



Madrid, 5 de abril de 2017

La compañía aérea lanza una campaña promocional, patrocinada por Madrid Destino, sobre productos “Made in Madrid”, con la flor de la violeta como protagonista

La violeta madrileña volará por el cielo europeo con Iberia Express

- Como parte de esta acción, Iberia Express aromatizará todos sus vuelos con la fragancia de esta flor y obsequiará a los clientes que vuelen destino Madrid con bolsitas de caramelos de violeta
- Los pasajeros dispondrán también de información turística sobre establecimientos madrileños que permiten adquirir productos hechos en Madrid inspirados por la calidad, el diseño y creatividad
- Para dar a conocer esta iniciativa, se ha organizado el taller sensorial “La violeta: flor muda”, que ha dado a conocer la historia de esta flor y su vinculación con la ciudad de Madrid

El Ayuntamiento de Madrid y la compañía aérea Iberia Express vuelven a unir sus esfuerzos para promocionar los principales atractivos turísticos de la capital a nivel internacional. En esta ocasión, el Área de Turismo de Madrid Destino patrocina una campaña promocional desarrollada por Iberia Express sobre el comercio madrileño y los productos “Made in Madrid”, que tiene como protagonista a la flor de violeta.

Fruto de este patrocinio, a partir de mañana y hasta el próximo mes de septiembre, la aerolínea aromatizará todos sus vuelos con esencia de violeta, una flor que crece en la sierra madrileña y que constituye todo un emblema de la capital. También se obsequiará durante 6 días a los pasajeros que vuelen destino Madrid con caramelos de violeta, un dulce típico que cuenta con una historia vinculada a la ciudad.

Con el objetivo de que los usuarios de la aerolínea puedan conocer una de las principales señas de identidad del turismo de compras en Madrid, los productos hechos a mano en la capital, se incorporará en los aviones información turística (100.000 ejemplares bilingües español-inglés) sobre establecimientos que permiten adquirir productos “made in Madrid” inspirados por la calidad, el diseño y creatividad.

La violeta y Madrid

Para dar a conocer esta iniciativa, se ha organizado el taller sensorial “La violeta: flor muda”, en el que los asistentes, guiados por una experta perfumista, han participado en la elaboración de su propio aroma de violeta. Lo curioso de esta flor que carece de olor, es su aroma sintético, creado de forma artificial y que se relaciona indudablemente con la típica flor madrileña.

La violeta forma parte de la historia de Madrid, convirtiéndose en una seña de identidad de la capital. Propia de la sierra madrileña, crece en el mes de febrero como preludeo de la primavera, y de ahí la famosa frase con la que se hacía referencia a las violeteras de Madrid, “como ave precursora de primavera en Madrid”, que allá por el siglo XIX vendían ramilletes de esta flor a las puertas de los teatros madrileños. Fue tal la vinculación de esta flor con la



ciudad, que se convirtió en dulce típico. Caramelos con la esencia de las violetas, como es el caso de la violeta escarchada, que hoy día se siguen vendiendo en algunos de los establecimientos con más solera de la capital, y que hicieron las delicias de reyes como Alfonso XIII.

Por ello, como muestra de su vinculación con la ciudad de Madrid y de su apuesta como destino turístico internacional, se ha escogido esta flor como protagonista de la innovadora iniciativa, para ofrecer una experiencia diferencial a bordo a todos sus clientes, transportándolos a Madrid antes de llegar con un aroma que desde el 6 de abril estará disponible en toda la flota de la aerolínea.

Fernando Candela, consejero delegado de Iberia Express, ha señalado durante el acto de presentación de la iniciativa que "esta acción es fruto de nuestro compromiso con Madrid como uno de los destinos con grandes atractivos turísticos. Para la compañía, se trata de una ciudad estratégica, ya que es el centro de nuestras operaciones y desde la que conectamos con cerca de 40 destinos en España y Europa". Candela también ha destacado que "para la compañía es todo un orgullo el poder abanderar esta ciudad que nos ha dado tanto y desde donde despegó el primero de nuestros aviones hace ahora cinco años".

Por su parte, Miguel Sanz, director de Turismo de Madrid Destino, ha afirmado que esta iniciativa "permite mejorar el conocimiento de la ciudad de Madrid y su posicionamiento como uno de los principales destinos turísticos de España y Europa entre los pasajeros de esta aerolínea, así como promover el turismo de compras y promocionar el pequeño y mediano comercio". "Una labor conjunta que irá completándose a lo largo del año con nuevas acciones de difusión de los grandes atractivos culturales y turísticos de la capital y que nos permite materializar nuestro compromiso de apoyo tanto a las rutas ya existentes como a las nuevas conexiones directas con Madrid".

Iberia Express, filial de Iberia, opera rutas de corto y medio radio y aporta tráfico directo, además de alimentar la red de largo radio de Iberia. Es miembro de oneworld, una alianza de quince compañías aéreas que ofrece a sus pasajeros 14.000 vuelos diarios a cerca de 1.000 aeropuertos de 150 países. En 2016, Iberia Express ha sido la aerolínea low cost más puntual del mundo por tercer año consecutivo, según los informes de la consultora FlightStats.

El Área de Turismo de la empresa municipal Madrid Destino se encarga del desarrollo de las competencias en materia de gestión y promoción turística de la ciudad de Madrid. Su labor se centra en la difusión de la imagen de Madrid como destino turístico a nivel nacional e internacional, así como de la gestión de los recursos turísticos municipales de capital.

Para más información:

Madrid Destino

Departamento de Comunicación

Virginia Recio

91 578 77 70

comunicacion@esmadrid.com

www.madrid-destino.com

Iberia Express

Cristina Valentín | Alexandra Mariño

91 590 14 37 | 661 673 071 | 636 501 242

comunicacion@iberiaexpress.com

www.iberiaexpress.com