

La presidenta recuerda que la región proyecta convertirse en el nodo aeronáutico del sur de Europa con una inversión de 1.000 millones

Díaz Ayuso presenta el Airbus de Iberia vinilado con la imagen de la Comunidad de Madrid para promocionarse como destino turístico por el mundo

- La acción se extenderá durante seis meses en aeropuertos internacionales
- Una de las prioridades del Ejecutivo regional es la reactivación del sector turístico madrileño
- En 2019, la Comunidad de Madrid batió un nuevo récord con la llegada de 7,6 millones de turistas internacionales

12 de abril de 2021.- La presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, ha presentado hoy el Airbus 330-200 de Iberia vinilado con la imagen de la región con el fin de promocionarse como destino turístico en mercados internacionales, reactivar la demanda turística y recuperar su reputación como lugar favorable a la inversión.

“Estamos ante una muestra más del coraje y el buen hacer y, sobre todo, la profesionalidad de nuestros empresarios españoles y de todas las empresas arraigadas en la Comunidad de Madrid para proyectarnos al mundo y, sobre todo, también para promocionar la marca España”, ha señalado Díaz Ayuso durante la presentación del avión en las instalaciones de la aerolínea junto al aeropuerto Adolfo Suárez-Madrid Barajas.

Por otro lado, la presidenta madrileña ha recordado que, dentro de la estrategia de recuperación de la Comunidad de Madrid, hay un proyecto para convertir a la región “en el nodo aeronáutico del sur de Europa donde nuevamente Iberia” será protagonista. Concretamente, está prevista la inversión de más de 1.000 millones de euros en proyectos de colaboración público privado con empresas como Iberia o Airbus.

En esto, se enmarca la conexión directa del AVE con la T4 a Barajas, la construcción de la nueva terminal de carga en el aeropuerto o el desarrollo de un polo industrial aeronáutico “que incluya un campus de innovación y que apoye la reindustrialización de la región y la apuesta por el I+D y el empleo de alta cualificación”. Se trata de uno de los proyectos más importantes que la Comunidad ha presentado al Gobierno de España para poder optar a los fondos europeos.

UN AVIÓN EN LOS AEROPUERTOS INTERNACIONALES

El avión, con capacidad para 288 pasajeros, llevará a cabo vuelos a múltiples destinos de largo radio y estará visible a lo largo de 6 meses en aeropuertos de todo el mundo. El diseño del vinilado se ha llevado a cabo teniendo en cuenta la visibilidad a la altura del avión para que sea perfectamente legible e identificado desde las puertas de embarque y las salas de los aeropuertos.

Se enmarca dentro del contrato de patrocinio publicitario suscrito entre la Comunidad de Madrid e Iberia por importe de 1,2 millones de euros. Su objetivo es crear notoriedad global, posicionamiento en valores y activación comercial a través de las conexiones aéreas directas de los principales destinos de EEUU y Latinoamérica. Se trata de campañas de promoción enfocadas a lograr un aumento de visibilidad del destino, un mayor conocimiento del producto turístico dentro de la Comunidad de Madrid, así como ofertas tácticas que generen más reservas y visitantes procedentes de dichos mercados.

La iniciativa forma parte de las acciones que lleva a cabo el Ejecutivo regional para la reactivar el sector turístico madrileño y posicionarlo a los niveles de crecimiento sostenido anteriores a la pandemia. En este sentido, en 2019, la Comunidad de Madrid batió un nuevo record -por quinto año consecutivo- con la llegada de 7,6 millones de turistas internacionales que suponía un incremento del 7% respecto al año anterior.

Además, los visitantes internacionales que eligieron la Comunidad de Madrid como destino gastaron un total de 10.452 millones de euros a lo largo de 2019, un 12,6% más que en 2018, superando por primera vez en la historia la barrera de los diez mil millones de euros.

PROMOCIÓN GASTRONÓMICA, WORKSHOPS Y REDES SOCIALES

La colaboración de la Comunidad de Madrid e Iberia se ha concretado en otras muchas acciones llevadas a cabo en los últimos meses, como la publicación de reportajes y páginas de publicidad en las revistas *Ronda Iberia* e *Iberia Plus* con un retorno de más de un millón de lectores por número.

Por otro lado, la sala VIP Dalí del aeropuerto Adolfo Suárez-Madrid Barajas, vinilada también con la imagen de la Comunidad de Madrid, ha sido escenario durante una semana el *Street Food Market* para la promoción de productos locales gastronómicos. Otro importante canal para esta promoción han sido las redes sociales. Asimismo, se han llevado a cabo encuentros profesionales, como el Workshop online en exclusiva sobre la Comunidad de Madrid con agentes de viaje y turoperadores de México al que asistieron más de 200 empresas.