

# Calp se convierte en el destino vacacional con mayor rentabilidad de toda España

El municipio pone en marcha una campaña para promocionarse en las revistas de varias destacadas aerolíneas europeas

## REDACCIÓN

**CALP.** La villa del Peñón de Ifac es el municipio en el que más ha crecido la rentabilidad turística, según el barómetro de la rentabilidad y el empleo de los destinos turísticos españoles de 2013 realizado por **Exceltur** (la Alianza para la Excelencia Turística). Concretamente Calp ha registrado un crecimiento del Repvar (ingresos por habitación disponible) de un 22,4%, por delante de otros destinos muy demandados de la Costa del Sol, las Islas Canarias o Baleares.

Además, la localidad ha registrado también un incremento del 0,4% en empleo turístico. De los 20 destinos vacacionales de sol y playa de mayor crecimiento cinco son de Baleares, seis de Canarias, tres de la Costa del Sol, tres de Andalucía y dos de la Comunitat Valenciana (Calp y Gandía), siendo la ciudad del peñón la que lidera la lista.

El alcalde de Calp, César Sánchez, ha achacado este logro a la creación y puesta en marcha del Consorci Calpe Tourism, integrado por las empresas del sector turístico de la localidad (la asociación de Empresarios de Hostelería, la asociación de Comerciantes y empresarios, la asociación de Agencias Inmobiliarias y la asociación de Oferta Complementaria de Calp), así como por la concejalía de Turismo.

«El modelo de gestión pública y privada que representa el Consorci ha demostrado ser un modelo de éxito y que juntos somos más fuertes, lo que nos ha llevado a ser líderes en España en rentabilidad», ha



Vista del litoral del Calp durante el verano, con el emblemático peñón al fondo. :: TINO CALVO

destacado Sánchez y ha agradecido el trabajo realizado por los empresarios locales, a los que ha atribuido el mérito de este logro.

Por otra parte, la Concejalía de Turismo y el Consorci Calpe Tourism han puesto en marcha una campaña promocional en las principales rutas de varias aerolíneas europeas: Norwegian, Germanwings, Brussels Airlines, EasyJet y Ryanair.

De marzo a junio, Calp aparecerá, a través de un cuidado trabajo de diseño, en las revistas de a bordo de estas líneas aéreas.

Además esta campaña se completa con otra original acción de promoción. Las tarjetas de embarque de EasyJet durante el mes de marzo con origen desde los principales aeropuertos británicos y llegada al aeropuerto de Alicante ofrecerán la

imagen del Peñón de Ifac y la playa de la Fossa. En total se han editado 50.000 tarjetas de embarque y la elección de rutas que usarán las ha realizado el sector turístico local.

La iniciativa incluye también publicirreportajes sin coste en las revistas de a bordo de las aerolíneas así como el uso de la imagen de Calp en mupis ubicados en el país de origen. Estos reportajes coincidirán a lo largo del año con los distintos eventos que se pretendan promocionar, ya sean la Semana Santa, los moros y cristianos o la fiesta de la cerveza, también se incluirán reportajes temáticos para promocionar las posibilidades náuticas o deportivas.

La campaña usará tres eslóganes diferentes. Así se utiliza en función del mes y de la ruta las frases «Calpe, rejuvenece», especialmente in-

dicado para el mercado noruego, «Calpe, te espera» y «Calpe, tu paraíso». Las distintas propuestas pretenden dar respuesta a las principales búsquedas de los turistas de cada uno de los países de origen.

Con esta iniciativa se espera llegar a los 59,6 millones de impactos en toda Europa dados los vuelos diarios de cada compañía en los próximos cuatro meses. La acción tiene un coste total de 49.000 euros por lo que cada impacto tiene un precio aproximado de 1,2 euros lo que supone un gasto mucho menor que el de otras acciones de promoción.

El edil de Turismo, Jan Van Parijs, ha valorado muy positivamente esta campaña tanto por su alcance como el momento en el que se desarrolla, cuando los turistas empiezan a decidir el destino de sus vacaciones.