

jueves, 20 de mayo de 2021

La Sevilla que enamora para quedarse a vivir

FITUR 2021

Campaña de promoción turística internacional



El presidente de la Diputación de Sevilla, Fernando Rodríguez Villalobos, acompañado por el presidente de la Confederación de Empresarios de Sevilla, Miguel Rus, ha presentado esta mañana, en FITUR, la campaña de promoción turística 'Sevilla Enamora', enfocada al mercado internacional. Ha sido en el transcurso de la retransmisión en streaming o *magazín*, conducido por Pepe Da Rosa, que Prodetur realiza para dar a conocer las novedades turísticas del territorio. Al acto han asistido, asimismo, la vicepresidenta de Prodetur, Manuela Cabello, y la delegada territorial de Turismo de la Junta, Rosa Hernández

Durante la charla, en la que también ha participado Ken Appledorn, actor de origen estadounidense, principalmente conocido por su trabajo en 'Arde Madrid', dirigido por Paco León, y la serie 'Refugiados' producida por la BBC Worldwide y Bambú Producciones para La Sexta. También por su trabajo en la película 'Casting' por la que ganó la Biznaga de Plata de Mejor Actor de reparto en el Festival de Málaga de Cine Español 2013; y por la película 'The Extraordinary Tale of the Times Table', por la que fue nominado como Mejor Actor Andaluz en los premios ASECAN. Durante el programa, Appledorn ha contado cómo Sevilla y su provincia "le enamoró".

La campaña, creada en seis idiomas, tiene como objetivo destacar el vínculo emocional que se crea con el territorio entre los visitantes que llegan a la provincia de Sevilla en busca de experiencias únicas relacionadas con el patrimonio, la gastronomía, el flamenco, la naturaleza o el turismo activo.

Testimonios

'**Sevilla Enamora**' es una campaña de testimonios que invita a descubrir los motivos por los que, quienes visitan la provincia de Sevilla, "se quedan irremediabilmente marcados por nuestra gente, nuestras costumbres y nuestra cultura. Y hay hasta quien decide quedarse aquí a vivir. Cuánto nos queda aún por descubrir de

nuestro territorio que incluso los de fuera lo ven como un lugar ideal para establecerse. Cuántos ejemplos de este ‘repoblamiento’ que nos trajo el turismo puede haber en nuestros pueblos... La idea es que estos testimonios sirvan de tractor para que cada vez más turistas sientan el deseo de conocer nuestra provincia, sientan ese enamoramiento”, ha explicado Villalobos.

“Nuestro objetivo es un turismo con el que sumar, menos estacional y no tan segmentado en el fin de semana, que es el que caracteriza a los visitantes de cercanía”, ha insistido el presidente de la Diputación.

Villalobos indicó, no obstante, que Prodetur continuará reforzando la promoción del turismo nacional para la provincia con campañas específicas, también para este mercado. “Se trata de abarcar un mayor espectro de potenciales visitantes, para no depender de los fines de semana o periodos vacacionales. Es algo, además, que nos vienen solicitando los alcaldes y alcaldesas’.

Seis mercados internacionales

La campaña ‘**Sevilla Enamora**’ se basa en seis videos orientados a los mercados francés, italiano, alemán, nórdico, marroquí y británico, que son algunos de los principales emisores de turistas extranjeros a la provincia, y con los que Prodetur viene realizando acciones específicas, también en destino.

Agencias de viajes, influencers, escuelas de español...

La campaña incluye acciones de marketing y comunicación digital. Entre las actuaciones, se contempla acuerdos con las agencias de viajes internacionales, las escuelas de español y las oficinas de turismo en el extranjero para la difusión de los videos; además de la promoción a través de prescriptores o *influencers* en los países destino y acciones especiales en las redes sociales orientadas a los mercados objetivo de la iniciativa.