



Presentación de la Campaña Turística de Verano 2022

La Región de Murcia lanza la campaña turística de Costa Cálida con Carlos Alcaraz como protagonista y una inversión récord de 1,5 millones

Resalta los atractivos de los 270 kilómetros de costa vinculados a la idea de 'disfrutar', más allá del sol y playa, y tiene como objetivo afianzar la Región como destino preferente de los turistas nacionales

La promoción, que arrancó con el despliegue de una lona gigante en Madrid, incluye un spot, menciones, patrocinios y más presencia en ciudades que son origen y destino de las conexiones del Aeropuerto

La Comunidad presentó la campaña de promoción de la Región de Murcia y su sello turístico Costa Cálida para el presente verano, que está protagonizada por el tenista Carlos Alcaraz y cuenta con una inversión récord de 1,5 millones de euros.



La campaña, impulsada por la Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes, arrancó en Madrid con el despliegue de una lona publicitaria de 1.000 metros cuadrados en la Gran Vía, resalta los atractivos de la Costa Cálida vinculados a la idea de ‘disfrutar’, más allá del sol y playa.

Durante el acto de presentación, celebrado en Cartagena, el consejero Marcos Ortuño destacó que “se trata de la campaña de verano más potente y con mayor impacto mediático de nuestra historia”, y afirmó que uno de los objetivos centrales es “afianzar a la Región como destino preferente de los turistas nacionales, porque representan el 80 por ciento de nuestros visitantes”. En cuanto a la inversión, resaltó que es “la más importante que ha llevado a cabo esta Región, tal y como nos solicitaba el sector, y alcanzará una rentabilidad máxima”.

La campaña “va a llegar a todos los hogares de España, con más de 35 millones de impactos, y vamos a captar la atención de todos los medios”, afirmó Ortuño. Como mensaje principal se trasladará que “nuestros 270 kilómetros de costa se complementan con infinitas posibilidades: patrimonio, naturaleza, deportes náuticos, buceo, gastronomía, festivales de música y teatro... En definitiva, mil formas de vivir y disfrutar”, aseguró el consejero. El responsable autonómico definió la campaña como “la mejor de la historia del turismo regional, gracias a su protagonista, Carlos Alcaraz, que lleva con orgullo el nombre de la Región por todo el mundo”. Así, definió al joven tenista de El Palmar como “un embajador excepcional, con el que cualquier territorio soñaría, y un gran prescriptor de la Región y de nuestra Costa Cálida”, ya que, afirmó, Alcaraz “asocia a nuestra tierra a valores como el esfuerzo, el éxito y la vitalidad”.

Alcance mediático

“Queremos que la Región de Murcia y nuestra Costa Cálida sigan viéndose como un destino ideal para disfrutar de las vacaciones de verano”, subrayó



Ortuño. Para ello, confirmó que “vamos a tener presencia en los grupos de comunicación líderes en televisión, radio, prensa y medios digitales”.

La campaña activará, desde el próximo 6 de junio y hasta el 31 de agosto, un spot publicitario en cadenas líderes de televisión y radio nacional, al que sumará inserciones en prensa, revistas especializadas, soportes de exterior, publicidad digital, menciones en directo y patrocinios de distintos programas.

Como novedad, el spot también se proyectará durante todo el mes de junio en los diez cines con más espectadores de Madrid, gracias a un acuerdo con los tres mayores exhibidores del ámbito nacional, que generan más del 70 por ciento de espectadores de las salas de la capital.

Igualmente, la Comunidad ha decidido reforzar su presencia promocional en ciudades que son origen y destino de las conexiones aéreas nacionales del Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia como Bilbao, Santander, Oviedo, Gijón, Menorca o Las Palmas de Gran Canaria. Concretamente, se difundirá la campaña en autobuses, metro, mupis y estaciones de tren de estas ciudades.

Tendencia positiva en el sector

Los datos turísticos del primer trimestre de este año reflejan una tendencia positiva en la Región de Murcia, que ha multiplicado por 20 el número de turistas recibidos en el mismo periodo de 2021. Además, en dicho tramo se recibió la misma cifra de turistas internacionales que en 2019, antes de la pandemia.

Ortuño resaltó que los datos de ocupación turística durante la pasada Semana Santa, que calificó de “histórica”, con un 93 por ciento de ocupación media, “son fruto del esfuerzo y del magnífico trabajo de nuestro sector turístico” y “nos



dan más fuerza todavía para continuar por esta línea de trabajo, redoblando esfuerzos”.

El sector de hostelería y agencias de viajes rozó los 45.000 trabajadores, la cifra de empleo turístico más elevada desde el inicio de la pandemia, impulsada por una Semana Santa que superó todas las previsiones. Ortuño manifestó su voluntad de “seguir apoyando a este sector” y de “redoblar esfuerzos de promoción turística”, porque es “imprescindible para la economía de nuestra Región”.