

GOBIERNO DE NAVARRA

PRESIDENCIA JUSTICIA E INTERIOR

ECONOMIA Y HACIENDA

RELACIONES INSTITUCIONALES Y
PORTAVOZ DEL GOBIERNO

ADMINISTRACION LOCAL

EDUCACION

SALUD

DESARROLLO RURAL Y MEDIO
AMBIENTE

ASUNTOS SOCIALES FAMILIA
JUVENTUD Y DEPORTE

CULTURA Y TURISMO

OBRAS PUBLICAS TRANSPORTES Y
COMUNICACIONES

VIVIENDA Y ORDENACION DEL
TERRITORIO

INNOVACION EMPRESA Y EMPLEO

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

Aprobado un acuerdo de colaboración para desarrollar acciones de promoción del Camino de Santiago

La campaña irá dirigida a los mercados internacionales actuales y potenciales hasta 2013

Lunes, 13 de junio de 2011

El Gobierno de Navarra ha adoptado hoy un acuerdo por el que se aprueba el convenio marco de colaboración de 2011-2013 y el plan anual de actuación de 2011 entre el Departamento de Cultura y Turismo y diversas instituciones implicadas en la gestión del Camino de Santiago, para desarrollar acciones conjuntas de marketing sobre destinos y productos turísticos relacionados con él. La campaña irá dirigida a los mercados internacionales actuales y potenciales durante el periodo 2011-2013.

Las instituciones implicadas en el acuerdo son el Departamento de Cultura y Turismo del Gobierno de Navarra, el Instituto de Turismo de España - TURESPAÑA, el Departamento de Industria, Comercio y Turismo de Aragón, la Sociedad Anónima de Xestión do Plan Xacobeo, La Rioja Turismo S.A., la Sociedad de Promoción del turismo en Castilla y León (Sotur), la Agencia Vasca de Turismo S.A. (Basquetour), la Sociedad Regional de Turismo de Asturias, la Sociedad Regional de Turismo de Cantabria y la Agencia Catalana de Turismo para el desarrollo de acciones conjuntas de Marketing de los destinos y productos turísticos del Camino de Santiago.

El Gobierno de Navarra aprueba hoy este convenio marco y autoriza para su materialización un gasto de 29.970 euros.

Antecedentes

En 2002 el Gobierno de la Nación y las Comunidades Autónomas iniciaron un programa de colaboración para promocionar el Camino de Santiago en el exterior de forma conjunta. Este impulso se concretó ese año en la firma del protocolo de cooperación para el desarrollo y promoción turística del Camino de Santiago.

Gracias a esta colaboración y de la mano del reconocimiento internacional de esta ruta y de sus valores sociales y culturales, ejemplificado en la designación del Camino de Santiago como Primer Itinerario Cultural Europeo por el Consejo de Europa en 1987, se ha ido progresando en la difusión de los valores naturales y culturales de muy diversa índole, asociados al Camino.

Esta cooperación ha posibilitado igualmente el incremento del grado de comercialización turística de este producto, que se ha posicionado también de forma destacada entre la oferta cultural del turismo español.

Se trata ahora de dar continuidad a la cooperación interadministrativa iniciada, adaptando las líneas de actuación a las nuevas tendencias turísticas mundiales, fruto de la globalización y sus repercusiones.

Líneas de la actuación

En primer lugar, las partes consideran necesario realizar los trabajos de investigación pertinentes para contar con un diagnóstico adecuado sobre la oferta turística vinculada al Camino de Santiago. Igualmente, coinciden en la conveniencia de profundizar en el conocimiento de la demanda de este producto turístico y en su evolución futura.

Partiendo de los resultados obtenidos se apoyará la implantación de medidas para mejorar la gestión de acontecimientos culturales que permitan difundir una excelente imagen internacional del Camino de Santiago. Las Comunidades Autónomas promoverán la realización de eventos culturales periódicos que dinamicen y den valor añadido al patrimonio histórico artístico del Camino de Santiago, que TURESPAÑA, a través de www.spain.info, se compromete a difundir.

Las partes implicadas colaborarán en la promoción del Camino de Santiago en aquellos mercados que en cada caso se consideren prioritarios, a través de campañas de publicidad de los destinos y productos turísticos del Camino en medios convencionales y on line; también se realizarán acciones de marketing con agentes de viajes, tour operadores y medios de comunicación, a través de acciones formativas, viajes de familiarización, jornadas inversas, ferias profesionales, etc. y acciones dirigidas al consumidor final: campañas locales de marketing, acciones de marketing directo, ferias dirigidas al público final, redes sociales y otras.

Se realizarán, asimismo, campañas conjuntas de publicidad internacional por el importe que para cada año se determine en los correspondientes planes anuales de actuación.

La determinación de los mercados que comprenderán las campañas se realizarán anualmente, de acuerdo con las líneas fijadas en los Planes de Actuación, previo acuerdo entre las Comunidades Autónomas implicadas.

Estas acciones publicitarias conjuntas responderán en su contenido a la promoción del Camino de Santiago y utilizarán el “lay out” que utilice TURESPAÑA en sus campañas internacionales, pero con visuales específicos para la marca Camino de Santiago, incluyendo el logo de TURESPAÑA y el del Camino (estrella amarilla sobre fondo azul oscuro).

Plan anual general y plan anual del Camino Francés

Para la ejecución de lo previsto en este convenio marco, las partes acordarán un plan anual general de actuación, firmado por Turespaña y las Comunidades Autónomas, en el que se contemplarán las diversas acciones a realizar cada año, así como el presupuesto necesario para su ejecución. Podrán contemplar, además, otras acciones que pudieran contribuir a la consolidación del Camino de Santiago como producto turístico-cultural.