



Martes 08/07/25

Licitado por 2,8 millones de euros el contrato que permitirá ofertar vuelos regulares desde La Rioja a Londres y a otra ciudad europea

El contrato, que se suscribirá por dos años prorrogables, forma parte de un plan a 7 años en el que el Ejecutivo regional prevé invertir 13,7 millones de euros con el objetivo de llegar a cinco destinos internacionales en el año 2032

El Consejo de Gobierno de La Rioja ha sido informado en su reunión de hoy, día 8, de la licitación del contrato para promover la imagen de La Rioja como destino turístico en mercados internacionales, por un importe total de 2.783.000 euros, y que incluirá ofertar dos destinos europeos en el Aeropuerto Logroño-Agoncillo, uno de ellos Londres, y otro a elegir por parte de la adjudicataria del servicio, priorizando ciudades europeas de Francia, Alemania, Italia, Irlanda y los países bálticos.

Este contrato, que se suscribirá por un plazo de dos años prorrogables, forma parte de un plan a 7 años en el que el Ejecutivo regional, a través de la Sociedad La Rioja 360 Grados, prevé invertir 13.730.000 euros con el objetivo de llegar a 5 destinos en el año 2032. De este modo, se pretende fortalecer la presencia de La Rioja en los mercados internacionales claves y consolidar su atractivo como destino de referencia, favoreciendo así el desarrollo económico, social y turístico de nuestra región.

El plazo de presentación de ofertas por parte de las aerolíneas finalizará el 5 de septiembre de 2025. Los destinos y la frecuencia de los vuelos se determinarán, de entre los señalados en el pliego, en función de estudios de mercado y demanda turística, teniendo en cuenta que las operaciones se prestarán de forma regular y no estacionalizada.

La inclusión de Londres como primer destino prioritario se debe a que esta capital es una de las oportunidades más sólidas para la promoción de La Rioja en el ámbito internacional, así como al interés demostrado del público londinense por la cultura del vino y la gastronomía. Asimismo, se ha valorado la importancia del Reino Unido como emisor de turistas hacia España, por ser uno de los principales mercados de exportación del sector vitivinícola, y por su condición de hub aéreo global que permite una alta disponibilidad de conexiones.

Por otro lado, se considera que Francia, Alemania, Italia, Irlanda y los países bálticos tienen una afinidad cultural con La Rioja y buena conectividad aérea, lo que

favorecerá potenciar el turismo enogastronómico, cultural e idiomático, de naturaleza y de congresos.

Además, la compañía aérea deberá implementar una estrategia integral de marketing y publicidad para garantizar la difusión del destino de La Rioja en pantallas de entretenimiento a bordo y en sus plataformas digitales, en aeropuertos, en canales digitales, en campañas dirigidas a pasajeros, en acciones de marketing experiencial, en la publicidad exterior en aeronaves y en medios impresos.

La comercialización de rutas con destino a La Rioja orienta la promoción directamente hacia viajeros con interés real en el destino. Esto optimiza el retorno de la inversión y contribuye a la captación de turistas internacionales con mayor capacidad de gasto y estancias más prolongadas.

Tras la implantación de los dos primeros vuelos internacionales (Londres más otra ciudad europea) en una primera fase que se desarrollará los dos primeros años de vigencia del contrato, se lanzará un nuevo destino en cada una de las tres siguientes fases, que se ejecutarán durante un plazo de cinco años.