PUBLICACIÓN: diarioenpositivo.com
PAÍS: ESP
TIPO: Web
AVE: €54.00
AUDIENCIA:
AUTOR:
URL: www.diarioenpositivo.com
> 3 de noviembre de 2026 a las 18:55
> Versión en línea

Turespaña inicia campaña global para promover a España como destino turístico accesible



El Instituto de Turismo de España, conocido como Turespaña, ha presentado en la feria World Travel Market (WTM) de Londres su nueva campaña internacional titulada Spain, a Country for All . Esta iniciativa busca consolidar a España como un destino líder en turismo inclusivo y accesible.

La propuesta ofrece una manera innovadora de comunicar la oferta turística española, centrando su atención en elementos sensoriales como sonidos, aromas y texturas. De esta forma, se acerca la experiencia de viajar también a quienes tienen discapacidad visual.

Campaña internacional con enfoque sensorial

Los protagonistas de esta iniciativa son Matthew y Paul, una pareja estadounidense dedicada a la creación de contenido, entre los cuales uno tiene discapacidad visual. Ambos recorren ciudades como Madrid y Altea para mostrar cómo explorar España a través de los sentidos. Además, participa Gema Hassen-Bey, esgrimista paralímpica española con medallas internacionales.

Propuesta digital complementaria

Como parte del proyecto, Turespaña dispone en su web oficial spain.info una recopilación de casi 100 experiencias distribuidas por las 17 comunidades autónomas y las ciudades de Ceuta y Melilla. Estas opciones, desarrolladas en colaboración con la ONCE, permiten explorar diferentes destinos por medio del oído, tacto, olfato y gusto.

La campaña cuenta con el aval de la ONCE y la certificación Ilunion Accesibilidad, que ha revisado la calidad de subtítulos, textos alternativos y audiodescripciones en todos los contenidos

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

PUBLICACIÓN: diarioenpositivo.com
PAÍS: ESP
TIPO: Web
AVE: €54.00
AUDIENCIA:
AUTOR:
URL: www.diarioenpositivo.com
> 3 de noviembre de 2026 a las 18:55
> Versión en línea

audiovisuales implicados.

Estrategia de promoción y mercados

Con esta iniciativa, Turespaña incorpora la accesibilidad a su plan de promoción internacional, reforzando la imagen de España como un destino turístico inclusivo para todos. La campaña se difundirá durante cuatro semanas en mercados clave como Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Alemania, Australia, Países Bajos y Portugal, utilizando principalmente contenidos audiovisuales distribuidos en redes sociales.

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