



Los autobuses de dos pisos recorrerán las calles de la ciudad catalana hasta el próximo 8 de enero de 9.00 a 22.00 horas

## La Comunidad inicia en Barcelona la campaña de promoción turística ‘¿Conoces Madrid?’

- Se repartirán churros con chocolate en una de las paradas más emblemáticas, la de Plaza de Cataluña
- El pasado año un total de 863.143 catalanes visitaron la Comunidad de Madrid, donde gastaron 248 millones de euros

**1 de diciembre de 2016.**- La Comunidad de Madrid llevará a partir de mañana, viernes, la campaña ‘¿Conoces Madrid?’ con la que el Gobierno de Cristina Cifuentes quiere dar a conocer los atractivos turísticos de la región en Barcelona mediante cinco autobuses de dos plantas vinilados con este claim y que recorrerán la calles de la ciudad hasta el próximo 8 de enero.

La Comunidad de Madrid ha iniciado una campaña de promoción con el lema ‘¿Conoces Madrid?’ con el fin de atraer a un mayor número de turistas, procedentes de cualquier punto de la región así como del resto de España, con la que se quiere incidir en la gran oferta de cultura, ocio y naturaleza en un radio de ochenta kilómetros desde la capital.

El claim ‘Conoces Madrid’ se completa con un subclaim para la campaña de ámbito nacional: ‘¿Conoces Madrid? Descúbrelo. Patrimonio de la Humanidad y mucho más’. Está previsto llevar esta campaña a otras importantes ciudades españolas como Barcelona, Málaga, Sevilla, Valencia, Córdoba o Alicante, que además están conectadas con la capital por AVE.

### ALTA VISIBILIDAD EN EL CENTRO DE LA CIUDAD

Los autobuses de Barcelona City Tour ofrecen dos rutas con itinerario fijo (este y oeste) que recorren Barcelona con una duración de dos horas y cuarto entre las nueve de la mañana y las diez de la noche. Empiezan y terminan en la Plaza de Cataluña, el centro de la ciudad, y allí permanecen diez minutos, lo que supone una alta visibilidad de la campaña en un punto estratégico.

“Estos autobuses son uno de los mejores soportes de publicidad exterior de Barcelona con un doble impacto, sobre el público urbano y sobre el turista”, ha señalado el director general de Turismo, Carlos Chaguaceda. Se entregarán



durante al menos dos días churros con chocolate en una de las paradas más emblemáticas (Plaza de Cataluña) además de material de promoción turística.

Chaguaceda ha explicado que esta campaña pretende destacar la calidad y amplitud de la oferta turística y transmitir los atributos de región en este ámbito: modernidad, autenticidad, amabilidad, frescura que han llevado a que la Comunidad de Madrid batiese el récord el pasado año con la llegada de más de once millones de turistas.

“Los valores que se quieren destacar son la cercanía, calidad de vida y buena acogida por parte de los madrileños hacia los turistas que llegan a nuestra región”, señala Chaguaceda. La Comunidad de Madrid es un destino muy elegido por los turistas para puentes y ‘citybreak’ (fines de semana), y en las fiestas de Navidad, que en pocas semanas llenarán la región de visitantes.

Por ello, otro de los objetivos de esta campaña es que los turistas asocien Madrid con una serie de lugares, de forma que planifiquen una visita de mayor duración. “También buscamos que el turismo nacional llegue a la Comunidad de Madrid ahora que empieza una buena temporada de afluencia para la capital con el puente de diciembre y la Navidad”, ha añadido el director general.

## GASTO MEDIO DE 288 EUROS

El pasado año visitaron la Comunidad de Madrid un total de 863.143 turistas catalanes que gastaron en la región 248 millones de euros (el gasto medio diario fue de 288 euros) e hicieron 2.375.412 pernoctaciones en hoteles. En el primer semestre de este año el número de viajeros de Cataluña a la región ha ascendido a 393.090, el 5,61 por ciento del total de viajeros de España.

“Tenemos una oferta imbatible de museos, musicales, deportes, parques naturales, congresos o incluso de golf. Somos el mejor destino para el ocio urbano, y además con sol. Madrid es un destino atractivo que se asocia a la calidad de vida, pero debemos mejorar nuestro posicionamiento en el mercado, y a ello sin duda va a contribuir esta campaña”, destaca Chaguaceda.

El Monasterio de El Paular, en Rascafría; el Palacio-Iglesia de Goyeneche, en Nuevo Baztán; Buitrago de Lozoya, la Plaza Mayor de Colmenar de Oreja, el Real Monasterio de San Lorenzo de El Escorial, el Palacio Real de Aranjuez, la Pedriza, la Plaza Mayor de Chinchón o el Patio Enclaustrado de Santo Tomás de Villanueva en Alcalá de Henares son algunos de los lugares publicitados.