

GOBIERNO DE NAVARRA

DESARROLLO ECONÓMICO

DERECHOS SOCIALES

HACIENDA Y POLÍTICA FINANCIERA

PRESIDENCIA, FUNCIÓN PÚBLICA,
INTERIOR Y JUSTICIA

RELACIONES CIUDADANAS E
INSTITUCIONALES

EDUCACIÓN

SALUD

CULTURA, DEPORTE Y JUVENTUD

DESARROLLO RURAL, MEDIO
AMBIENTE Y ADMINISTRACIÓN LOCAL

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

Navarra realiza en diciembre una campaña de publicidad turística en Alemania utilizando el altavoz de Lufthansa

El Gobierno se marca el objetivo de aumentar la afluencia de turistas germanos a la Comunidad Foral en los próximos años

Viernes, 01 de diciembre de 2017

El Gobierno de Navarra va a realizar este mes de diciembre una campaña para difundir en Alemania sus recursos turísticos entre los viajeros de la aerolínea Lufthansa con el objetivo de aumentar la llegada de turistas alemanes en los próximos años. En ese sentido se aspira a crecer un 13% en el mercado europeo, reto ya recogido en el Plan Estratégico.



La Dirección General de Turismo y Comercio entiende que la puesta en servicio de la línea aérea entre Pamplona y Francfort, y que inició sus vuelos el pasado 6 de noviembre, supone una oportunidad para dirigirse al mercado alemán, un objetivo estratégico que ofrece nichos interesantes tanto de viajeros de negocios como vacacionales. Navarra promociona su oferta turística publicitando sus recursos turísticos naturales y su condición de puerta de entrada del Camino de Santiago en España.

Con tal fin, Turismo va a realizar una inversión de 95.600 euros y anunciará la marca turística de Navarra a las personas viajeras en la aerolínea germana en los siguientes soportes: en la revista electrónica mensual (600.000 impresiones); en las tarjetas de embarque (45.000 tarjetas); la aplicación móvil de facturación-embarque (1.200.000 impresiones) y la aplicación online de confirmación de reservas (210.000 impresiones).

Lufthansa es la mayor aerolínea alemana y una de las tres mayores operadoras mundiales. Desplaza a unos 4,5 millones de pasajeros al mes ofreciendo un abundante público potencial a la acción publicitaria.

En la creatividad que desarrolla la campaña, se incide en los dos recursos más emblemáticos para ese mercado objetivo. Por un lado el turismo cultural, Camino de Santiago, y por otro el turismo de naturaleza publicitando el activo que supone las Bardenas Reales como paisaje desértico más septentrional de Europa.

Plan de promoción

La campaña publicitaria es una de las medidas que la Dirección General de Turismo y Comercio está aplicando en el último semestre con vocación de incrementar la llegada de visitantes de los principales mercados turísticos europeos, como el francés y el alemán, entre otros.

En ese contexto, ya se habían realizado diferentes acciones promocionales. El 18 de octubre se llevó a cabo una presentación dirigida a operadores turísticos en la que tomaron parte una treintena de operadores alemanes, una decena de empresas del sector turístico, agencias de receptivo y asociaciones de alojamiento de Navarra, agentes turísticos con los que cuenta la Comunidad Foral en Alemania, la Oficina de Turismo de España en Fráncfort y un representante de la compañía Lufthansa.

En el vuelo inaugural de Fráncfort a Noain-Pamplona, se organizó un viaje en el que participaron nueve periodistas de los principales medios de comunicación alemanes quienes visitaron diferentes lugares como la capital, la bodega de Otazu, el Museo de la trufa de Metauten, el nacedero del Urederra, las Bardenas, Eunate o Puente La Reina.

Entre los días 15 y 19 de noviembre se invitó a varias blogueras alemanas a descubrir algunos de los atractivos naturales y culturales de la Comunidad Foral como Belagua, Roncal, la Foz de Lumbier, Olite o parte del recorrido del Camino de Santiago.



Publicidad sobre Roncesvales-Camino de Santiago.