

## Visite SP Convention Bureau e Grupo Viajes El Corte Inglés fecham acordo que visa impulsionar o turismo espanhol em São Paulo

Acordo entre VSPCB e Grupo Viajes El Corte Inglés vai ampliar a visibilidade de São Paulo no exterior e aumentar o número de viajantes espanhóis para o estado

Por **Letícia Virgínia** | segunda-feira, 9 de setembro de 2024

Atualizado em: 9 de setembro de 2024 | 20h02



Divulgação/Geovana Fraga

**Toni Sando**, presidente do VSPCB

Visite **São Paulo Convention Bureau** e o **Grupo Viajes El Corte Inglés** fecharam uma parceria para impulsionar o turismo espanhol em São Paulo e ampliar seu conhecimento no exterior. Duas marcas do grupo vão oferecer pacotes de viagem aos interessados em visitar o Estado. A primeira delas é a Logitravel, uma OTA líder na Europa, e a outra é Viajes El Corte Inglés, rede com mais de 577 pontos de venda na Espanha. Destinos do litoral norte estão confirmados nesta ação, realizada juntamente com a Abear e Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo.

**Toni Sando**, presidente executivo do VSPCB, diz que a parceria "é um passo importante na promoção do destino que, em sua atual fase de campanha, passa a ter visibilidade internacional, ao lado de roadshows estratégicos e participação em feiras pelo mundo".

Para anunciar a novidade, o grupo – presente em 18 países – desenvolveu uma campanha de comunicação, com duração de um mês e início na segunda quinzena de setembro, vendendo o verão paulista.

A Logitravel vai divulgar os pacotes por meio de suas mídias proprietárias, com uma página exclusiva em seu site, posts no blog, redes sociais e newsletter. Além disso, estão previstos banners na home page do jornal El Mundo, anúncio na revista Viajar, painéis nas lojas FNAC e aeroportos de Madri e Barcelona. Já Viajes El Corte Inglés definiu como prioridade o site, publicações patrocinadas, redes sociais, mídia programática, além de mostrar São Paulo nas TVs instaladas em suas lojas e painéis digitais no Palacio de la Prensa.

De acordo com **Fabio Zelenski**, diretor de Marketing do VSPCB, "o projeto é estratégico no contexto das demais ações de promoção de destino, uma vez que, para além da conversão de vendas pela Logitravel e pelas agências físicas do Viajes El Corte Inglés, os pontos de ativação da campanha são visitados por turistas de todo o mundo, criando e/ou aumentando o desejo de colocar São Paulo nos planos para as próximas viagens". Ele completa dizendo que "há uma oportunidade para São Paulo se posicionar como uma alternativa de destino global na qual todos ganham: o visitante, com experiências inesquecíveis e, para muitos, inédita; e o destino, que vai recebê-los, gerando emprego e renda".