PUBLICACIÓN: DiarioSigloXXI.com
PAÍS: ESP
TIPO: Web
AVE: €136.13
AUDIENCIA: 73126
AMD: 2521.00
TMU: 0.02 min
AUTOR: Guillermo Peris Peris
URL: www.diariosigloxxi.com
> 3 de noviembre de 2026 a las 18:34
> Versión en línea

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



El Instituto de Turismo de España (Turespaña) ha presentado en la World Travel Market (WTM) de Londres su nueva campaña internacional 'Spain, a Country for All', con la que busca posicionar a España como referente en turismo accesible e inclusivo.

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.

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

PUBLICACIÓN: DiarioSigloXXI.com
PAÍS: ESP
TIPO: Web
AVE: €136.13
AUDIENCIA: 73126
AMD: 2521.00
TMU: 0.02 min
AUTOR: Guillermo Peris Peris
URL: www.diariosigloxxi.com
> 3 de noviembre de 2026 a las 18:34
> Versión en línea

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/