seis últimos años

Cristina González: “Vamos a trabajar con agencias de viaje y turoperadores de Francia para que incorporen Álava a su catálogo a través de nuestra nueva plataforma de comercialización”

María Nanclares: “Francia es el principal mercado exterior para el turismo de la ciudad y el Territorio, y buscamos seguir creciendo entre el público francés como destino de calidad, auténtico y sostenible”

Vitoria-Gasteiz, 26 de junio de 2026.- La Diputación Foral de Álava y el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz han presentado hoy la oferta turística del Territorio y su capital a agencias de viaje, turoperadores y prensa especializada de Francia en un acto celebrado en Toulouse con el objetivo atraer viajeros/as franceses/as y crecer en un mercado estratégico por cercanía geográfica, población, tipología de turista y capacidad económica.

La presentación ha incluido una degustación de pintxos elaborados *in situ* con producto local por los cocineros Liva Ramanitra (Bar Kanijo) y Juan Manrique (Restaurante Kotarro) y maridados con vinos de Rioja Alavesa y txakolis de Aiaraldea.

La primera teniente diputado general y diputada foral de Empleo, Comercio y Turismo, Cristina González, y la concejala de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo, María Nanclares, han presentado Álava y Vitoria-Gasteiz como destino a una veintena de profesionales de agencias de viaje y turoperadores con sede en la ciudad de Toulouse, y han mantenido también encuentro previo con periodistas especializados.

La diputada foral ha puesto en valor durante su intervención la atractiva oferta de naturaleza, patrimonio y gastronomía de Álava –parques naturales, playas de interior, Valle Salado de Añana, castillos y torres medievales, villas amuralladas, turismo activo, enoturismo en Rioja Alavesa, etc.– y ha subrayado sobre todo la posibilidad de “vivir, sentir y disfrutar un destino auténtico y con personalidad, un destino tranquilo, donde el visitante no se siente turista, se siente viajero”.

Plataforma de comercialización

González ha destacado además que la jornada de trabajo en Toulouse permite “abrir una relación directa con agencias de viaje y turoperadores franceses con el fin de que incorporen Álava y Vitoria-Gasteiz a su catálogo y lo ofrezcan a sus clientes a través de nuestra nueva plataforma de comercialización de paquetes de estancias y experiencias”. Este trabajo tendrá continuidad en un encuentro profesional que tendrá lugar en otoño en Burdeos.

Por su parte, María Nanclares ha destacado que “el turismo internacional está en auge en Vitoria-Gasteiz. Nos interesa el mercado francés, ya que responde a nuestras expectativas de visitante que valora la calidad del destino.” Asimismo, ha subrayado la singularidad de Vitoria-Gasteiz y su entorno con la Almendra Medieval y el Anillo Verde como dos de los principales atractivos de una oferta completa y variada.

“Muy pocas ciudades ofrecen al visitante la posibilidad de deleitarse con un casco medieval tan bien conservado como el de Vitoria-Gasteiz y acceder, en sólo unos minutos a pie, a espacios naturales donde relajarse, caminar y observar aves y ciervos, algo que a buen seguro los y las visitantes procedentes de Francia sabrán apreciar”, ha señalado.

La campaña de promoción internacional 2026 se completará en la segunda parte del año con la organización de un *press trip* con blogueros italianos para dar a conocer Álava en Italia como destino de naturaleza; y la colaboración con el ciclista belga Greg Van Avermaet, oro en los JJOO de Río de Janeiro 2016, para proyectar Álava como destino ciclista en Bélgica. Ambas acciones buscan aprovechar la conexión área directa de Foronda con Bergamo (Italia) y Charleroi (Bélgica).

Además, incluye una acción de promoción en Alemania para reforzar la promoción desarrollada en 2025 en este país con agencias de viaje y medios de comunicación.

La estrategia de promoción que Diputación Foral de Álava y Ayuntamiento de Vitoria vienen impulsado desde el fin de la pandemia con acciones directas en mercados europeos estratégicos (Francia, Portugal, Italia, Bélgica y Alemania) está ofreciendo resultados muy positivos. El número de entradas y pernoctaciones de viajeros/as extranjeros/as en los alojamientos de Álava ha aumentado así durante los últimos seis años un 35% y 66%, respectivamente.