

GOBIERNO DE NAVARRA

PRESIDENCIA JUSTICIA E INTERIOR

ECONOMIA Y HACIENDA

RELACIONES INSTITUCIONALES Y
PORTAVOZ DEL GOBIERNO

ADMINISTRACION LOCAL

EDUCACION

SALUD

DESARROLLO RURAL Y MEDIO
AMBIENTEASUNTOS SOCIALES FAMILIA
JUVENTUD Y DEPORTE**CULTURA Y TURISMO**OBRAS PUBLICAS TRANSPORTES Y
COMUNICACIONESVIVIENDA Y ORDENACION DEL
TERRITORIO

INNOVACION EMPRESA Y EMPLEO

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

Aprobado el texto de un convenio destinado a desarrollar acciones conjuntas de marketing del Camino de Santiago francés

Surge de la necesidad de realizar coordinadamente acciones de marketing en torno a la marca Camino de Santiago en los mercados internacionales

Lunes, 23 de mayo de 2011

Un acuerdo del Gobierno de Navarra ha aprobado esta mañana el texto de un convenio de colaboración destinado a desarrollar acciones conjuntas de marketing de los destinos y productos turísticos del Camino de Santiago francés en el año 2011.

Lo firmarán el Departamento de Cultura y Turismo-Institución Príncipe de Viana, 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. y la Sociedad de Promoción del turismo en Castilla y León (Sotur).

Este plan conjunto de marketing irá dirigido a los mercados internacionales actuales y potenciales, y surge de la necesidad de realizar conjunta y coordinadamente acciones de marketing en torno a la marca Camino de Santiago, con el fin de mejorar la eficacia y rentabilidad de los presupuestos de marketing de las organizaciones implicadas. Para su materialización el Gobierno de Navarra autoriza un gasto de 27.072 euros.

El denominado Camino Francés es un recorrido que goza de gran reconocimiento mundial y por el que transitan anualmente un número mayor de peregrinos y turistas.

Las acciones se articularán, en primer lugar, en torno a la campaña de publicidad de los destinos y productos turísticos del Camino de Santiago Francés, por un importe máximo de 288.000 de euros, y en segundo lugar, en torno a otras acciones de marketing, de todo tipo, por un importe máximo de 72.000 euros.

Entre estas últimas cabe incluir: acciones con agentes de viajes y tour operadores: presentaciones, acciones formativas, viajes de familiarización, jornadas inversas, ferias profesionales, etc.; acciones con medios de comunicación; campañas locales de marketing, acciones de marketing directo, ferias dirigidas al público final, redes sociales, etc; intercambio e incorporación de contenidos en los respectivos portales y webs turísticos; y acciones de marketing deportivo.