

Estará en funcionamiento del 15 de octubre al 15 de noviembre en medios *online* extranjeros con una inversión de 1,5 millones de euros

La Comunidad de Madrid difundirá una campaña para atraer turismo de calidad de los principales mercados europeos

- Dará a conocer los destinos culturales Patrimonio Mundial de la UNESCO de la región, la oferta gastronómica o la oferta de compras y ocio
- Buscará captar a viajeros de zonas metropolitanas del continente que tienen una excelente conectividad aérea con el aeropuerto de Barajas

**20 de septiembre de 2023.-** El Consejo de Gobierno ha aprobado en su reunión de hoy difundir una campaña *online* de promoción turística de la Comunidad de Madrid dirigida a los mercados europeos más potentes. La iniciativa busca atraer un turismo de calidad con viajeros de alta capacidad adquisitiva de las principales ciudades del Viejo Continente. Esta medida del Ejecutivo autonómico tiene un presupuesto de 1,5 millones de euros para dar a conocer la región como un gran destino vacacional, cultural y de ocio en Francia, Reino Unido, Alemania, Italia, Bélgica, Holanda, Suiza y Suecia, así como en otros mercados emergentes como Israel.

En concreto, se ha dado luz verde a la propuesta de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte para posicionar a la Comunidad de Madrid como una oferta de larga estancia incidiendo en sus enclaves culturales Patrimonio Mundial de la UNESCO (Paisaje de la Luz de la capital, la Universidad y centro histórico de Alcalá de Henares, Monasterio y Real Sitio de San Lorenzo de El Escorial y Paisaje Cultural de Aranjuez). También se incidirá en la difusión otros elementos clave de la oferta turística madrileña como los grandes museos, la gastronomía, la oferta comercial, ocio nocturno, enoturismo, el flamenco o el turismo de naturaleza.

La campaña de comunicación, del 15 de octubre al 15 de noviembre, consiste en acciones en redes sociales y marketing digital en medios generalistas y especializados europeos. Estará dirigida al segmento de turista de alta capacidad adquisitiva de las principales áreas metropolitanas del continente con las que el aeropuerto internacional Adolfo Suárez-Madrid Barajas tiene una excelente conectividad aérea.



Este tipo de iniciativas contribuye a los objetivos de la política para este sector del Gobierno regional como son la dinamización de la economía local, la descentralización del turismo y sus actividades o una mayor estancia media, así como a la captación del viajero de alto valor que genere un mayor gasto.

En paralelo, el Gobierno autonómico promociona en 2023 la Comunidad de Madrid en los mercados emisores asiáticos, hispanoamericanos y de Oriente Medio más destacados.

Este pasado mes de julio llegaron a la región un 6,2% más de viajeros internacionales, y su gasto total fue un 13,4% más que en el mismo mes del año anterior. Además, en agosto se ocupó el 65% de las plazas disponibles, según la encuesta de ocupación de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid. La actividad turística representa en la Comunidad de Madrid el 7% del Producto Interior Bruto (PIB) y genera el 6,8% del empleo directo.