



Marketing turístico

## Turespaña lanza la campaña de promoción internacional *Spain in 10 seconds*

- Comienza hoy en redes sociales y medios digitales de 15 países y cuenta con un presupuesto de dos millones de euros
- Está protagonizada por diversas personalidades españolas que se irán desvelando poco a poco como el psiquiatra Luis Rojas Marcos, la diseñadora Ágatha Ruiz de la Prada y la deportista Carolina Marín

09.04.18. Turespaña, organismo dependiente del Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, ha lanzado hoy *Spain in 10 seconds*, una nueva campaña de promoción turística que se apoya en las recomendaciones personales y motivaciones para visitar España expresadas por una docena de personalidades españolas relacionadas con la cultura, cine, moda, deporte y gastronomía. Cada uno, desde su enfoque personal, muestra sus experiencias y destinos preferidos de la geografía española a través de vídeos cortos en formato *selfie*.

El primero de los embajadores que forman parte de la campaña es el psiquiatra Luis Rojas Marcos. Durante la semana, participarán también la diseñadora Ágatha Ruiz de la Prada y la jugadora de bádminton Carolina Marín. El resto se irá desvelando poco a poco a lo largo de abril y mayo.

El público objetivo al que se dirige esta nueva campaña, que se desarrolla en redes sociales y medios digitales y cuenta con un presupuesto de dos millones de euros, es el segmento de turistas caracterizado por su alta propensión al gasto en el destino al que viaja y con un elevado índice de afinidad por las actividades más experienciales. Se trata además de un gran catalizador para desestacionalizar la demanda turística.

La campaña, que se difundirá en 15 países, se basa en una estrategia de segmentación por perfiles de interés que permite llegar a los turistas en función de su lugar de origen, sus motivaciones a la hora de viajar y su afinidad con cada una de las celebridades.

*Spain in 10 seconds* complementa y refuerza la campaña lanzada en 2017 *Spain is part of you*, que supuso un innovador cambio en la estrategia de marketing de Turespaña, sustituyendo un enfoque de oferta por uno de demanda en el que se sitúa al turista en el centro de la acción.

Para la campaña se ha desarrollado la web [www.spainin10sec.com](http://www.spainin10sec.com). También se puede seguir en las redes sociales de Turespaña (IG: @spain | TW: @spain | FB: Spain.info) o a través del hashtag #spainin10sec.