



Campaña de promoción con motivo del Brexit

Turespaña lanza en Reino Unido “*We have Spain in common*”

- El objetivo es fidelizar al turista británico por encima de la incertidumbre que pueda generar el Brexit
- Sol y playa, cultura, turismo de ciudad y gastronomía son las motivaciones de los vídeos, localizados en Islas Baleares, Comunidad Valenciana, Andalucía y Madrid

04.06.19. Turespaña lanza hoy en Reino Unido “*We have Spain in common*”, una campaña en redes sociales cuyo objetivo es fidelizar a los turistas británicos y crear un sentimiento de confianza en nuestro destino.

Con esta campaña se quiere subrayar que, tanto si se es un británico *leaver* (a favor de la salida de la UE) como un *remainer* (a favor de quedarse en la UE), siempre se va a estar de acuerdo en una cosa: que España es el destino favorito para disfrutar de sus vacaciones. El formato publicitario elegido son vídeos breves y dinámicos adaptados a cada red social, y el canal elegido es el móvil.

“Con esta campaña queremos evitar la desinformación en nuestro principal mercado emisor y transmitir a los ciudadanos británicos que España está preparada para recibirles igual que hasta ahora y ofrecerles una oferta variada, sostenible y de calidad”, ha destacado la presidenta de Turespaña, Isabel Oliver.

Se ha creado un microsite (https://www.spain.info/en_GB/spain-in-common/) en el que se podrán visualizar todos los vídeos de la campaña, además de obtener información oficial relativa al Brexit, con el objeto de solventar

posibles dudas que puedan tener los turistas británicos que decidan viajar a España (visados, mascotas, etc.).

La campaña destaca que España, además de ser un destino con unas temperaturas y unas playas envidiables, ofrece también un valor añadido al turista por su cultura, su gastronomía y la calidad de sus servicios. El público objetivo de la campaña son las familias con hijos, jóvenes que viajan en grupo (amigos) y seniors.

Con esta acción, Turespaña continúa y refuerza su estrategia en redes en el mercado británico. Ya en 2017, la campaña “*Spain in my Heart*” impactó a más de seis millones de usuarios. Y en 2018 Reino Unido también fue objeto de la campaña en redes sociales, “*Spain in 10 seconds*”, en la que 15 celebridades españolas reconocidas internacionalmente, entre ellas Rafa Nadal, Elsa Pataky o Plácido Domingo, compartían con sus fans lo que más les gustaba de España y animaban a que ellos también explicasen en las redes sus experiencias