



CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA 'EXTREMELY GOOD EXTREMADURA'

DOSSIER DE PRENSA

ÍNDICE

- CONTENIDO DE LA CAMPAÑA
 - SPOT DE TELEVISIÓN Y ADAPTACIONES A OTROS FORMATOS
 - PROTAGONISTAS DEL SPOT: ANA PECOS, LUCÍA DELGADO Y MIGUEL ÁNGEL PERERA
 - BANDA SONORA 'EXTREMELY GOOD', POR GECKO TURNER
 - LOCALIZACIONES
- DIFUSIÓN
 - CADENAS DE TELEVISIÓN NACIONALES Y AUTONÓMICAS
 - PRENSA, MEDIOS ONLINE Y RADIO
 - REDES SOCIALES
- FUTURAS ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA



▪ CONTENIDO DE LA CAMPAÑA

La nueva campaña de promoción turística del Gobierno de Extremadura plantea un novedoso modelo en el panorama nacional, apostando por el turismo experiencial, el turismo de sensaciones, frente a los tradicionales formatos de presentación de sucesiones de imágenes y lema final. Además, la campaña estrena el nuevo lema 'Extremely Good'; 'Extremadamente bueno', en inglés.



Extremadura presenta la historia de un viaje por su territorio, acercando al espectador y potencial turista a las sensaciones que plantea una experiencia de este tipo. Sobre el original modelo de 'road movie', con el referente de la mítica película 'Thelma y Louise', la comunidad extremeña se ofrece

como un destino donde parar, respirar, disfrutar de cada instante, sentirte libre, diferente, saber que no hay nada imposible y, en definitiva, sentirte "extremadamente bien", conectando con el eslogan de la campaña 'Extremely Good'. Es otra forma de conocer, de recorrer y de vivir la región.

'Extremely Good' es también el título de la canción del músico extremeño Gecko Turner, que actúa como banda sonora del spot y que transmite, en tono 'country', el espíritu de la campaña: "Cuando estoy a tu lado, cuando estoy en Extremadura, me siento extremadamente bien".

• SPOT DE TELEVISIÓN Y ADAPTACIONES A OTROS FORMATOS

El viaje de dos chicas jóvenes, interpretadas por la presentadora extremeña Ana Pecos y la actriz Lucía Delgado, que visitan diferentes localizaciones y se encuentran con varios personajes (entre ellos, el reconocido torero extremeño Miguel Ángel Perera), conecta con los tres ejes básicos del turismo que está trabajando el Gobierno de Extremadura: el turismo cultural, de naturaleza y gastronómico. A partir de una historia atractiva y presentada con la máxima calidad, se muestran no solo los impresionantes enclaves que los turistas pueden visitar en la comunidad, sino también las sensaciones que van experimentar en los mismos, los encuentros que van a protagonizar, etcétera.

El referente del spot, la película 'Thelma y Louise' de Ridley Scott, está considerada hoy un clásico. Trata sobre la amistad de dos mujeres diferentes y la acción ocurre en la carretera a lomos de un descapotable, con el cabello al viento, lo que evoca una sensación de gran libertad. El spot, grabado por



Factoría Plural, se centra en esa sensación de libertad que ofrece el referente de la película y que se encuentra en Extremadura.

La imagen es moderna basada en el casting de las dos protagonistas, dos chicas jóvenes y actuales. Dos chicas normales, que se complementan a lo largo del spot: Ana conoce la región y la muestra a su amiga, Lucía, que descubre Extremadura y es la mirada del espectador por los diferentes paisajes.

El coche que aparece en la campaña, un Renault Caravelle, también es un símbolo de modernidad, puesto que se trata de un descapotable francés que fue publicitado en su día por otro mito de este concepto: Brigitte Bardot.

El spot muestra la gran variedad de paisajes extremeños: arboledas, riscos, estampas agrícolas, ciudades, un pueblo, campo, una piscina natural, caminos, carreteras, etcétera.

Con la selección de escenas, se buscan emociones contrastadas, como ocurre con la actividad en el agua en la Garganta de los Infiernos del Valle del Jerte en contraposición con la quietud del balneario de Alange. En la puesta en escena, se utiliza la técnica del ralentizado para acentuar las sensaciones, de modo que se consigue transmitir la impresión de disfrute en el tiempo en contraste con la gran cantidad de espacios visitados.



