

## San Sebastián se promociona a través de otros destinos: “Os echamos de menos. Volveremos a viajar”



- Donostia San Sebastián Turismoa presenta una original campaña turística con un enfoque emotivo y solidario, buscando la empatía y la conexión con el público estatal. Es un mensaje de entendimiento entre las personas viajeras: los y las donostiarras desean visitar otras ciudades, y también quieren que vengan a San Sebastián.
- La campaña estará activa del 3 de marzo al 31 de julio y constará de dos fases: Una primera en la que soñamos con viajar - “Os echamos de menos. Volveremos a viajar”-, y una vez que se permita la movilidad, una segunda fase, - “Ahora sí, volvemos a viajar. Nuestra casa es vuestra”.
- Lo innovador de la campaña es que se promociona San Sebastián a través de otros destinos. Se interpela a las personas viajeras de las ciudades que más nos visitan, y para ello, se han creado piezas creativas con mensajes personalizados e imágenes de lugares emblemáticos de Madrid, Barcelona, Euskadi, Navarra, Zaragoza, Valencia, Sevilla y Málaga.
- La campaña utiliza también la idea de la unión del estrobo, pieza fundamental en el remo, como símbolo para salir de esta situación juntos, y regalar un pedacito de la esencia de nuestra ciudad a los potenciales viajeros.

*San Sebastián, 3 de marzo de 2021*

Adaptándose al contexto actual de incertidumbre, Donostia San Sebastián Turismo pone en marcha una campaña de branding y posicionamiento de ciudad a nivel estatal, con un alto componente emocional. El principal objetivo es conectar con los potenciales viajeros y viajeras de otras ciudades, haciéndoles soñar, diciéndoles que queremos viajar a sus ciudades, e invitándoles a disfrutar de la nuestra.

La concejala de Turismo Sostenible, Cristina Lagé, ha señalado que “hemos ideado una campaña con un enfoque original: promocionar San Sebastián a través de otros destinos, personalizando los mensajes y haciendo guiños a cada ciudad, y mostrando imágenes no solo de San Sebastián sino también de los destinos que los donostiarros queremos visitar, y cuyos ciudadanos echamos de menos, y deseamos volver a ver en nuestra ciudad.”



Se han creado piezas creativas, vídeos y landings en la web [www.sansebastianturismoa.eus](http://www.sansebastianturismoa.eus) con mensajes personalizados para las 8 ciudades o regiones que más nos visitan - Madrid, Cataluña, Euskadi, Navarra, Zaragoza, Valencia, Sevilla y Málaga- en cuatro idiomas: euskera, castellano, catalán y valenciano. En el resto de ciudades, se difundirá la versión general de la campaña.

La campaña estará activa del 3 de marzo al 31 de julio y constará de dos fases: la primera estará en marcha mientras duren las restricciones a la movilidad, y la segunda, se activará una vez que se abra la posibilidad de viajar.

Será una campaña 100% digital, y se difundirá a través de la segmentación geográfica y por intereses (público cosmopolita, interesado en viajar, en actividades deportivas y culturales...) en los principales canales: YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, Google Display para Remarketing y Spotify.



### 1era fase: “Os echamos de menos. Volveremos a Viajar”

En la primera fase de la campaña, se envía un mensaje **emotivo y solidario, de amistad**, a los viajeros que quieren visitarnos, pero aún no pueden hacerlo: “Os echamos de menos, pero ánimo, porque pronto volveremos a viajar”. Buscamos empatizar con nuestro público objetivo, con un mensaje positivo, de futuro y esperanza.

### El estrobo, un pedacito de San Sebastián, y un fin de semana de regatas

En esta primera fase, la campaña también retorna a nuestros orígenes pesqueros, a través de la idea de la unión del estrobo, pieza fundamental en el remo. Es la pieza que sujeta el remo, y si cede o se rompe, no hay remada. El estrobo se utiliza como obsequio de gran simbolismo, muy donostiarra, para aquel viajero o viajera con quien queremos compartir un pedacito de nuestra ciudad



A las personas viajeras interesadas en recibir más información sobre la campaña, se les enviará de forma **gratuita**, tras rellenar un formulario, una **pulsera o llavero “estrobo”**, de confección donostiarra y artesana. La pulsera ha sido confeccionada por Saioa Torres (Baby Mundua), cuya familia está muy vinculada al mar, y el llavero, por Igor Herce (E-Mendi), dueño de un taller dedicado al diseño y creación de artículos de cuero y piel.

Entre los y las participantes, además, se sorteará un **fin de semana en Lasala Plaza Hotel\*\*\*\*** para dos personas, en habitación con vistas al mar y desayuno incluido, durante la final de la Bandera de la Concha. Se podrá contemplar la final de las regatas desde una ubicación privilegiada, y también se podrá elegir una **actividad acuática en San Sebastián**, a elegir entre las distintas actividades ofertadas en [sanebastianaturismoa.eus/shop](http://sanebastianaturismoa.eus/shop).

## 2ª fase: “Ahora sí, volvemos a viajar. Nuestra casa es vuestra”

La segunda fase de la campaña se activará cuando podamos viajar, y será una invitación directa a venir a la ciudad y a sentirse donostiarra. Será una campaña más colorista y alegre, una vez más, haciendo guiños a cada una de las ciudades: ¡invitaremos a venir y disfrutar de nuestra ciudad mientras los donostiarras nos vamos de viaje a sus ciudades!

La campaña tendrá una línea continuista, con la misma protagonista, pero esta vez acompañada, mientras prepara con ilusión su viaje a esos destinos que tanto ha echado de menos. Esta segunda fase contará con una landing con **planes y actividades locales**, propuestas por las entidades asociadas a Donostia San Sebastián Turismoa.

*\*La grabación de los vídeos ha sido posible gracias a la colaboración del Club Remo Donostiarra y al club de remo Urki.*