

La imagen de la capital estará representada en el prestigioso centro comercial Westfield y más de 155 carteles en el Metro de Londres

La Comunidad de Madrid despliega desde hoy en Londres una campaña publicitaria para atraer turistas con su oferta comercial y estilo de vida

- *Madrid, where tax free shopping is just another exciting thing* tendrá una duración de tres semanas, e incluye soportes físicos y *online*
- Pretende aumentar la llegada de visitantes británicos, que ocupan el cuarto lugar en el ranking, e incrementar su gasto

7 de noviembre de 2022.- La Comunidad de Madrid ha iniciado hoy una campaña publicitaria en Londres para impulsar la llegada de turistas a la capital española atraídos por su oferta comercial, estilo de vida y la ventaja del *tax free* -descuento del Impuesto sobre el Valor Añadido para no residentes en la Unión Europea- para los británicos, e incrementar el gasto que realicen durante su estancia.

Madrid, where tax free shopping is just another exciting thing, es una acción conjunta con el Ayuntamiento de la capital, y se lleva a cabo en soportes físicos, marquesinas, y *online*, y destaca la amplia oferta de comercios y experiencias únicas de compras que pueden encontrar los visitantes.

En concreto, Madrid, representada por la imagen de la Puerta de Alcalá y una de las terrazas de su entorno, a las puertas de la Milla de Oro, está presente, desde hoy y durante tres semanas, en el prestigioso centro comercial Westfield y en el transitado Metro de Londres, con más de 155 carteles situados en estaciones como Piccadilly Circus, Westminster, Oxford Circus, Leicester Square, entre otras.

Además, la acción incluye, de manera simultánea, una campaña de difusión online en medios de noticias, *shopping*, viajes, *lifestyle* y de lujo, que llegará a cabeceras como *harperbaazar.co.uk*, *vogue.co.uk* o *theguardian.com*, entre otros ejemplos.

Estos impactos publicitarios están dirigidos a individuos residentes en Londres de alto poder adquisitivo e interesados principalmente en viajes y artículos de lujo, ante los que Madrid aspira a posicionarse como principal destino europeo en turismo de compras con esta iniciativa.

Para ello, uno de los objetivos de esta campaña, que tiene una inversión superior a 400.000 euros, es generar tráfico a la [web oficial](#) diseñada para la misma, donde los usuarios encontrarán contenido específico para moverse por Madrid, organizar sus compras y disfrutar de la devolución del IVA.

Reino Unido es en la actualidad el cuarto mercado emisor de turismo internacional a la ciudad de Madrid, según los datos registrados en los últimos nueve meses de 2022. En dicho periodo, la capital ha recibido la llegada de 191.469 viajeros británicos, que han generado 472.998 pernотaciones. Su estancia media se sitúa en 2,47 días y los meses de mayo y septiembre son, hasta ahora, los de mayor afluencia de estos visitantes en la ciudad.

MADRID, DESTINO EUROPEO DE REFERENCIA

Madrid sigue promoviendo su imagen en un mercado ya consolidado como el británico y afianzándose como un destino europeo de referencia en turismo de compras. Según un informe realizado recientemente por la consultora británica *Wethrift* para la revista *Monocle*, la capital española se sitúa como el mejor destino de Europa y del mundo para ir de compras.

Su amplia oferta comercial va desde los comercios más exclusivos a los centenarios, pasando por los más alternativos, complementada con otras experiencias únicas de la ciudad como el estilo de vida, la gastronomía, el ocio y la cultura. Sus tiendas se encuentran en varios ejes comerciales de gran atractivo, como Preciados-El Carmen, con calles como la Gran Vía, Arenal, Sevilla, la Puerta del Sol, Callao o la Plaza de España, una zona en la que se mezcla el comercio más castizo y tradicional con los grandes almacenes y tiendas de moda.

En la Milla de Oro, formada por calles como Serrano, Ortega y Gasset, Príncipe de Vergara o Jorge Juan, se reúnen las grandes firmas de moda nacional e internacional. A las anteriores se suman las zonas de Fuencarral, Triball (Triángulo de Ballesta), Chueca y Las Salesas, con un estilo más alternativo y bohemio.