

GOBIERNO DE NAVARRA

ECONOMÍA, HACIENDA, INDUSTRIA Y EMPLEO

CULTURA, TURISMO Y RELACIONES INSTITUCIONALES

PRESIDENCIA, JUSTICIA E INTERIOR

EDUCACION

DESARROLLO RURAL, MEDIO AMBIENTE, Y ADMINISTRACIÓN LOCAL

SALUD

POLÍTICAS SOCIALES

FOMENTO

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

## La marca “Reyno de Navarra” cumple diez años

*Representa a la Comunidad como destino turístico y ampara a todos los agentes turísticos, tanto privados como públicos*

Lunes, 27 de abril de 2015

La marca “Reyno de Navarra” cumple mañana una década. Nació un 28 de abril en 2005 para identificar a la Comunidad foral como destino turístico y representar a todos los agentes turísticos de la Comunidad.

Durante estos diez años ha estado presente en todas las acciones de promoción realizadas por el Gobierno de Navarra, en colaboración con todo el sector turístico, desde ferias hasta acciones de calle, en la señalización de carreteras y en las publicaciones, en los paneles informativos y en las nuevas rutas creadas por el Plan de Turismo.

El estudio Otero & Ollo Comunicación resultó ganador del concurso público y creó el símbolo y el logotipo que la representan.

La imagen gira en torno a un elemento común, un símbolo circular que aglutina los cuatro valores que identifican y diferencian su oferta turística: la diversidad, la evocación de nuestra historia y cultura, la variedad cromática de las cuatro estaciones y las cuatro zonas de Navarra. Al mismo tiempo, y a través de su color, sugiere la riqueza y el optimismo de las experiencias turísticas que se ofertan en la Comunidad Foral.

### Presente en todas las campañas publicitarias

La marca “Reyno de Navarra” ha estado presente desde 2005 en cada una de las campañas publicitarias que se han ido poniendo en marcha, con acciones de publicidad y comunicación.

La primera de ellas se realizó de 2005 hasta 2008 y fue desarrollada por la empresa Gap’s, que puso el acento en la diversidad de Navarra y en su variada oferta.

En 2009 surgió la campaña “Maneras de vivir”, creada por la empresa Cabodevilla y Asociados. Durante dos años, se utilizó esa conocida canción para hacer ver a todos los visitantes que tenían su sitio



en Navarra.

A partir de 2011 se utilizó la campaña “Te quedarás”, resultado de la creatividad de Kukuxumusu. En este caso, el factor sorpresa sumado al toque alegre de los dibujos trataron de llamar la atención y de promocionar a Navarra.

Finalmente, en el 2013, el Gobierno de Navarra puso en marcha la campaña “Déjate abrazar”, que trata de hacer una llamada a los sentimientos y destacar a esta Comunidad como una de las más valoradas por grado de satisfacción. Esta última campaña fue definida desde la Dirección general de Turismo y Comercio que encargó el desarrollo gráfico a la empresa Gap’s.