



010

El Ayuntamiento de Ávila informa_



MIÉRCOLES 22 DE MAYO DE 2013

Suplemento de Diario de Ávila



ANTONIO BARTOLOMÉ

La alianza de dos marcas



El alto comisionado del Gobierno para la Marca España, Espinosa de los Monteros, vivió una intensa jornada en Ávila en la que, además de acercarse a su faceta patrimonial y empresarial, selló un acuerdo con el Ayuntamiento para promocionar la ciudad con motivo del V Centenario de La Santa (2015)



Oficina de Atención al Ciudadano

web_ www.avila.es email_ oac@ayuntavila.com
twitter_ [@Ayto_avila](https://twitter.com/Ayto_avila) facebook_ [AyuntamientoAvila](https://www.facebook.com/AyuntamientoAvila)



En detalle



El último acto del día fue la presentación en sociedad de la Marca Ávila dentro de la Marca España, llevada a cabo en el Lienzo Norte. / ANTONIO BARTOLOME

Dos marcas y un solo camino en el horizonte

Marca España y el Ayuntamiento de Ávila sellaron esta semana en la capital abulense un convenio de cara a la promoción de la ciudad en 2015 con el V Centenario de Santa Teresa

I.C.J. / M.E. / ÁVILA

Esta semana será clave para el año 2015 y la celebración en Ávila del V Centenario de Santa Teresa, y es que el lunes echaba a andar el acuerdo de colaboración que une al Ayuntamiento de la capital y su Marca Ávila a la Marca España. De rubricar el acuerdo que estrecha lazos se encargaron el alcalde de la ciudad, Miguel Ángel García Nieto, y el alto comisionado del Gobierno para la Marca España, Carlos Espinosa de los Monteros. Y es que ambos tienen claro que sumar es importante y la proyección hacia el exterior del que será uno de los grandes acontecimientos que viviremos los abulenses en el futuro ya no tan lejano del 2015 se puede hacer mejor en estrecha colaboración, pues además La Santa es una gran carta de presentación para la Marca España.

En virtud del acuerdo Ávila se beneficiará de la Marca España en la promoción, abriéndose un hueco en su web y en espacios de promo-



Cesvimap recibió también la visita institucional. / A.B.

ción en el exterior así como en informaciones de Radio Televisión Española (RTVE) y la Agencia Efe.

Espinosa de los Monteros vivió una jornada «intensa» en la ciudad, de la que se llevó una amplia imagen: por supuesto de su patrimonio histórico y cultural -con visitas a la

Muralla, a la Catedral y al convento de La Santa-; culinario -con una comida en el Parador-; y empresarial -con visitas a Cesvimap y a Yemas de Santa Teresa-. Culminó su visita Espinosa de los Monteros con una explicación pormenorizada en el Lienzo Norte ante la sociedad civil

abulense (política, agentes sociales, empresa, religión, cultura, seguridad, universidad...) de la importancia de la Marca España (la percepción que tiene el mundo del país) por su influencia en la realidad económica, asegurando que en la actualidad esa imagen «es mejor de lo que piensan los españoles» (posición en la segunda decena de unos 200 países). Espinosa de los Monteros explicó que el objetivo es que a España se le asocie con cinco atributos, tradición y modernidad, solidez, solidaridad y flexibilidad y diversidad, tratando de paliar el «déficit» informativo que hay fuera de nuestras fronteras en algunas zonas o cambiando la imagen en otras.

No se olvidó de Ávila, no en vano el planteamiento es que «dentro de la Marca España cabe todo el mundo, sin antagonismos y destacando lo que cada ciudad puede ofrecer». Aquí abogó por una buena colaboración para «vender» Ávila al exterior, puesto que «su éxito

será un éxito de España», indicó. Mucha confianza demostró tener el alcalde de Ávila, Miguel Ángel García Nieto, en la unión: «Es un convenio con visos de tener unos resultados excelentes», dijo por la mañana, mientras que por el acto añadía que la unión con la Marca España «representa una conquista que puede situar a Ávila en una posición inmejorable para su desarrollo».

También veía la luz el lunes otro convenio que ratificaron los mismos protagonistas uniendo la Marca España con la Red de Juderías y Caminos de Sefarad -presidida por García Nieto- y el Centro Sefarad Israel. Y es que no hay que olvidar «la larga historia de tradición que del mundo de los judíos tiene España» y que también puede servir para afianzar un turismo que es especialmente «selecto» y para que de él se beneficien las 24 ciudades que conforman esta red de la que Espinosa de los Monteros alabó que «está muy bien organizada».



