



A Xunta insiste que este gasto millonario en publicidade é para a protección do patrimonio e da natureza de Galicia. Por iso, o diñeiro que recibirán os medios de comunicación será europeo, procedente do programa operativo Feder Galicia para a “Conservación, protección, fomento e desenvolvemento do patrimonio natural e cultural”.

A intención de Turismo é “sensibilizar”, aínda máis, á poboación galega e “aos sectores implicados sobre os valores do turismo en Galicia”. Estes cartos súmase aos 1,9 millóns de euros que o Goberno de Feijóo lle dará a determinados medios galegos en periodo electoral.

“Servizo suxeito a regulación harmonizada da estratexia e compra de medios para a campaña de promoción dos recursos naturais e culturais de Galicia durante o 2015”. Baixo este pomposo epígrafe **a Xunta de Galicia acaba de destinar máis de 2,5 millóns de fondos europeos Feder á empresa Avante Marketing y Medios, SL.** , para que nos vindeiros nove meses dea a coñecer as beleza do país tanto no interior como no exterior.

Curiosamente, a maior parte do diñeiro deste contrato, que foi resolto o pasado 1 de abril, irá a parar aos medios de comunicación en prensa, radio e televisión. Quedan excluídos, novamente, os medios dixitais.

O obxectivo da empresa gañadora do concurso será a execución e implementación do plan de medios de ámbito galego, nacional e internacional, para a Axencia de Turismo de Galicia

, durante 2015, “coa intención de sensibilizar á poboación galega e aos sectores implicados sobre os valores do turismo en Galicia”. Por iso, gran parte deste diñeiro irá, como noutras ocasións, para os medios galegos tradicionais nun ano, ademais, de dobre cita electoral.

Para iso, Avante Marketing y Medios, SL. deberá propoñer estratexias, ideas e conceptos

“eficaces e rendibles, creativos novidosos e orixinais”, sen perder de vista a liña de comunicación levada a cabo por Turismo de Galicia e a Xunta de Galicia os últimos anos.

“O obxectivo da campaña é poñer en valor o atractivo turístico do patrimonio natural e cultural de Galicia”

, recolle o prego de condicións.

A Xunta insiste que este gasto millonario en publicidade é para a **protección do patrimonio e da natureza de Galicia**

. Por iso, o diñeiro que recibirán os medios de comunicación será europeo, procedente do programa operativo Feder Galicia 014/2020 na prioridade prevista de investimento 6.32 denominada “Conservación, protección, fomento e desenvolvemento do patrimonio natural e cultural”. Esta liña, segundo Turismo, prevé financiar, entre outras, as actuacións que promovan a posta en marcha de accións de promoción e campañas de publicidade dirixidas á captación de turismo e á mellora do posicionamento do destino no marco do Plan Integral de Turismo de Galicia.

“Natureza e Cultura son as dúas principais motivacións polas que os turistas tanto nacionais como estranxeiros visitan tradicionalmente a Comunidade galega. Ámbalas dúas motivacións constitúen máis do 50 por cento da motivación global das persoas que visitan a Comunidade galega, segundo reflicte o enquérito en destino realizado anualmente polo Departamento de promoción turística da Comunidade galega desde hai 20 anos e outros estudos e enquéritos de demanda turística”, destaca a Administración galega para defender este concurso.

Ademais, insiste en que o sector turístico, en todos os seus ámbitos, “é unha das claves estratéxicas do aumento do produto interior bruto de Galicia”. “O seu bo funcionamento repercute non só no propio sector e todos os seus segmentos (hostalaría, gastronomía, restauración, etc.) senón en moitos máis relacionados (comercio, cultura, artesanía, natureza...)”.

Neste sentido, a Xunta sulina que o 2015 é, dende o punto de vista da promoción turística tanto dos recursos naturais coma dos recursos culturais, “especialmente importante” para Galicia, tanto a nivel local como nacional e internacional, así como o é tamén a programación e a difusión dos seus contidos, sen aclarar a importancia turística deste ano. “Por iso faise necesario poñer en marcha unha serie de instrumentos entre os cales destaca unha campaña de promoción de Galicia como destino vacacional, de peregrinación e de estanzas breves, tanto na época estival coma en fins de semana e pontes”, sulina para xustificar este gasto.

Estes 2,5 millóns de euros súmanse aos case 2 millóns de euros que a Xunta repartirá a algúns medios de comunicación antes das municipais

ÚLTIMOS CONTRATOS PÚBLICOS DE PUBLICIDADE

- Servizo suxeito a regulación harmonizada a través dun acordo marco cun único empresario para a prestación da estratexia e compra de medios para a campaña de promoción dos recursos naturais e culturais de galicia durante 2015, licitado mediante tramitación anticipada cofinanciado no 80% polo p.o. feder galicia 2014/2020 (pi 6.32)

2.550.743,80 € sen IVE

- Acordo marco dos servizos de elaboración, produción e plan de medios de campañas institucionais da Xunta de Galicia en datas relevantes para a Comunidade Autónoma, dos anos 2015 e 2016 **1.450.108,50 € sen IVE**

- Contratos derivados do acordo marco dos servizos de deseño, produción e plan de medios de campañas institucionais da xunta de galicia en datas relevantes para a comunidade autónoma, durante o periodo 2013-2014: 25 de xullo “día de galicia”, 17 de maio “día das letras galegas” e outras. Campaña: “17 de maio, día das letras galegas” - **257.681,90 € sen IVE**

- Contratos derivados do acordo marco dos servizos de deseño, produción e plan de medios de campañas institucionais da xunta de galicia en datas relevantes para a comunidade autónoma, durante o periodo 2013-2014: 25 de xullo “día de galicia”, 17 de maio “día das letras galegas” e outras. Campaña: “15 de maio, día internacional da familia” -

49.586,78 € sen IVE

- Servizo para a elaboración dunha creatividade necesaria para o desenvolvemento das distintas campañas institucionais en datas de especial relevancia, anos 2015 e 2016

190.500,00 € sen IVE

Coa colaboración do medio colaborador [Galicia Confidencial](#)