

XIII FORO INTERNACIONAL DE TURISMO DE BENIDORM “REVOLUCIONAR LA PUBLICIDAD TURÍSTICA: FÓRMULAS CREATIVAS Y EFICIENTES”

BENIDORM, 22 Y 23 DE OCTUBRE DE 2009

La decimotercera edición del Foro Internacional de Turismo de Benidorm ha tenido como principal objetivo abordar la temática de la publicidad aplicada al turismo desde una perspectiva actual y con visión de futuro. Nos encontramos inmersos en un momento de grandes transformaciones sociales, de globalización de mercados, con un creciente número de competidores y unos clientes cada vez mejor informados y, por tanto, más exigentes. Además, en una coyuntura económica como la actual, la publicidad se ha convertido en una herramienta imprescindible y se impone la búsqueda de formas de comunicación alternativas que las nuevas tecnologías hacen posible.

Expertos en las áreas de comunicación y publicidad de las principales agencias de ámbito nacional, analizaron, tanto la situación actual como las tendencias del turismo, en lo relativo al uso de la publicidad como medio de comunicación con el público objetivo. El mundo de la publicidad afronta un proceso de cambio ante la proliferación de medios y canales y el surgimiento de nuevas propuestas creativas. Concretamente, en la publicidad como herramienta al servicio del turismo, se aprecia una verdadera revolución en la lucha por posicionar en la mente del turista marcas, productos, empresas, destinos, experiencias y sensaciones. La creciente sofisticación del mercado turístico requiere una adaptación desde el lado de la oferta que tiene en la publicidad una herramienta esencial. Además, en una coyuntura económica recesiva como la actual, el papel de la publicidad turística alcanza todavía mayor relevancia.

Frente a la promoción turística genérica e indiferenciada, y en un ambiente de cierta apatía

hacia la publicidad tradicional, se impone, para destinos y empresas del sector turístico, la necesidad de reinventar la manera de comunicar de forma más creativa, interactiva y eficiente en términos de la relación coste-impacto. En este sentido, redes sociales, marketing callejero, dispositivos móviles, etc. son nuevas fórmulas más directas y que permiten una relación inmediata con el potencial turista.

El programa del Foro aborda la necesidad de abandonar estrategias conservadoras y optar por fórmulas más arriesgadas que supongan una auténtica revolución de la publicidad turística mediante la participación de acreditados expertos. Entre los temas fundamentales, cabe mencionar la gestión integral de marcas y las fórmulas de publicidad turística alternativa, además de dos paneles centrados, por una parte, en la publicidad de los destinos, y, por otra, en la publicidad de las empresas. Dos ámbitos claramente interconectados, empresas y destinos, que encontraron en este Foro soluciones imaginativas para atraer al consumidor, un objetivo tan básico como complejo que exige que la publicidad se reinvente cada día para ser eficiente.

La decimotercera edición del Foro ha tenido como público a unos 200 asistentes, entre profesionales y empresarios del sector turístico, estudiantes universitarios y representantes de administraciones públicas. El Foro se ha convertido en una cita importante dentro del sector turístico, y su organización está a cargo de la Conselleria de Turisme, a través de la Agència Valenciana del Turisme y el Excmo. Ayuntamiento de Benidorm. En esta edición ha contado con la colaboración académica de la Universidad de Alicante, a través del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas,

así como con el apoyo y patrocinio, como en años anteriores, de la Asociación Empresarial Hostelera de Benidorm y Costa Blanca-HOSBEC y obras sociales de la Caja de Ahorros del Mediterráneo y Bancaja.

El acto inaugural fue a cargo del Ilmo. Alcalde-Presidente del Excmo. Ayuntamiento de Benidorm, D. Agustín Navarro, la Vicerrectora de Relaciones Institucionales de la Universidad de Alicante, Dña. Aránzazu Calzada González y la Ilma Secretaria Autonómica de Turisme, Dña. M^a Victoria Palau Tárrega. Por parte de los patrocinadores asistieron, D. José Pérez García, Director de la Oficina Principal Bancaja Benidorm, D. Ángel Molina Cruzado, Director de Zona de la CAM de la Marina Baixa y D. Antonio Mayor Suárez, Presidente de HOSBEC.