Espinosa de los Monteros en su visita a Yemas de Ávila, el convento de La Santa y la Muralla. / A. B

EL CONCEJAL

HÉCTOR PALENCIA | CONCEJAL COORDINADOR DE PATRIMONIO Y TURISMO

«No podíamos tener un mejor compañero de viaje en la promoción exterior»



M. E. / ÁVILA

1 ¿Qué sensaciones le ha dejado la intensa visita a Ávila del Alto Comisionado del Gobierno para la Marca España?

Muy positiva. Podemos sentirnos orgullosos de que el lunes tuviéramos esta jornada y el resultado se plasmará en los dos convenios firmados con la Marca España. La valoración no puede ser más que optimista por el hecho de que Ávila forme parte de la Marca España como uno de los símbolos para su promoción exterior.

2 ¿Qué destacaría de la colaboración que acaba de empezar?

Además de las colaboraciones en las respectivas web, destaca el beneficio de la difusión a través de RTVE y la Agencia Efe y también el trabajo conjunto para las acciones de promoción exterior sobre todo de cara al V Centenario de Santa Teresa.

3 ¿Qué puede sacar Ávila de esta colaboración?

Puede ser muy importante para Ávila, al ser una de las ciudades que está apostando por su marca ciudad pero siempre bajo el paraguas de la Marca España. Esto puede traer beneficios mutuos, ayudar a que las dos marcas sean más fuertes. Hay que recordar que la Marca España se dirige sobre todo al exterior y que somos la tercera o cuarta ciudad en la que el alto comisionado realizaba una visita oficial.

4 ¿Y en cuanto al beneficio de la promoción exterior?

Por supuesto. Hay que aprovechar el V Centenario para difundir la figura de Santa Teresa pero también para dar a conocer la ciudad, su patrimonio, sus valores, sus empresas, y en este sentido fue muy positivo el encuentro que mantuvo Espinosa de los Monteros con empresas y representantes sociales, una oportunidad también para todos lo que estuvimos de aprender de sus experiencias. La promoción exterior a través de la Marca España nos dará una dimensión internacional, no podíamos tener un mejor compañero de viaje en la difusión internacional que aquel que promociona el país por el mundo. De cara al 2015, con La Santa, pero también para que se hable de Ávila.

5 En su intervención en el acto del Lienzo Norte destacó la importancia de dejar de lado los intereses particulares y centrarse en lo que nos une, ¿el V Centenario exige una Ávila unida?

Sí, acabamos de sacar una estrategia turística a la que se han adherido una veintena de entidades sociales con el objetivo de centrarnos en lo que nos une, en las fortalezas, para recuperar el rumbo y el optimismo. No es fácil, son momentos complicados, pero es el mensaje que tenemos que transmitir para aprovechar lo que tenemos por delante.

Los beneficios prácticos de un acuerdo a dos bandas

Ávila se beneficiará de una Marca España que está tratando día a día de llegar al turista extranjero dándole la mejor información de lo mucho y bueno que tiene el país y ahí entra el V Centenario de Santa Teresa. Explicaba el alto comisionado del Gobierno para esta marca de impronta nacional, Carlos Espinosa de los Monteros, que el siglo XVI fue especialmente notable para el país y en este punto «la figura ejemplar de Santa Teresa de Jesús: una de las más importantes de la iglesia católica» mucho tiene que mostrar.

En virtud de este convenio la web www.marcaespaña.com dará cabida a esta efeméride a cuyos contenidos se podrá acceder en la sección de 'Instituciones e

historia', además como marca del Gobierno que es la colaboración incluye cobertura mediática desde RNE y también desde la Agencia Efe y permitirá al Ayuntamiento de Ávila beneficiarse de espacios físicos para la promoción del aniversario fuera de nuestras fronteras.

A cambio la web del Ayuntamiento de Ávila deja parte de su espacio en la web www.avilaturismo.com a la marca España. Y es que esta marca se nutre por así decirlo de grandes acontecimientos para la promoción nacional en el extranjero: está en plena divulgación del descubrimiento del Pacífico por el español Núñez de Balboa y el año que viene le tocará el turno, entre otros al, 400 aniversario de El Greco, un año después... el turno será nuestro.



Espinosa de los Monteros y García Nleto sellan el convenio / ANTONIO BARTOLOMÉ