



Reunión del Ayuntamiento con los medios de comunicación abulenses para promover la marca de Ávila. / VANESSA GARRIDO

El Consistorio busca una marca para Ávila

Desde finales de octubre, el Ayuntamiento se ha reunido con las fuerzas políticas, sociales y religiosas abulenses a fin de preparar un concurso público de ideas para hallar un logotipo que identifique a la ciudad de forma atractiva en otros lugares

JUAN RUIZ-AYÚCAR / ÁVILA

Con el objetivo de encontrar un logotipo, un diseño, un lema, una marca, en definitiva, que identifique a Ávila en el exterior es lo que busca el Ayuntamiento de la ciudad y con tal objetivo abrió una serie de contactos con diferentes agentes sociales que terminarán con la apertura formal de un concurso de ideas de tal manera que cualquier persona o empresa pueda presentar la suya de lo que debe ser esa marca 'Ávila', que tendrá que estar completamente definida antes de que acabe este año.

En opinión de los responsables municipales, la nueva marca debe determinar el posicionamiento de nuestra ciudad con respecto a otras competidoras, para obtener ventajas que nos permitan crecer más eficazmente como un destino de visitantes y de gasto comercializable», y recogiendo esfuerzos anteriores, debe «poner en valor el esfuerzo realizado en los últimos años que permita consolidar los valores diferenciales excepcionales y competitivos de Ávila», todo ello pensado dentro de una «estrategia de crecimiento y desarrollo que facilite la atracción de visitantes». Esta iniciativa forma parte del Plan Estratégico de Turismo que se está elaborando desde el Ayuntamiento. Se busca una marca de ciudad que

sea atractiva y diferente con la que «destacar los puntos fuertes de la ciudad desde una mirada turística, empresarial y comercial», según informaron sus responsables municipales.

La búsqueda de la marca 'Ávila' comenzó el día 2 de noviembre con una reunión en la que estuvieron presentes los portavoces de los grupos políticos con representación en el Ayuntamiento, José Francisco Hernández

Bajo la marca 'Ávila' se busca un logotipo, un diseño, un lema que dote a la ciudad de una imagen moderna, nueva y atractiva en cualquier parte del mundo.

(PP), Yolanda Vázquez (PSOE), Manuel Vicente (UPyD) y Montserrat Barcenilla (IU).

El 3 de noviembre fue el turno de corresponsales y directores de medios de comunicación para que conocieran el trabajo que se está realizando y pudieran aportar sus

propias ideas. En el encuentro participó el director de Diario de Ávila, Pablo Serrano, que comentó que se trata de una iniciativa muy positiva en la que se une toda la sociedad para trabajar por una marca. Por su parte, el director de la 8 de Ávila, Arturo Mancebo, señaló que es una «reunión muy interesante» por lo que desde el medio que representa se «va a apoyar en lo posible este tema». También estuvieron presentes los respectivos directores de la Cope, Francisco José Portela, y de la Ser, Luis Fernando Gutiérrez.

En la segunda semana de reuniones, el 7 de noviembre se produjo uno de los encuentros clave ya que se había citado a organizaciones empresariales. Javier Marfull, secretario de federaciones de Confae, explicó que la principal conclusión es la importancia de trabajar «con una marca global de la ciudad de Ávila, asociado a un producto, que es Ávila, reconocible, con calidad, que satisfaga, sea creíble y sirva para vender toda la potencialidad de Ávila como producto».

Josué Barrera, presidente de Ávila Centro, se mostró entusiasmado por esta idea como un «proyecto muy interesante». Aseguró que desde Ávila Centro llevan mucho «tiempo pidiendo que nos unamos todos» en un proyecto, como ha sucedido ahora con la marca.

En representación de Caja de Ávila, Antonio Martín aseguró que la reunión había «sido positiva» y la «idea va a ser buena para Ávila». De todas formas, cree que es «una gran responsabilidad para lo bueno lo bueno y para lo malo» y aunque es un primer paso, «hay mucho trabajo por hacer».

El encuentro con los sindicatos se produjo al día siguiente. Estuvo presente el coordinador provincial de UGT, Luis Sánchez, que explicó que considera positiva esta reunión para presentar sus puntos de vista y contrastarlos con los de los demás. En la misma línea se expresó el secretario provincial de CCOO, Ricardo del Val, que también quiso incidir en la necesidad de que la marca vaya más allá del turismo, aunque no se puede olvidar la importancia de este sector y el valor del patrimonio monumental. Al encuentro también asistió el presidente provincial de CSI-F, Miguel Ángel de la Cruz.

El día 9 de noviembre se contó con la participación de miembros de las parroquias y los guías turísticos de la capital, dos sectores conocedores de la esencia abulense que, en el conjunto de ideas que manejaron, vinieron a coincidir en la necesidad de que una marca ha de ir siempre avalada por la calidad del producto que publicita, precisamente para no defraudar las expectativas.



Las organizaciones empresariales se reunieron con el Ayuntamiento en el palacio de los Verdugo. / DAVID CASTRO



Encuentro con los representantes sindicales abulenses. / DAVID CASTRO



Parroquias y guías turísticos cerraron el ciclo de reuniones sobre la marca Ávila. / ANTONIO BARTOLOME

Opinan el Obispado y las universidades

El Ayuntamiento cerró el 10 de noviembre las reuniones con grupos de la sociedad civil para recabar todas las ideas posibles sobre qué debe contener la marca 'Ávila'. Lo hizo con representantes del Obispado y de las universidades radicadas en la ciudad. En el caso de la USAL estuvo representada por la directora de la Escuela de Educación y Turismo, Sonsoles Sánchez-Reyes y el direc-

tor de la Politécnica, Miguel Ángel González Iglesias. María del Rosario Sáez Yuguero y Vicente Enciso fueron los representantes de la Universidad Católica de Ávila, y Auxi Rueda lo hizo como directora de Comunicación del Obispado quien, entre otras consideraciones, destacó lo positivo de implicar a la sociedad en la búsqueda de la marca para la ciudad.