



Desarrollada especialmente para Redes Sociales

Turespaña lanza la campaña internacional 'Valencia: quiérela como nosotros'

- Una campaña en torno a las personas y a esas recomendaciones locales que demuestran el carácter mediterráneo y la calidez humana que se vive en Valencia
- Turespaña, dependiente del Ministerio de Industria y Turismo, amplificará esta campaña a través de la difusión en redes sociales en Europa y Norteamérica a partir del mes de abril

25 de marzo de 2025.- El Instituto de Turismo de España (Turespaña), organismo público adscrito al Ministerio de Industria y Turismo, lanza hoy la campaña internacional Valencia: quiérela como nosotros, diseñada para la recuperación de los flujos turísticos tras la Dana, que pone el foco en Valencia, reproduciendo mensajes de voz de valencianos y valencianas que aman su tierra y quieren que los que vienen de fuera también se enamoren de ella.

Se trata de una campaña en torno a las personas y a esas recomendaciones locales que demuestran el carácter mediterráneo y la calidez humana que se vive en Valencia, haciendo un exhaustivo recorrido de su paisaje interior, las rutas en bici, de la luz, de sus museos, sus calas y playas, de la paella y también del arroz al horno, de todos los ingredientes que hacen de Valencia uno de los destinos más atractivos del mundo.

Turespaña ha desarrollado la creatividad de la campaña de promoción de Valencia y su plan de medios, dirigida especialmente para redes sociales. Las audiencias han sido altamente segmentadas en términos sociodemográficos para alcanzar con 44 millones de impresiones a 11 millones de usuarios con alta predisposición a hacer viajes internacionales desde EE.UU., Canadá, México, Reino Unido, Irlanda, Holanda, Francia, Italia, Bélgica, Alemania, Suiza, Austria, Noruega y Suecia.

Las piezas de vídeo de la campaña, en español, inglés, francés, alemán e italiano, son multiformato para espacios publicitarios verticales y horizontales.

Asimismo, se han diseñado creatividades específicas para diferentes tipos de viajeros con el fin de lograr una alta eficacia ante públicos segmentados (viajeros solos, jóvenes, familias y seniors) destacando atributos y valores como la amistad, el arte, la naturaleza, las playas, el turismo de interior, el deporte, la naturaleza, la gastronomía y el turismo urbano.

El proceso de producción ha sido llevado a cabo por un equipo creativo íntegramente valenciano, así como la música que ha sido compuesta a partir de dos canciones tradicionales que aparecen en la *Rapsòdia Valenciana* del también valenciano Manuel Penella.

Enlace para la descarga del vídeo:

https://drive.google.com/file/d/1ebLase9M-_e96sd8v_uVupZD0ReIYNvj/view?usp=sharing