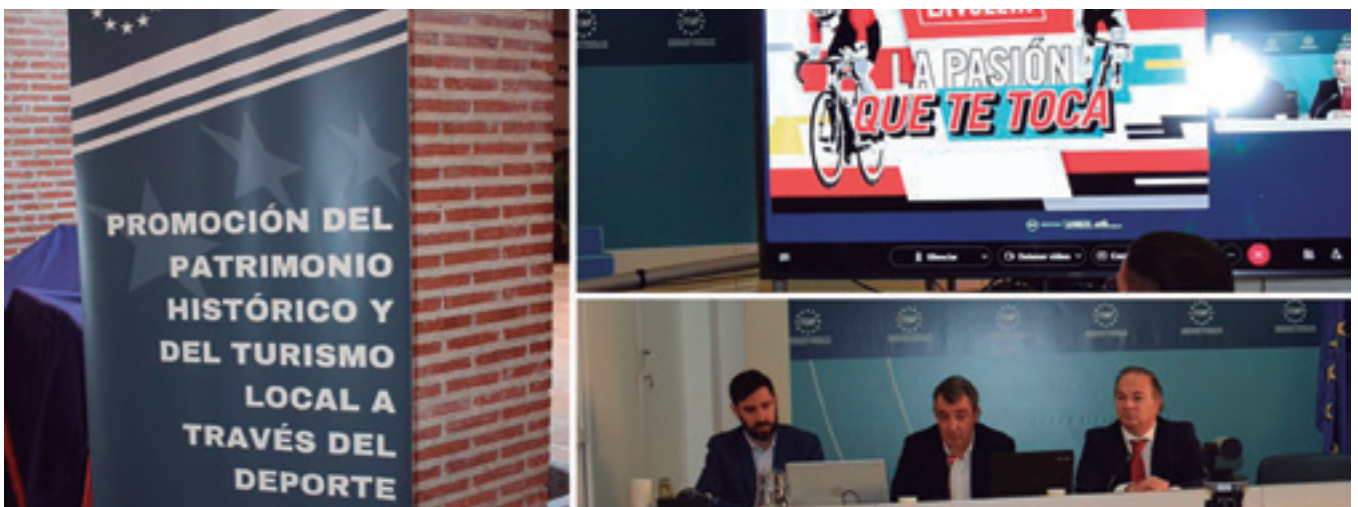


Promoción del Patrimonio Histórico y del Turismo Local a través del Deporte

Difundir las oportunidades que ofrecen a las Entidades Locales los grandes eventos deportivos para la promoción de su patrimonio, tanto histórico como cultural, y, con ello, favorecer el desarrollo turístico de sus territorios es el objetivo con el que el pasado 12 de marzo se celebró en la FEMP la jornada, presencial y telemática, a la que asistieron más de 150 personas entre ambos canales.



Redacción



La jornada, organizada por la FEMP y UNIPUBLIC, agencia organizadora de La Vuelta, abordó dos líneas principales de contenidos: la logística y organización de un gran evento desde el punto de vista municipal y el impacto de la participación en grandes eventos en la difusión del patrimonio histórico y cultural de los municipios. Con La Vuelta como ejemplo de referencia se explicaron las repercusiones que este tipo de eventos tienen tanto para las economías locales como para la difusión de los atractivos turísticos de los municipios.

El Secretario General de la FEMP, Luis Martínez-Sicluna, abrió el acto en el que posteriormente intervinieron Jaime Carnicero, Director General de Organización y Recursos de la FEMP, y Javier Guillén, Director General de La Vuelta. En su intervención, Guillén recordó que La Vuelta es “una de las tres grandes”, que junto con el Giro en Italia, y el Tour de Francia, son las tres únicas carreras ciclistas del mundo con una duración de tres semanas.

Además de todos los trabajos de preparación del recorrido, determinación de las etapas y recorrido de las mismas, en la que la organización mantiene contacto estrecho con numerosos actores (entre ellos, los Gobiernos Locales), el día a día de La Vuelta mueve cada jornada a 3.000 personas de la organización a las que es preciso atender y supone aproximadamente 2.500 pernотaciones de personas que

se mueven con La Vuelta. A ello se suman los corredores y sus equipos, el personal de seguridad, el personal sanitario, medios de comunicación, y los equipos materiales (vehículos, vallas, carpas, contenedores y los arcos, kakemonos y otros elementos que aparecen en el recorrido). En la de 2023, a lo largo de 21 etapas, La Vuelta pasó por 396 municipios, tuvo un recorrido de 3.154 km, que sumados a los realizados una vez finalizada cada etapa, llegó a los 7.000 kilómetros

La Vuelta como evento, explicó Guillén, “busca retorno promocional -llegar a muchos sitios-, retorno económico -dejar dinero en los territorios- y un retorno emocional -llegar al espectador de los pueblos y ciudades de España ofreciendo un espectáculo gratuito-”. La Vuelta llega por televisión a 190 países, con elevada audiencia, y cuenta con un fuerte impacto desde las redes sociales donde también se realiza un trabajo intenso que genera numerosas interacciones.

Entre otras cuestiones también hizo referencia a las guías con los recursos de interés (monumentos, espacios naturales...) de los lugares por los que discurre la carrera que la organización elabora con información que facilitan municipios y Administraciones Provinciales. Estas guías se entregan a los medios para que en las retransmisiones televisivas los comentaristas puedan ilustrar sus intervenciones con referencias a los lugares y recursos que se ven a lo largo del recorrido.