



Madrid, 11 de noviembre de 2020

**‘Sin ti, Madrid es menos Madrid’ es el lema de esta iniciativa que comparte con el visitante la emoción de volver a disfrutar juntos de este destino**

## **Ayuntamiento y Comunidad lanzan la campaña de promoción turística ‘Recuerdos de Madrid’**

- **Con esta acción promocional, ambas administraciones pretenden reforzar la imagen del destino Madrid y favorecer la dinamización de su sector turístico**
- **A través de seis postales, se muestran algunos de los activos turísticos más singulares de la capital y su región**
- **La campaña se difundirá durante cuatro semanas a nivel nacional y europeo (Italia, Francia y Alemania) en prensa escrita y digital, redes sociales y mobiliario urbano**

El Ayuntamiento, a través del Área Delegada de Turismo, y la Comunidad de Madrid, a través de la Consejería de Cultura y Turismo, han diseñado la campaña ‘Recuerdos de Madrid’, una acción de promoción turística conjunta para todos aquellos a quienes les gustaría visitar la capital y la región pero no pueden hacerlo debido a la crisis sanitaria de la COVID-19. El destino Madrid lanza así un emotivo mensaje a sus visitantes recordándoles que se les echa de menos a través de esta iniciativa en positivo que muestra la historia, el arte, la gastronomía, la naturaleza y las emociones que eso imprime en sus visitantes.

La campaña pone de manifiesto que todo aquello que hace grande al destino Madrid se reduce sin personas con quienes compartirlo, sin sus visitantes. Una idea reflejada en su lema ‘Sin ti, Madrid es menos Madrid’. Con esta frase se pretende recordar que Madrid no es la misma sin quienes la visitan y para ellos, se lanza este otro mensaje final: ‘Puede que no sea ahora, pero será pronto’.

Con esta acción promocional, ambas administraciones pretenden reforzar la imagen del destino Madrid en el ámbito nacional e internacional gracias a un mensaje único y coordinado que contribuye a favorecer e incrementar la estima por el destino Madrid y la dinamización de su sector turístico. Una colaboración que, a su vez, permite concentrar recursos aumentando directamente el impacto y la eficacia de la iniciativa.

### **Dirección General de Comunicación**

Calle Montalbán nº1 Planta 3  
Código Postal 28014 Madrid

**diario:** [diario.madrid.es](http://diario.madrid.es)

**twitter:** [@MADRID](https://twitter.com/MADRID)

**facebook:** [@ayuntamientodemadrid](https://www.facebook.com/ayuntamientodemadrid)

**teléfono:** +34 91 588 22 40

**mail:** [prensa@madrid.es](mailto:prensa@madrid.es)

**web:** [madrid.es](http://madrid.es)



### Postales de Madrid

Para visibilizar este mensaje se han diseñado seis gráficas que tienen forma de postal y que muestran algunos de los activos turísticos más singulares y destacados de la ciudad de Madrid y su comunidad. Un recurso que pretende difundir de manera especial, directa y emotiva el amplio patrimonio histórico y artístico del destino Madrid, su gran oferta cultural y gastronómica y sus extraordinarios entornos naturales.

En estas postales se muestran grandes espacios de la capital como el Museo Nacional del Prado, recordando la grandeza del Paseo del Arte y los tablaos flamencos de la capital; la plaza Mayor, con una mención a símbolos de la gastronomía madrileña como las tapas o los restaurantes con estrella Michelin y el Palacio Real, poniendo en valor la almendra central de la capital e instituciones culturales como el Teatro Real. También se promocionan tres destacados enclaves y atractivos turísticos de la Comunidad de Madrid: el Palacio Real de Aranjuez, el Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama o las rutas del Vino Madrid.

### Difusión de la campaña

La campaña que comienza hoy se difundirá a lo largo de las próximas cuatro semanas a nivel nacional y europeo. El presupuesto total invertido en esta iniciativa conjunta será de más de 1,2 millones de euros.

En concreto, en España, se realizarán inserciones en prensa escrita tanto en diarios como en suplementos, especiales o revistas de viajes y estilo de vida. La campaña también tendrá presencia *online* a través de la prensa digital, otras plataformas culturales, económicas o de tendencias y de las redes sociales. Además, se ha puesto en marcha una campaña exterior con circuitos de mupis digitales situados en estaciones de tren AVE, centros comerciales y mobiliario urbano de las ciudades de Málaga, Sevilla, Bilbao y Valencia.

A nivel internacional, la difusión se centrará en tres países: Italia, Francia y Alemania, que en 2019 fueron el segundo, el tercero y el quinto emisor de turismo extranjero a la capital, respectivamente. Con ella se pretende llegar a ciudadanos de estos tres mercados con edades comprendidas entre los 20 y los 65 años e interesados en la cultura, el ocio y los viajes. En este sentido, la imagen del destino Madrid estará presente en prensa y revistas alemanas y francesas como Die Welt, Le Fígaro magazine, M Le Monde o Le Parisien Weekend, así como en circuitos de mupis digitales en las calles y estaciones de tren de Munich, París, Niza y Marsella. Simultáneamente, se activará una campaña en medios digitales y redes sociales que también se llevará a cabo en Italia./

#### Dirección General de Comunicación

Calle Montalbán nº1 Planta 3  
Código Postal 28014 Madrid

**diario:** [diario.madrid.es](http://diario.madrid.es)

**twitter:** [@MADRID](https://twitter.com/MADRID)

**facebook:** [@ayuntamientodemadrid](https://www.facebook.com/ayuntamientodemadrid)

**teléfono:** +34 91 588 22 40

**mail:** [prensa@madrid.es](mailto:prensa@madrid.es)

**web:** [madrid.es](http://madrid.es)