

Han lanzado una campaña conjunta en torno al concepto IKIRU (vivir, experimentar, disfrutar)

El Gobierno regional e Iberia invitan a chinos y japoneses a “vivir” Madrid

- El objetivo es incrementar la llegada de turistas de ambos países a la región, tal como señala la Estrategia de Turismo de la Comunidad de Madrid
- Esta campaña fusiona el lado europeo (arquitectura, gastronomía y refinamiento) con el latino (pasión, flamenco, exotismo) de la región, siendo Iberia el punto de conexión entre ambas culturas
- Se difundirá en marquesinas y pantallas en calles principales de Shanghái y en el metro de Tokio, por el que transitan una media diaria de 8,7 millones de usuarios

8 de mayo de 2017.- La Comunidad de Madrid e Iberia han lanzado hoy una campaña de promoción turística que durante todo el mes de mayo invitará a chinos y japoneses a visitar y “vivir” la región. El objetivo es incrementar la llegada de turistas de ambos países a la región, tal como señala la Estrategia de Turismo 2015/2019 del Gobierno regional.

Los contenidos de la campaña se han desarrollado sobre el concepto de IKIRU (que en ambos países significa vivir) y animan a chinos y japoneses a experimentar y disfrutar esa fusión entre lo europeo (arquitectura, gastronomía, refinamiento) y lo latino (pasión, flamenco, exotismo) que abunda en la Comunidad de Madrid; siendo Iberia el punto de conexión entre ambas culturas.

Iberia es la única aerolínea que vuela directo entre España y Japón. La aerolínea inauguró sus operaciones a finales de octubre del año pasado con tres frecuencias semanales y en 2017 ofrecerá más de 90.000 asientos entre Madrid y Tokio. Iberia también vuela directo entre Madrid y Shanghái. Los vuelos se inauguraron en junio del pasado año con tres frecuencias semanales.

El director comercial de Iberia, Marco Sansavini, ha señalado hoy que “esta campaña pretende llegar al corazón de chinos y japoneses, mostrarles lo mucho que tenemos para ofrecerles en Iberia y los grandes atractivos de la Comunidad de Madrid”. En los tres primeros meses del año, el turismo japonés ha aumentado en la región más de un 45 por ciento (es el que más ha crecido exponencialmente).

En este sentido, el director general de Turismo, Carlos Chaguaceda, ha señalado que la atracción de viajeros internacionales a la Comunidad de Madrid es uno de los objetivos marcados en la Estrategia de Turismo 2015/2017 del Gobierno regional mediante una oferta de calidad. En este sentido, ha destacado que Madrid “se presenta como un destino único que aúna los atractivos de la ciudad con la múltiple oferta de turismo de ocio, naturaleza, gastronómica y cultural que ofrece el conjunto de la región, convirtiéndola en un destino de alto nivel”.

La campaña de promoción turística que Iberia y la Comunidad han desarrollado para China y Japón incluye cuatro tipos de acciones: De posicionamiento de la marca España, de la Comunidad Madrid y de Iberia como aerolínea de referencia; de *co-branding*, junto con otras instituciones y empresas ya establecidas con éxito en estos mercados –como el Instituto Cervantes y Desigual en Japón, y Meliá y el Real Madrid en China-, que muestran el beneficio de la colaboración de los sectores público y privado en la promoción turística.

Asimismo, incluye campañas tácticas/comerciales para impulsar las ventas y acciones de marketing/contenido en redes sociales. La difusión de las distintas acciones se realizará durante todo el mes de mayo en TV, medios digitales, redes sociales, prensa y otros soportes exteriores e interiores, como marquesinas y pantallas en calles principales de Shanghái o el metro de Tokio, por el que transitan una media diaria de 8,7 millones de usuarios.