



16/11/2010
TURISMO

65 millones de personas en todo el Mundo tendrán acceso al calendario de Ryanair elaborado en Fuerteventura

El Hotel Bahía Real de Corralejo acogía esta mañana la presentación del calendario.

Los beneficios de su venta se donan a una ONG.

El calendario anual de Ryanair es elaborado cada año por la aerolínea de bajo coste con fines benéficos para recaudar fondos que son donados a distintas organizaciones. La recaudación alcanza los 100.000 euros de media que se donan a la ONG alemana Tafel, que proporciona alimentos a los necesitados en toda Alemania.

Para ello, Ryanair lo promociona de forma muy amplia, tanto en sus propios aviones, por los que pasan unos 65 millones de personas al año, como en internet y otros medios escritos. "Por ello, el hecho de que Fuerteventura haya sido el escenario natural que la compañía escogió para ilustrar su conocido calendario supone una enorme promoción a nivel mundial para Fuerteventura por muy poco presupuesto, ya que la compañía no ha cobrado nada al Patronato de Turismo por esta actividad, tan sólo les ha proporcionado los medios necesarios para la realización del reportaje fotográfico", señalaba en la rueda de prensa celebrada este martes la consejera de Turismo del Cabildo, Águeda Montelongo.

En el encuentro con la prensa asistieron también Daniel de Carvalho del departamento de Comunicación de Ryanair y dos azafatas de la compañía que han posado como modelos para el calendario, Cristiana Silva y Vera Cardoso.

Daniel de Carvalho del departamento de Comunicación de la aerolínea, resaltó el buen "grado de satisfacción que tenemos en Ryanair con el trabajo hecho en Fuerteventura para la elaboración este calendario. Sin lugar a dudas, los paisajes de esta Isla se prestan a servir como plató para iniciativas como la de nuestro calendario".

Los 10.000 calendarios de la edición de 2011 se venderán a bordo de los vuelos de Ryanair, a través del portal de la compañía, o en los centros Tafel en Alemania por un precio de 10 euros. La elección de la ONG a la que se dirige el

Cabildo de Fuerteventura
Patronato de Turismo
Alberto Álvarez – 655.24.29.55
fuerteventuraturismopress@gmail.com



capital recaudado ha estado en manos de la propia tripulación de la compañía, que ha sido elegido entre 400 organizaciones de toda Europa que se ofrecieron para ser las destinatarias del recaudo.

Además, la temática elegida para el calendario 2011 ha sido los deportes náuticos, uno de los principales segmentos de la oferta turística de Fuerteventura. Las azafatas de Ryanair que han ejercido de modelo para el calendario posaron con tablas de surf, en veleros o con equipos de buceo, todo relacionado con las playas, el clima y las actividades acuáticas.

Una de las principales vías de promoción es el vídeo del “making off”, es decir, el cómo se hizo, del calendario, que ya está colgado en Youtube, y que el año pasado alcanzó medio millón de visitas. El vídeo, de dos minutos y medio de duración, recoge un resumen de las sesiones fotográficas en Fuerteventura el pasado mes de septiembre, y las propias azafatas-modelo hablan de la Isla.

Promoción Internacional

La semana pasada, el director general de Ryanair a nivel mundial, Michael O'Leary, presentó en Londres y Hamburgo el calendario, anunciando su lanzamiento. A las presentaciones asistieron medios de comunicación internacionales y la noticia fue publicitada en muchos países. En las presentaciones, O'Leary apuntó que el calendario había sido realizado en Fuerteventura, por lo que, la promoción paralela para la Isla ha sido enorme.

Revista Ryanair

Además, y con el fin de incrementar las ventas del calendario, Ryanair publicará todos los meses en su revista de a bordo reportajes sobre Fuerteventura con información de los vuelos y conexiones que mantiene la aerolínea con la Isla.