



Estrategia de comunicación 360°

## Reyes Maroto presenta ‘*Travel safe*’, la nueva campaña de Turespaña para recuperar la confianza del viajero

- **Reyes Maroto: “Con esta campaña queremos posicionar la marca turística España como un prescriptor de la seguridad en los viajes”.**
- **La campaña se lanzará en mercados europeos maduros y se prolongará mientras duren las medidas de prevención de contagio.**
- **Un microsite será el eje clave con información actualizada a diario, tanto de requisitos de entrada a España, como de las medidas adoptadas por las Comunidades Autónomas.**

03.12.20. La ministra Industria, Comercio y Turismo, **Reyes Maroto**, y el Director General de TURESPAÑA, **Miguel Sanz**, han presentado una nueva estrategia de comunicación con el claim “*Travel Safe*” que se inspira en dos objetivos: en primer lugar, informar sobre los requisitos y condiciones para la realización de viajes seguros y, en segundo lugar, inspirar e influir en la intención de compra de los viajeros, animándoles a consumir viajes seguros.

En su intervención, la ministra ha destacado que “con esta campaña queremos posicionar la marca turística España como un prescriptor de la seguridad en los viajes y contribuir a generar confianza en el turista para que viaje de nuevo a nuestro país. Desde el inicio de la pandemia, a la fase de inspiración, planificación y reserva del proceso de decisión del viaje se suma ahora la búsqueda de las medidas y condiciones sanitarias, tanto en el país de origen como en el de destino. Con esta nueva campaña de comunicación ofrecemos un servicio de información oficial y actualizado para ayudar a recuperar la confianza y seguridad en el viajero”.

*Travel Safe* es una estrategia de comunicación 360° basada en contenidos informativos sobre medidas de seguridad y precaución, que se desarrollará a través de un microsite con información para el viajero integrado en el portal oficial de turismo, [www.spain.info](http://www.spain.info), en castellano y nueve idiomas más.

## Un microsite interactivo

Un mapa interactivo de España configurará el microsite que incorporará además una aplicación tecnológica -íntegramente española- que actualiza la información a diario, tanto de los requisitos de entrada a España como de las medidas adoptadas por cada una de las Comunidades Autónomas. De esta forma el viajero podrá consultar de manera sencilla toda la información relativa a cierres perimetrales, restricciones de movilidad, aforos en restaurantes, y de otros servicios turísticos.

El contenido del microsite "*Viajar seguro*", "*Travel Safe*", se presenta de forma sencilla, proporcionando las claves, las herramientas y el contenido para viajar mejor y de forma más segura. Información para que el viajero pueda conocer todas las medidas de prevención y normativa antes, durante y después del viaje. Se estructuran los contenidos en función de la tipología del destino, así destinos de sol y playas seguras, disfrutar de naturaleza segura y turismo urbano seguro; contenidos que se irán ampliando. Y por el lado de la oferta, se habla de seguridad en los hoteles, restaurantes, museos, con enlace a los distintos protocolos que tienen los subsectores turísticos.

El microsite, además, ofrecerá información oficial sobre las medidas impuestas por los distintos países para los viajeros procedentes de España (exigencias de pruebas diagnósticas, cuarentenas)

Además del microsite, la estrategia en medios propios se completa con un plan de comunicación en las redes sociales de TURESPAÑA, la difusión de newsletter a través de CRM, y acciones de relaciones públicas. Para reforzar la comunicación en medios propios, se lanzará una campaña en medios de pago, 100% digital, que combinará acciones de publicidad programática, social ads y publicidad nativa, en los principales mercados emisores europeos. Finalmente, se trabajará también con prescriptores e "influencers" para que se hagan eco de nuestros mensajes y contribuyan a su amplificación.

La campaña "[Viaja seguro](#)" se lanzará en mercados europeos maduros como Reino Unido, Alemania, Francia, Italia, Portugal, Bélgica, Holanda, Austria, Irlanda o Polonia. La campaña se prolongará mientras duren las medidas de prevención de contagio, y está diseñada para poder convivir con otras campañas de publicidad de TURESPAÑA, de captación de turistas.