



En el marco del Plan Horizonte 2020

La Secretaría de Estado de Turismo y Cantabria firman por primera vez un acuerdo de promoción conjunto

- La Comunidad Autónoma y Turespaña destinarán 800.000 euros, cofinanciados al 50%, a la promoción del producto cántabro.

Santander, 16 de marzo de 2009.- El Secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, ha viajado a Santander para la rúbrica de un convenio de promoción con la Comunidad de Cantabria, que potenciará los productos específicos de la región en mercados internacionales con operadores.

Mesquida firmó con Francisco Javier López Marcano, consejero de Cultura, Turismo y Deporte del Gobierno de Cantabria, un convenio de promoción por importe de 800.000 euros, que será financiado al 50% por ambas entidades.

El objetivo de este convenio, que iniciará las acciones promocionales de forma inmediata y se extenderá todo el ejercicio de 2009, es promocionar los productos turísticos de Cantabria en los principales mercados internacionales que tienen comunicación directa con Cantabria, marcando como prioritarios los mercados británicos (mar y aire), francés e italiano incluyéndose Alemania como mercado emergente para esta región.

En cuanto a la distribución por mercados, el 40,6% de la inversión se destinará a Reino Unido; el 28%, a Italia; el 15,6%, a Alemania; e idéntico porcentaje para Francia.

En el marco de este convenio, para la campaña de verano y dirigido al mercado británico, se realizará una acción de comercialización con Brittany Ferries con una inversión total de 278.400 euros cofinanciados a tres partes iguales (Turespaña, CCAA y Brittany Ferries).

Para el mercado italiano se prevé cerrar un acuerdo con el operador Opera Romana Pellegrinaggi, cuyo segmento de actividad es el turismo religioso. Finalmente, se estudia llegar a un acuerdo con alguna compañía aérea al contar el aeropuerto de Santander con conexiones con Londres, Frankfurt, Niederrhein, Milán y Roma.

Asimismo, teniendo en cuenta que el turista francés que visita este destino suele hacerlo a través de carretera, se estudiará la posibilidad de desarrollar acciones dirigidas a este consumidor final.

La publicidad se insertará tanto en medios impresos y online como en medios de exterior.

La creatividad estará basada en el claim 'Smile, you are in... Cantabria', que cambiará una vez se apruebe la nueva campaña para 2009. El objetivo de la campaña es mantener la imagen de Cantabria en la mente del consumidor para favorecer la llegada de turistas a este destino.

Se trata de la primera vez que la Secretaría de Estado de Turismo y la Comunidad de Cantabria firman un convenio para realizar una campaña cooperativa de promoción, que se unirá a los convenios de promoción de marcas en los que Cantabria participa junto a otras Comunidades, como España Verde y Camino de Santiago, que conllevan una inversión total de 1,8 millones de euros.

El esfuerzo en publicidad y promoción internacional es una respuesta de la Secretaría de Estado de Turismo ante la principal demanda del sector y las Comunidades Autónomas, un esfuerzo que será continuo a lo largo de todo 2009.

En el año 2008, se realizaron **110 actividades de promoción y comercialización de Cantabria** en los mercados internacionales, de las cuales el 40,6% correspondían a turismo cultural y de ciudad, un 43,2% a turismo deportivo y de naturaleza y un 3,3% a sol y playa. El presupuesto en 2008 ascendió a 629.000 euros. Para 2009 el presupuesto se ha incrementado en un 22% hasta 768.749 euros, para realizar 143 acciones promocionales, de las que más del 90% estarán enfocadas hacia el turismo de deporte y naturaleza.