



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/18839

16/07/2020

45891

AUTOR/A: ESPINOSA DE LOS MONTEROS DE SIMÓN, Iván (GVOX); CAÑIZARES PACHECO, Inés María (GVOX)

RESPUESTA:

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través del Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA), como organismo encargado de la promoción turística de España en los mercados internacionales, viene desarrollando una intensa labor de marketing, sobre la base de la reapertura de las fronteras y la conectividad con los distintos mercados emisores de turistas.

La campaña “Back to Spain” es una de las principales acciones de marketing que se va a realizar en el marco de la coyuntura ocasionada por la pandemia de la COVID-19. Esta campaña dispone actualmente de un presupuesto aprobado para 2020 de 8.369.970 euros.

“Back to Spain” es el *claim* sobre el que pivota la campaña de publicidad internacional. Apela a las emociones de los turistas durante sus vacaciones en los destinos españoles y les traslada que estamos listos para recibirles.

Esta campaña de verano se ha venido desarrollando en los siguientes mercados europeos: Reino Unido, Alemania, Francia, Portugal, Bélgica y Países Bajos, con una inversión en medios de 4.750.000 euros. A esta cifra hay que añadir 1.800.000 euros destinados a una campaña complementaria, informativa y didáctica, para dar a conocer a quienes nos visitan cómo viajar de forma segura y recuperar la confianza en los viajes en este nuevo contexto.

Desde una perspectiva plurianual, incluyendo la planificación de marketing de TURESPAÑA de 2020 a 2022, el Plan de Impulso del Sector Turístico recoge una inversión en publicidad que asciende a un total de 38.100.000 euros.

Madrid, 28 de septiembre de 2020