



PRENTSA-OHARRA

Iruñeko jendea, horien izaera abegikorra eta tratu pertsonala dira hiriko marka turistikoaren ardatzak, ondarearekin, gastronomiarekin eta Donejakue bidearekin batera

Agur-hitzak hainbat hizkuntzatan eta hiriaren bi izenak: bi elementu horiekin jolasten duen marka berriak helarazi nahi duen ideia da Iruña hiri abegikorra dela

Hiri irekia eta abegikorra. Hori da Iruñeko irudi turistiko berriak helarazi nahi duen ideia. Irudi bat non garrantzi handia hartzen baitute tratu pertsonalak, irribarreak eta hiriko biztanleen poztasunak, zeinek ongietorria egiten baitiete turista eta bisitariei, hainbat hizkuntzatan. Hori horrela, eta turismo jasangarriaren eredia abiapuntu hartuta, hiriko ondaregune garrantzitsuak aurkezten dira, gastronomian barnako ibilbide bat egiten da, eta gogora ekartzen da Iruña Donejakue bideko lehen hiri dela. Iruñeko alkate Joseba Asironek eta Tokiko Ekonomia Jasangarriko zinegotzi ordezkari Patricia Peralesek parte hartu dute irudi berria aurkezteko gaur goizean egin den ekitaldian.

Ekitaldian minutu bat irauten duen iragarki bat aurkeztu da, non hiriko biztanleak, merkatariak eta ostalariak agertzen baitira letradun kamiseta bat janzten, "Kaixo" hitza osatu arte hainbat hizkuntzatan (gaztelania, euskara, ingelesa, frantsesa eta katalana), hirira datozeinei ongietorria egiteko jolas gisa. Bideoan, besteak beste, honako toki hauek agertzen dira: Alde Zaharra, Ziadela, Frantziako Portalea, Udaletxe plaza, Gazteluko plaza, katedrala, udal-merkatuak eta Baluarte. Guzti horri batasuna emanez, musika eta egunerokotasun tonu informal eta alaia. Marka berria ere erakutsi da: eskuz sortu da, ez digitalki, horrek ere gizatasun eta gertutasun ideia helarazi dezan.

Gertutasunari balioa ematea eta "hezur-haragizko" hiri bat aurkeztea

Artwork enpresak sortu du irudia, eta egileek esan dute Iruñearendako irudi turistiko pertsonalizatu bat diseinatzerako orduan hiri eta bertako herritarrak irudikatu nahi izan dituztela, hiri helmuga turistiko gisa sustatzen lagun dezaketen munta handiko balioak baitira. Izan ere, gertutasunari garrantzia eman eta hezur-haragizko hiri bat aurkeztu nahi da, halakoa non aurrez aurreko harremanak baitira nagusi. Ideia hori helarazteko irudi fresko eta gizatiarra





bilatu da, gertukoa, eta hizkuntza xaloa eta ulerterraza. Eskuz egindako markak trazu dinamikoa eta atsegina du oinarri, eta egiterakoan aintzat hartu da merchandising euskarri ezberdinetan erabiltzeko egokitasuna.

Ekimen honen bidez ezberdindu eta izaera propio batekin identifikatzen duen irudi bat izango du Iruñeak, bere-berezko dituen hainbat elementurekin: jendearen gertutasuna, ondare historiko eta kulturala, Donejakue bidea, gastronomia eta tokiko produktua, besteak beste; hartara lortuta Iruña helmuga turistikoa erakargarri gisa egonkortzea.

Turismo jasangarria eta irisgarria

Hala, 2017-2019 aldirako Turismoko Plan Estrategikoaren garapenak aurrera egiten du; horren lan-ildoan artean jasotzen zen komunikazio estrategia berri bat definitzea marka turistikoa berriz ere planteatuta, baita webgunea, liburuxkak eta euskarri grafikoak ere. Lan-ardatz horrek berak era jada egin diren beste jardura batzuk jasotzen zituen, hala nola sanferminetako webgunea ofiziala; Pamplona-Iruña Card txartel turistikoa; turismo-agenda berria, hirian egiten diren jardura guztiak jasotzeko; eta irisgarritasunaren balio bereizgarriaren alde egiten duten bi produktu: harresiei buruzko mugikorrarendako aplikazio bat, eta Donejakue bidearen interpretazio-zentroa, orain arte Jacobaccess izenarekin ezagutzera eman arren Ultreia izena hartuko duena urtearen bigarren seihilekoan atek zabaltzen dituenen.

Hori horrela, Udalak ingurumenaren, ekonomiaren zein gizartearen aldetik jasangarria den eredu baten aldeko apustua egiten du, eta horri guztiari beste ardatz nagusi bat lotzen zaio: irisgarritasuna, hori ulertuta ez bakarrik oztopo fisikoak, zentzumenezkoak edo komunikaziokoak desagerrarazteko bide gisa, baizik eta jomuga hartuta edozein pertsonak edukitzea hiriko bisitaz gozatzeko aukera, baldintza berberetan.

Paraleluki, irudi berria sustatzearekin batera, Iruñeko Udalak 2017-2019 aldirako Turismoko Plan Estrategikoa garatzen jarraituko du, zeinak honako arlo hauei lotutako bost lan-programa ezartzen baititu: gobernantza, helmuga-hiriaren egituraketa, helmuga-hiriaren inteligentzia, jasangarritasuna eta produktu turistikoa. Adibidez, zerbitzu eta baliabideen hobekuntza bultzatzen jarraituko du, baita seinaleztapen turistikoa hobetzen ere, Turismo Bulegoaren zeregina indartuko da, teknologiaren eta konektagarritasunaren ezarpena bultzatuko da, eta gertu dauden beste helmuga batzuekin sinergiak bilatuko dira.

Iruñean, 2018ko martxoaren 23an 2018

