

MENORCA , PLAN DE MARKETING TURISTICO... El plan de marketing turístico que regirá en Menorca entre 2009 y 2012 apuesta por los congresos y ferias, paquetes de productos especializados y tarjetas de fidelización del cliente. Así se desprende del documento provisional repartido por el Govern a los agentes del sector en la Isla para que hagan sus aportaciones. Concretamente, la propuesta de promoción, que están elaborando la Conselleria de Turisme y la consultora THR, aboga por crear empresas locales que ofrezcan packs de vacaciones deportivas, culturales o de disfrute del entorno natural. Éstas organizarían «experiencias originales, emocionantes y memorables para el visitante», aunque requerirían la coordinación de los proveedores de la zona.

Además, para la temporada media y baja, el informe insta a lanzar «eventos de gran impacto, capaces de actuar como locomotora en estas épocas». En la misma línea, el trabajo propone que se creen cinco millones de tarjetas «Menorca VIP», con un sistema de puntos y reducciones en los precios.

Antes, sin embargo, el plan elabora un diagnóstico de la situación del sector en la Isla. Según la investigación, Menorca presenta una «dramática concentración del sol y playa» y un estancamiento del gasto medio por visitante, que se ha detenido entorno los 870 euros por persona. Con todo, el dossier admite que la Isla presenta «una potente maquinaria de producción turística», aunque permanece inactiva durante seis meses al año.

Objetivo: resto del año

Por ello, el trabajo emplaza a «conseguir mayor rentabilidad a través de más visitantes en las temporadas media y baja». Para ello, el proyecto urge a lanzar iniciativas innovadoras como un banco de imágenes y videos de la Isla en internet o listas y categorías de productos. Éstas últimas indicarían, por ejemplo, «los 50 mejores bares o las playas más familiares» de Menorca.

Otra de las acciones destacadas es la creación de una red de «recomendadores» entre los turistas que ya nos han visitado. Esta ambiciosa iniciativa pretende crear cinco millones más de tarjetas físicas o electrónicas para incentivar el 'boca a oreja'.

Por último, este plan, que tendrá validez de 2009 a 2012, matiza también la propaganda tradicional. Ruega sólo asistir a las ferias turísticas «imprescindibles» e ir eliminando folletos turísticos en favor de los formatos en CD o 'pen drive'.

Por su parte, el Govern se ha comprometido a que las Islas menores tengan un papel fundamental en la definición de la promoción turística. Respecto al documento, el Ejecutivo autonómico, por voz del director general de Promoción Turística, Joan Sastre, informó que no se hará público hasta mediados de diciembre. Mientras, se seguirán recabando aportaciones.

Desde el Govern se avanzó que el nuevo plan «incluira una gran plataforma digital» con toda la oferta de Balears, aunque los contenidos de cada isla estarán claramente diferenciados. La idea que se baraja es unir los portales de reservas hoteleras y sumarles servicios adicionales, como hostelería o alquiler de vehículos. El informe concreta que puede ser el «mejor portal turístico de Europa» y ofrecer servicios de calidad, similares a las de otros destinos.