A continuación la conferencia inaugural, bajo el título, "Publicidad y gestión integral de marcas en el ámbito del turismo", a cargo de D. Jacobo Benbunan, Cofundador y Consejero Delegado de Saffron Brand Consultants. Seguidamente, agrupadas en dos paneles, se desarrollaron siete intervenciones cuyos lemas fueron: "Revolucionar la publicidad de los destinos turísticos" y "Revolucionar la publicidad de la empresa turística". En el primer panel intervinieron D. Rafael Pomares, Director Creativo del Grupo Publip's, con la ponencia "Nuevos mensajes"; D. José María Rubert, Director General de Zenith BR Valencia, Grupo Zenithmedia, con la ponencia "Nuevos canales" y D. Ángel González, Director General creativo del Grupo Streetlife que disertó sobre "Nuevas campañas".

El segundo panel, con el título "Revolucionar la publicidad de la empresa turística" contó con la participación de D. Víctor Mantiñan Gil, Encargado de Comunicación de la marca ME by Meliá, con la ponencia "Claves publicitarias para conquistar al cliente"; a continuación intervino D. Jonay Sosa, Redactor Publicitario de Saatchi&Saatchi, con "Nuevas tendencias creativas para el ocio"; le siguió D. Víctor Mayans, Director del Hotel Audax de Artiem Fresh People Hotels, bajo el título "Herramientas 2.0" y, en cuarto y último lugar,

D. Fernando de la Rosa, Director Comercial de la Agencia POP de Comunicación Seisgrados, con la ponencia "Publicidad 360° para empresas turísticas".

El segundo y último día del Foro, tuvo lugar una conferencia y la entrega de premios del "2º Concurso de Ideas Pedro Zaragoza". La conferencia, a cargo de D. Enric Monturiol, Director General de Diana Media Group, trató sobre "Publicidad alternativa aplicada al turismo". Tras la pausa, D. José Luis Wagner Salazar, Jefe del Servicio de Estudios, Calidad Turística e I+D+I, presentó las comunicaciones finalistas del "2º Concurso de Ideas Pedro Zaragoza", creado con el objeto de que profesionales y estudiantes de los sectores publicidad y turismo expusieran brevemente sus ideas más creativas sobre el destino turístico Benidorm haciendo uso de la herramienta de la publicidad. Las propuestas debían centrarse en el desarrollo de una idea creativa y su aplicación en distintos medios (audiovisuales, gráficos, web, etc.). Durante esta edición se otorgó el premio a la mejor comunicación, dotado con 3.000 euros, a la propuesta "Benidorm Quest 2.0", elaborada por la Asociación de Jóvenes Empresarios de Benidorm (Jeturbe), mientras que el premio finalista, dotado con 1.000 euros, se otorgó a Dña Esperanza Merenciano con la propuesta "Benidorm. Donde siempre es verano".

Los premios fueron entregados conjuntamente por el D. Manuel Cabezuelos, Concejal de Turismo del Excmo. Ayuntamiento de Benidorm y por la Hble. Consellera de Turismo Dña. Belén Juste Picón, tras lo cual se procedió al acto de clausura de esta edición del Foro Internacional de Turismo de Benidorm. Por parte de las entidades patrocinadoras asistieron al acto de clausura D. Roberto Sirvent Poveda, Director de Zona Alicante Norte de Bancaja, D. Ginés Pérez, Miembro del Consejo de Administración de CAM y D. Javier García, Vicepresidente de HOSBEC. También participó en la clausura D. Fernando Vera Rebollo, Director del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante, socio académico de la edición 2009 del Foro y encargado de la secretaría técnica del mismo.