

## **Barcelona presenta a Madrid la campanya “Barcelona estrena Navidad” per promocionar la ciutat com a millor destinació de Nadal del sud d’Europa**

- **Turisme de Barcelona, juntament amb Renfe, han presentat a l’estació d’Atocha una campanya que evoca el retrobament amb les persones i la ciutat**
- **Trens AVE vinilats amb la imatge de campanya sortiran de Madrid i Barcelona per connectar les dues ciutats i promoure el transport sostenible**
- **La nova campanya vol impactar als mercats nacional i de proximitat i transmetre la idea de Barcelona com el millor Nadal del sud d’Europa**

**Turisme de Barcelona** i la operadora **Renfe** han presentat aquest matí a la madrilenya estació de Atocha la nova campanya “*Barcelona estrena Nadal*” a través de la qual es pretén promocionar Barcelona com a millor destinació de Nadal del sud d’Europa. Una campanya de comunicació en origen, adreçada als mercats nacional i europeu, que dóna visibilitat al teixit comercial, gastronòmic i cultural de la ciutat on la cultura a través de la música, el disseny i la oferta d’activitats de diverses disciplines esdevé el fil conductor de tot un relat en el qual es mostra el nou model d’enllumenat per projectar la creativitat de Barcelona.



Marian Muro, Isaias Táboas i Xavier Marcé a la presentació de la campanya a l'Estació d'Atocha

Així el president de Renfe, **Isaias Táboas**, el regidor de Turisme i Indústries Creatives, **Xavier Marcé**, i la Directora General de Turisme de Barcelona, **Marian Muro**, han presentat les diferents iniciatives que duran a terme perquè els ciutadans es desplacin a Barcelona el proper Nadal.

Tal com ha explicat **Marian Muro**, “és la primer vegada que presentem una campanya de Nadal a Madrid perquè el que volem és impactar en el visitant procedent de mercats consolidats com l'espanyol i el de les principals ciutats connectades amb AVE com Bilbao, València... a més dels mercats europeus més madurs com ara Regne Unit, França, Itàlia, i Països Baixos”. “Hem de cuidar el turisme de proximitat i saber adreçar-nos a ell amb una oferta específica i a través dels canals i serveis més adients”.

El regidor de Turisme i indústries creatives, **Xavier Marcé**, ha destacat per part seva que la nova campanya incideix en la oferta cultural i se suma a l'estratègia de diversificar els continguts que oferim a les persones que visiten la ciutat i intensificar les accions adreçades al visitant de proximitat, i especialment a aquells que hi accedeixen amb mitjans de transport més sostenibles”.

Pel president de Renfe, **Isaías Táboas**, aquesta iniciativa conjunta és una mostra del compromís de Renfe amb la ciutat de Barcelona i Catalunya, on pràcticament mig milió de persones són clients de l'operadora. "A Renfe hem tingut sempre la Ciutat Comtal com una de les nostres destinacions preferents a l'hora de programar els nostres trens, tant els que circulen per les línies d'alta velocitat com per les convencionals".



### **Perfil del visitant**

La nova campanya va adreçada a un visitant d'entre 25 i 65 anys, que viatja en parella, família o sol, amb un nivell socio-econòmic mitjà alt i alt, amb motivacions culturals, amant de les tradicions i de l'estil de vida de Barcelona

així com de les compres. De fet, el Regne Unit, França i Alemanya, juntament a Itàlia i als EUA, són els principals mercats de la destinació en compres. Les compres representen una despesa superior al 22%, cosa que situa aquest sector com la segona principal partida de despesa durant l'estada, per darrere de la gastronomia (45,1%). Segons l'enquesta de perfil i hàbits dels turistes, que realitza periòdicament l'**Observatori del Turisme a Barcelona**, l'oferta comercial de la ciutat rep una puntuació de 8,2 en una escala d'1 a 10 per part dels turistes i que el 93,9% dels visitants considera Barcelona una ciutat per passejar. Les botigues formen part de la ciutat i d'aquest model de vida. El 53,2% dels visitants afirmen realitzar activitats relacionades amb les compres.

Si bé el Nadal passat el mercat nacional va representar més del 66% dels turistes, aquest any s'espera, que si les circumstàncies de context ho permeten, mercats destacats com Itàlia, França i el Regne Unit recuperin prop del 25% de la quota que representaven abans de la pandèmia conjuntament per Nadal.

### **Concepte creatiu: "Regala't nous records"**

L'eslògan de la campanya "**Barcelona estrena Navidad. Regálate Nuevos recuerdos**" fa referència a tot un seguit de noves propostes i experiències amb les quals poder

celebrar de nou el Nadal, amb la mirada posada en les persones i la ciutat. Un relat amb l'imaginari centrat en la oportunitat d'aquest Nadal de viure noves experiències i nous records amb propostes nadalenques noves evocant records únics.

Les imatges de la campanya mostren una parella de joves que es van enamorar a Barcelona i que comparteixen records amb imatges que il·lustren els records i les realitat alternatives amb l'oferta de Nadal.

La campanya, realitzada per l'agència Wearecp, es difondrà pels canals digitals de xarxes socials i mitjans en format vídeo de Turisme de Barcelona i altres mitjans de comunicació i xarxes com Facebook, Instagram, Youtube, Tik Tok i Google, i pretén impactar sobre 140 M de possibles visitants.

### **Renfe, transport oficial d'aquest Nadal a Barcelona**

Aquesta és la primera vegada que Turisme de Barcelona arriba a un acord amb Renfe per vinilar trens per la qual cosa durant la campanya *Barcelona estrena Nadal*, Renfe es converteix en el transport oficial de la ciutat de Barcelona. Una iniciativa que pretén promoure el transport sostenible on el tren es reconeix com una peça essencial al sistema de transport per a la Ciutat Comtal. Un mitjà segur, fiable, còmode i el més eficient des del punt de vista mediambiental.

L'acord amb Renfe estableix realitzar diverses accions comunicatives pels canals de la operadora com la Newsletter, anuncis de vídeo a Play Renfe y Canal Renfe, *banners*, a més dels vinilats de dues capçaleres tractores de l'AVE durant dues setmanes de desembre

Amb més de 30.000 capçals de seients a l'AVE a Barcelona amb la campanya i una inserció a la revista Club Renfe de desembre.

Áreas de vinilado S112.



Turisme de Barcelona, per la seva banda, ha editat unes postals que distribuirà als hotels de la ciutat; oficines de turisme i altres establiments amb l'objectiu de difondre la campanya i que consultin el portal web un cop el visitant arribi a la ciutat amb tota la oferta cultural i de serveis.

Per arribar a la Ciutat Comtal, Renfe posa a disposició dels ciutadans serveis AVE des de Madrid, Andalusia, Aragó. A més a més, es complementen amb els trens de Llarga Distància que comuniquen tot Espanya amb Barcelona.

Enllaç Vídeo:

Anglès <https://youtu.be/gobfSlz-sTk>

Espanyol <https://youtu.be/yf9a3LuDKgo>

**Per a més informació:**

Lali Ferrando [lferrando@barcelonaturisme.com](mailto:lferrando@barcelonaturisme.com) T. 646 467 715