



Les embarcacions de Pedro Campos lluiran l'eslògan "I need Spain"

Dos vaixells espanyols promocionaran Espanya com a destinació turística a la regata Barcelona World Race

- L'acte ha comptat amb la presència del secretari general de Turisme i Comerç Interior, del Delegat d'Esports de l'Ajuntament de Barcelona i dels tripulants del Central Lechera Asturiana i del Mapfre, així com amb el Director General d'ambdós equips.
- Mesquida ha mostrat l'orgull que suposa comptar amb els millors i més valorats esportistes espanyols al món per enfortir la imatge internacional d'Espanya.
- Aquest acord s'uneix als assolits amb la Selecció Espanyola de Futbol, la de Basquetbol, el Liverpool FC, Dorna Sports i els pilots de MotoGP o Gisela Pulido, en matèria de màrqueting esportiu.

30.12.10. El secretari general de Turisme i Comerç Interior, Joan Mesquida, ha anat avui a la presentació dels dos vaixells de l'equip de Pedro Campos que participaran a la Barcelona World Race i que lluiran en les seves veles l'eslògan "I need Spain", que forma part de l'estratègia de màrqueting de l'Institut de Turisme d'Espanya (Turespaña).

L'acte, a només 24 hores del començament de la regata, ha comptat també amb la presència del delegat d'Esports de l'Ajuntament de Barcelona i president de la Fundació de Navegació Oceànica de Barcelona, organitzadora de la Barcelona World Race, Pere Alcober, i de els tripulants del Central Lechera Asturiana, Juan Merediz i Fran Palau, i del Mapfre, Iker Martínez i Xabi Fernández, així com amb el director general dels equips, Pedro Campos.

D'aquesta manera, es pretén aprofitar la projecció internacional de la Barcelona World Race per donar a conèixer el destí Espanya. La volta al món a dos sense escales és un dels esdeveniments nàutics més importants del món, amb 277 milions d'espectadors a tot el món en prop de 180 països.

Mesquida ha mostrat l'orgull que suposa comptar amb els millors i més valorats esportistes espanyols en el món per enfortir la imatge internacional d'Espanya.

A més, ha destacat la figura d'Iker Martínez i Xabi Fernández, bimedallistes olímpics i tricampions mundials i europeus de 49er, i que formen la tripulació olímpica masculina més llorejada de la història de la vela espanyola. Un clar exemple del gran èxit dels nostres esportistes en tot tipus de disciplines esportives.

El secretari general de Turisme i Comerç Interior també ha volgut ressaltar el mèrit de Juan Merediz i Fran Palau que, per primera vegada, participen en una competició d'extrema duresa, però que els permetrà complir el somni de donar la volta al món.

Sens dubte, quatre exemples del excel·lent present i futur de l'esport espanyol, que tenen per davant el repte de superar 25.000 milles, tres oceans, dos hemisferis i més de 90 dies de regata.

Promoció esportiva

Aquest acord ve a completar la nova estratègia de màrqueting esportiu, llançada pel Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç, que s'ha unit a la Selecció Espanyola de Futbol, la de Bàsquet, els jugadors espanyols del Liverpool, els pilots de MotoGP, o Gisela polit, com ambaixadors de la marca Espanya, als quals ara s'uneixen dos representants espanyols en la volta al món de vela a dos.

Aquesta línia forma part de la nova campanya de promoció internacional de Turespaña, llançada el març sota l'eslògan "I need Spain", que pretén consolidar el lideratge espanyol en turisme de vacances. L'esperit de la campanya és l'estil de vida espanyol, que atrau cada any a més de 50 milions de turistes.

L'objectiu inicial de la campanya era aconseguir una cobertura de 400 milions de persones a tot el món i, a data d'avui, l'impacte de la mateixa arriba ja als 350 milions de persones, 138 milions a través de mitjans en

línia i 212000000 per mitjans convencionals (premsa, televisió, publicitat exterior ...).

A més, caldria afegir la campanya especial llançada en ocasió de la victòria en el Mundial de Futbol en els mitjans de major difusió a tot el món. En total, 14 milions d'exemplars en mitjans escrits, 13,8 milions d'usuaris connectats assolits i 105.000 fans a Facebook en tan sols una setmana.

La marca Espanya compta ara amb una notorietat espontània de les més altes entre els europeus, ocupant sempre la primera o segona posició en la ment dels consumidors. Això s'ha traduït en un elevat índex de motivació per a visitar Espanya, veritable objectiu de la campanya. Més del 60% de consumidors mostren una major inclinació a visitar Espanya després de veure la campanya.