

Otra Buena Práctica es la llevada a cabo por TURESPAÑA, consistente en “una Campaña de Publicidad para dar a conocer a la comunidad Valenciana como destino turístico”

El Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) es el organismo de la Administración General del Estado encargado de la promoción exterior de España como destino turístico, mediante el desarrollo de planes y programas que promueven la innovación, la calidad, la sostenibilidad y la competitividad de los productos y destinos turísticos españoles, además del apoyo a la comercialización de productos turísticos españoles en el exterior en colaboración con las comunidades autónomas, los entes locales y el sector privado.

En el marco del Programa Operativo FEDER de la Comunidad Valenciana 2007-2013 y bajo estas premisas, TURESPAÑA ha llevado una importante campaña publicitaria, la cual ha sido diseñada por segmentos poblacionales y se ha seleccionado los canales comunicación más idóneos para cada uno de ellos.



Así, se han elaborado campañas destinadas a familias, jóvenes, niños, mayores; turismo urbano, turismo de playa; ferias internacionales, campañas publicitarias on line, inserción de anuncios en medios escritos.

Se considera una Buena Práctica porque:

En la realización de las distintas campañas publicitarias se han empleado **recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo** para cada sector de población, es decir, para los profesionales se han organizado ferias; para las personas mayores, anuncios en prensa escrita; para la población joven, de tal forma que la contribución de los Fondos Europeos al

desarrollo de la política regional en materia de turismo llegue adecuadamente a los potenciales beneficiarios.



La información facilitada a través de los distintos canales de comunicación se han **adecuado a los objetivos perseguidos**, es decir, dar a conocer las bondades que ofrece el sector turístico en la Comunidad Valenciana, descrita conforme a la casuística de cada sector poblacional y haciendo hincapié en la preocupación que muestra la Unión Europea en el desarrollo de dicho sector en la región valenciana.



En todo momento se ha tenido muy presente la incorporación de criterios de **igualdad de oportunidades**, en las campañas publicitarias llevadas a cabo se utilizan un lenguaje inclusivo y no ofrece imágenes en contra del principio de igualdad de oportunidades, facilitando el desarrollo de una estrategia de igualdad e influyendo en la construcción y fomento de una cultura más igualitaria.

Por otra parte, y con la finalidad de diseñar unas campañas publicitarias que garanticen el **objetivo general de difusión de los fondos**, se ha procedido a la traducción del logo y del lema del FEDER al idioma del país donde se ha realizado la campaña, para garantizar que todos los destinatarios de la información puede apreciar la importante labor que hace la Unión Europea en la política turística de sus regiones y más concretamente, de la Comunidad Valenciana.



Benidorm Pareja Wellness

Asimismo y para garantizar la máxima efectividad de las campañas diseñadas, éstas se han realizado en función de las características específicas de cada tipo poblacional, empleando los canales de comunicación más cercanos y accesibles a cada segmento de población, **alcanzándose un alto grado de cobertura sobre la población objetivo** de esta actuación, es decir, el hacerles saber la oferta de turismo de calidad, competitivo, innovador, específico del que dispone la Comunidad Valenciana, el cual, cuenta con el apoyo específico de la unión Europea.



El **alto grado de calidad** de las medidas de información y publicidad realizadas se evidencia en la importante demanda de potenciales beneficiarios interesados en el sector turístico de las Comunidad Valenciana.

Además, es de destacar el **uso de las nuevas tecnologías de la información** en la difusión del Programa a través de la campaña on line, ya que con estas campañas se han puesto las nuevas tecnologías de la información al servicio del sector turístico con la finalidad de llegar a más ciudadanos de la Unión Europea con el consiguiente ahorro de costes.

