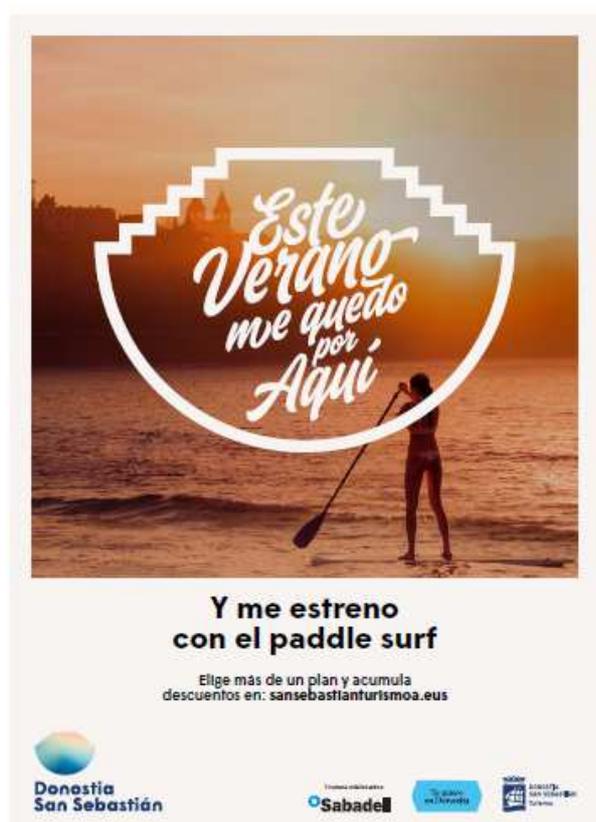


Dos campañas dinamizarán el turismo este verano en San Sebastián

- Donostia San Sebastián Turismo se adapta a la nueva realidad y pone en marcha dos campañas complementarias dirigidas principalmente al público local, de proximidad y estatal, con el objetivo de promocionar la ciudad como destino turístico y estimular el consumo local.
- La campaña *“Este verano me quedo por aquí”* va dirigida al ciudadano y al visitante de cercanía, animándoles a redescubrir San Sebastián y todo lo que ofrece, apoyando así a las pequeñas empresas donostiarras del sector. Las experiencias o actividades turísticas se podrán adquirir con descuentos en sanebastianturismoa.eus.
- La campaña *“Respira San Sebastián”* se dirige al público estatal y desde un tono suave, emocional y evocador, posiciona San Sebastián como un destino diferencial, cercano, de bienestar, seguro, relajado y de calidad. Se irá ampliando al público internacional según se vayan abriendo las opciones de viaje.



Donostia San Sebastián Turismo orienta su estrategia este verano tras la crisis sanitaria por el coronavirus y tratará de convencer a los donostiarras para que redescubran su ciudad y al visitante de cercanía o al del resto del país para que se acerquen a disfrutar y conocer la rica oferta de que dispone San Sebastián.

La Concejala de Turismo Sostenible, Cristina Lagé, ha señalado que “la pandemia nos ha motivado a formular esta apuesta que va en la línea de lo que se hace en el resto del Estado y otros países. Está claro que los movimientos de turistas no van a ser especialmente importantes en los próximos meses como consecuencia del coronavirus, por lo que tenemos que seducir para atraer un público más local y cercano y convencerles para que este año disfruten de los encantos que tiene y ofrece San Sebastián”.

Dos campañas complementarias se ponen en marcha para alcanzar ese objetivo:

“Este verano me quedo por aquí”

Es una campaña dirigida al público local y al visitante de cercanía. “Este verano es una oportunidad para quedarse en San Sebastián y explorar con conciencia todo lo que nos rodea, todas esas pequeñas cosas, planes, experiencias o actividades que en el día a día pasamos por alto. Al mismo tiempo, es un ejercicio de solidaridad hacia todas las pequeñas y medianas empresas donostiarras que necesitan recuperar su actividad”, ha señalado Lagé.



A través de esta campaña se invita a los donostiarras y a los visitantes de cercanía a “redescubrir” todo lo que la ciudad tiene que ofrecer: museos, visitas guiadas a pie o en bici, actividades acuáticas o en la naturaleza, excursiones... se incluirán experiencias en grupo y también salidas privadas. Para incentivar el consumo, además, se ofrece una promoción especial de **descuentos** que asumirá DSS Turismoa. Un 10% de descuento por la compra de dos actividades turísticas, un 15% por la compra de 3 actividades y un 25% de descuento por la compra de 4 actividades. Las experiencias se podrán adquirir en www.sansebastianturismoa.eus o en la Oficina de Turismo de San Sebastián (Boulevard, 8).

La campaña se difundirá a nivel local y Euskadi, a través de publicidad programática online (Search, Display, Discovery, YouTube, Facebook & Instagram Ads...) con un alcance de más de 20 millones de impresiones, se rotularán los autobuses turísticos de la ciudad, se publicitará en las marquesinas de autobuses, a través de cuñas de radio y de prensa escrita y online.

“Respira San Sebastián”

Esta campaña está orientada al público estatal y transmite una diferenciación de San Sebastián frente a otros reclamos que el potencial visitante va a recibir... sugiere y evoca a través de la belleza de las imágenes y una narrativa basada en las **sensaciones**, en un tono sutil, emocional y amable la calidad de San Sebastián **como destino turístico de calidad y emblema de bienestar**. Una invitación a disfrutar de la ciudad desde el bienestar, la calma, la placidez, la tranquilidad...



La web de Donostia San Sebastián Turismoa mostrará **propuestas especiales** que se podrán adquirir online o en la oficina de Turismo de San Sebastián. La campaña se difundirá a nivel estatal a través de publicidad programática online (Search, Display, Discovery, YouTube, Facebook & Instagram Ads...) con un alcance de más de 40 millones de impresiones y a través de prensa online estatal dirigida a un público segmentado. La campaña se irá difundiendo también a nivel internacional a medida que se vayan abriendo las fronteras.

Con el patrocinio del **Banco Sabadell Guipuzcoano**, cuya filosofía es apoyar empresas e iniciativas locales, se abre una nueva era de colaboración público -privada dentro de Donostia San Sebastián Turismoa en aquellas acciones en las que la filosofía de la marca pueda encajar con la iniciativa.

Además de las dos campañas, Donostia San Sebastián Turismoa actualiza constantemente su web y redes sociales con contenidos para inspirar al potencial viajero y animar al donostiarra a consumir actividades locales, a través de minipíldoras de vídeo, experiencias en el blog con vídeo e imágenes, propuestas de planes para este verano, panorámicas 360º, reportajes y recomendaciones de medios nacionales e internacionales sobre la ciudad etc.

La concejala de Turismo, Cristina Lagé, ha señalado que “DSS Turismoa mantiene su apuesta por los principales ejes estratégicos de su Plan Director: calidad, sostenibilidad, autenticidad y equilibrio, reforzando el enfoque hacia el público local, de proximidad y estatal de cara al verano, y su apoyo a las empresas donostiarras vinculadas al sector turístico, y a sus 330 establecimientos asociados, para estimular la reactivación económica.”