PUBLICACIÓN: Msn (Spain)
PAÍS: ESP
TIPO: Web
AVE: €28996.49
AUDIENCIA: 3581747
AMD: 536972.00
TMU: 1.12 min
AUTOR:
URL: www.msn.com
> 3 de noviembre de 2026 a las 20:42
> Versión en línea

Turespaña lanza una campaña internacional para posicionar a España como destino turístico accesible

Europa Press MADRID, 3 (EUROPA PRESS) La iniciativa plantea una forma diferente de comunicar la oferta turística española, poniendo el foco en los sonidos, aromas y texturas de los destinos para acercar la experiencia del viaje también a las personas con discapacidad visual.

La campaña está protagonizada por Matthew y Paul, una pareja estadounidense de creadores de contenido, uno de ellos con discapacidad visual, que recorren destinos como Madrid y Altea para mostrar cómo descubrir España a través de los sentidos. El proyecto cuenta también con la participación de Gema Hassen-Bey, medallista paralímpica española de esgrima.

Como complemento a la campaña, Turespaña ha reunido en su portal spain.info una selección de cerca de 100 experiencias en las 17 comunidades autónomas y en Ceuta y Melilla, elaboradas en colaboración con la ONCE. Las propuestas permiten descubrir diferentes lugares a través del oído, el tacto, el olfato y el gusto.

La iniciativa cuenta con el respaldo de la ONCE y la certificación de Ilunion Accesibilidad, que ha verificado los subtítulos, textos alternativos y audiodescripciones de los contenidos audiovisuales.

Con este lanzamiento, Turespaña enmarca la accesibilidad dentro de su estrategia de promoción internacional y de su objetivo de reforzar la imagen de España como un destino turístico abierto a todas las personas.

La campaña se desarrollará durante cuatro semanas en mercados internacionales como Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Alemania, Australia, Países Bajos y Portugal, entre otros, mediante diferentes piezas audiovisuales difundidas principalmente en redes sociales.

Onclusive
Todos los derechos reservados
https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/