



TURESPAÑA

OFICINA ESPAÑOLA
DE TURISMO
MILÁN

UFFICIO SPAGNOLO
DEL TURISMO
MILANO

NUOVA CAMPAGNA COMUNICAZIONE DEL TURISMO SPAGNOLO

Il Ministero dell'Industria, Turismo e Commercio coinvolge il turista nella promozione della Spagna.

- *La Spagna è la destinazione che può vantare la maggiore fidelizzazione da parte dei turisti. La campagna offre agli utenti l'opportunità di diventare ambasciatori del marchio turistico Spagna attraverso le loro esperienze personali.*
- *Le esperienze saranno raccolte nel sito www.ineedspain.com.*
- *Ambasciatori del marchio Spagna come Ferran Adrià, le stelle del Real Madrid e i campioni del Moto GP promuoveranno questo nuovo concetto in Gran Bretagna, Germania, Francia e Italia.*

Giovedì 16 giugno il Segretario Generale del Turismo e Commercio Interno, Joan Mesquida, ha fatto conoscere la nuova campagna di comunicazione sui media digitali rivolta al turismo internazionale. Si tratta di una nuova scommessa per rafforzare il marchio turistico Spagna nei mercati internazionali, basandosi sulle esperienze dei turisti che hanno già visitato il nostro paese.

Grazie a questa strategia di comunicazione integrale, la destinazione Spagna intende raggiungere un obiettivo a cui pochi paesi possono aspirare: **che siano gli stessi turisti a fare la sua campagna di pubblicità.**

Dalla Segreteria Generale del Turismo e Commercio Interno, attraverso l'Istituto del Turismo di Spagna (Turespaña), si è lavorato su due linee di comunicazione complementari. Da una parte, si è sviluppata una campagna vetrina su Internet che approfondisce il concetto **"I need Spain"**. Partendo dai contenuti offline, si sono sviluppate creatività pensate per **sorprendere** l'utente e **adattarsi in tempo reale** alle necessità di ogni mercato, con realizzazioni che permettono una grande segmentazione secondo i prodotti e i pubblici obiettivi. A ciò si aggiungono circa 130 campagne tattiche di destinazioni spagnole da realizzare ogni anno tramite accordi con i tour operator, le compagnie aeree e altre amministrazioni pubbliche.

Il secondo asse consiste nel rendere tangibile il messaggio **"I need Spain"**, approfittando di un elemento su cui pochi possono contare: la Spagna occupa il quarto posto per numero di turisti e il secondo per volume di spese, però è la prima destinazione al mondo in quanto a **ripetizione delle visite.**

Dei 53 milioni di turisti stranieri che visitano la Spagna, l'85,3% ritorna di nuovo a visitarla. Un fatto che diventa evidente nelle reti sociali e che la campagna attuale tiene in considerazione, offrendo agli utenti di partecipare all'insegna del concetto di **"Spain Addicts"**.

Si tratta di offrire agli utenti l'opportunità di diventare ambasciatori del marchio turistico Spagna attraverso le loro esperienze personali e, nello stesso tempo, ispirare gli altri viaggiatori. A questo scopo è stata creata la piattaforma www.ineedspain.com in cui si possono condividere le esperienze vissute attraverso foto, video e messaggi.

Il piano di attuazione di questa campagna è centrato su questa pagina web, in cui saranno raccolti i contributi degli utenti e i contenuti creati da Turespaña.

Inoltre, saranno organizzate azioni informative per attrarre questi nuovi ambasciatori in Gran Bretagna, Germania, Francia e Italia, con l'appoggio di personalità che hanno prestato la loro immagine in modo gratuito, come Ferrán Adriá, giocatori del Real Madrid quali Cristiano Ronaldo, Kaká o Xavi Alonso, così come i campioni di motociclismo Jorge Lorenzo, Marc Márquez e Toni Elías.

Dall'altro lato, in una chiara scommessa sull'innovazione portata dalle reti social e dai nuovi supporti digitali, si è creato un canale proprio in **YouTube**; profili in **Facebook** e **Twitter** che permettono di rivolgersi a pubblici segmentati in tutto il mondo; branding in **videogiochi** e persino sorprendenti applicazioni per **iPhone**, **iPad** e dispositivi **Android**.

Queste piattaforme e il sito IneedSpain.com saranno interconnessi in modo da poter condividere i contenuti pubblicati dagli utenti.

Attraverso la strategia globale e di comunicazione integrale sui media, dalla Segreteria Generale del Turismo e Commercio Interno della Spagna si intende arrivare a 400 milioni di utenti in oltre 40 paesi. Un obiettivo globale a cui sarà orientato in modo rilevante anche il sito spain.info con oltre 8 milioni di visite annuali e, per far conoscere la nuova campagna, si integrerà la comunicazione sulle reti social, nelle quali Turespaña può contare su quasi 400.000 sostenitori su Facebook e oltre 24.000 su Twitter.

Per ulteriori informazioni contattare:

Ufficio stampa Ufficio Spagnolo del Turismo di Milano

Maite Vicente de Juan | Laura de Juan Nacher
milan@tourspain.es | tel. 02 875211 (int. 2)

Ufficio stampa Ufficio Spagnolo del Turismo di Roma

roma@tourspain.es | tel. 06 6782850

Web: www.spain.info/it