

El vídeo ha sido presentado hoy por el director general de Turismo, Carlos Chaguaceda, junto a responsables de la compañía aérea

La Comunidad de Madrid se promociona como destino turístico en los nuevos vídeos de seguridad de Iberia

- Se exhibirá en los más de 18.500 vuelos que, cada año, opera la flota de largo radio de Iberia a cerca de 30 destinos en América Latina, EE.UU, Asia, África y Oriente Medio
- Se mostrarán los atractivos de la región a cerca de seis millones de clientes que verán las medidas de seguridad

27 de julio de 2017.- La Comunidad de Madrid e Iberia han presentado hoy el nuevo vídeo de seguridad que tiene como escenario lugares emblemáticos de la región y que se proyectará en los más de 18.500 vuelos que opera la flota de largo radio a cerca de 30 destinos. El objetivo es promocionar la región como destino turístico entre casi seis millones de viajeros que observarán este vídeo.

El director general de Turismo, Carlos Chaguaceda, y la gerente de Marketing de Iberia, Gemma Funcá, han presentado hoy en un avión en la T4 este nuevo vídeo en el que se puede ver la plaza de Chinchón, declarado uno de los pueblos más bonitos de España, el parque de El Retiro y algunas de las ciudades patrimonio, como San Lorenzo de El Escorial.

Chaguaceda, ha señalado que “esta iniciativa se enmarca dentro de la voluntad del Gobierno de Cristina Cifuentes de promover el atractivo turístico de nuestra comunidad en el plano internacional, en los mercados estratégicos de alto rendimiento, que garantizan un turismo de calidad basado en los atractivos culturales y patrimoniales de Madrid, entendido como un destino único”.

En este sentido, Chaguaceda ha subrayado que el éxito de la Estrategia de Turismo del Gobierno regional “lleva a que Madrid sea la comunidad autónoma española que más crece en visitantes internacionales (un 19 por ciento) y encabece con mucha distancia los *rankings* de ingreso por turismo e ingreso medio diario en España.”

UN TERCIO DE VIAJEROS CON ORIGEN O DESTINO EN MADRID

Este nuevo vídeo lo verán cerca de seis millones de clientes que vuelan entre España y los 30 destinos de la aerolínea en América Latina, EEUU, Asia, África y Oriente Medio. Un tercio de los clientes de Iberia en vuelos de largo radio tienen como origen o destino final Madrid. Los otros dos tercios transitan por

nuestra región para continuar a otras ciudades en Europa, y este vídeo pretende captar su atención para que la Comunidad de Madrid sea su próximo destino.

En este sentido, la gerente de Marketing de Iberia, Gemma Juncá, ha subrayado que “las imágenes de Madrid sorprenden a los clientes y captan su atención porque no esperan encontrárselas en un vídeo de seguridad. El vídeo es muy moderno y, al mismo tiempo, muy cercano, igual que Madrid, que siempre acoge a sus visitantes”.

CAMPAÑA PARA CHINA Y JAPÓN

La Comunidad de Madrid junto a Iberia ha presentado también la campaña de promoción conjunta que han desarrollado para China y Japón, que trabaja con el concepto de IKIRU, con la que invitan a los turistas de ambas nacionalidades a “vivir” Madrid, y que nace de la necesidad/demanda de vivir y disfrutar de distintas experiencias.

La campaña ha alcanzado a un 75 por ciento de la población en Tokio y a un 67 por ciento de la población en Shanghái. Además en redes sociales (presencia en FB y TW en Japón; y en WECHAT y WEIBO en China) la campaña ha llegado a más de seis millones de usuarios habiendo generado comentarios muy positivos y conversación en torno a los atractivos de Madrid.

Iberia lanzó sus vuelos directos a Shanghái hace poco más de un año y con Tokio en octubre de 2016. En ambas rutas ofrece en torno a 90.000 plazas anuales y, desde el comienzo de estos vuelos, los turistas desde ambos mercados a nuestro país se han incrementado en más de un cien por cien, en el caso de los que proceden de China.