El final queda abierto a la interpretación del espectador, en cuanto a las relaciones entre los protagonistas del spot, y el lema 'Extremely Good' deja la referencia a la sensación de bienestar de la que se disfruta cuando uno viaja por Extremadura.

- **PROTAGONISTAS DEL SPOT**

Ana Pecos tiene 25 años y raíces torviscalenses, aunque vive en Don Benito. Es licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Extremadura y siempre ha desarrollado su experiencia profesional en la comunidad extremeña. En Canal Extremadura ha formado parte de diferentes equipos y en la actualidad presenta MUJERES.SON, un formato novedoso que se emite los miércoles por la noche y que pretende mostrar el universo femenino.

Lucía Delgado es licenciada en Periodismo y ha estudiado Arte Dramático. Ha participado en proyectos como 'Perdona si te llamo amor', 'La montaña rusa', 'Al final del camino' o 'El séptimo día', en el cine, y



en series de televisión como 'Águila Roja', 'Buen Agente', 'Ángel o Demonio' y 'Aula de castigo', una web serie para Antena 3 que protagoniza en la actualidad.



Miguel Ángel Perera, natural del municipio pacense de Puebla de Prior, donde nació el 27 de noviembre de 1983, está considerado como uno de los mejores toreros de la actualidad y ha cosechado múltiples triunfos en la última temporada, en la que ha cumplido una década desde que tomó la alternativa el 23 de junio de 2004 en Badajoz, de manos de El Juli. El torero extremeño, que actualmente reside en Olivenza, despierta gran interés mediático y se muestra siempre muy comprometido con Extremadura.

- **BANDA SONORA 'EXTREMELY GOOD', POR GECKO TURNER**

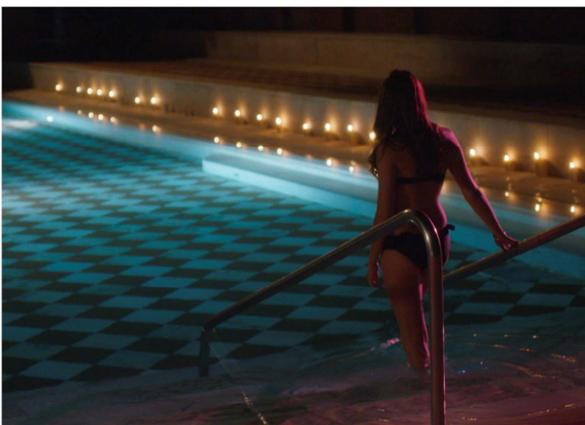
Para la nueva campaña de promoción turística de Extremadura, se ha creado específicamente la canción original 'Extremely Good', compuesta e interpretada por el músico extremeño Gecko Turner (Badajoz, 1966). Gecko se define como un músico ecléctico, con influencias muy dispares en su música (blues, folk, soul, funk, ritmos africanos y caribeños...) y amplia presencia en escenarios internacionales, siempre manteniendo una relación muy estrecha y comprometida con Extremadura, donde reside.





- **LOCALIZACIONES DEL SPOT**

- **Aeropuerto de Badajoz:** Situado a 14 kilómetros del centro urbano de Badajoz y a 45 de Mérida, es una de las puertas de acceso a Extremadura, actualmente con vuelos regulares desde Madrid y Barcelona que, a su vez, conectan con otros itinerarios internacionales.
- **Monasterio de Yuste:** En la comarca de La Vera, su origen se remonta al siglo XV, cuando un grupo de vecinos decidió construir un monasterio para cobijar los ermitaños. El emperador Carlos V eligió este enclave para pasar sus últimos meses, entre 1557 y 1558, lo que le ha proporcionado fama internacional, junto con su riqueza artística y su ubicación privilegiada. Está a dos kilómetros de Cuacos de Yuste, en un paraje lleno de calma, rodeado de arboledas y pequeños arroyos.
- **Parador de Jarandilla:** Localizado en el castillo de los Condes de Oropesa, data del siglo XV y es reconocido, aparte de por sus impresionantes instalaciones, por acoger la estancia de Carlos V entre 1556 y 1557, mientras se adecuaba su alojamiento en el Monasterio de Yuste.
- **Acueducto de Los Milagros:** Situado en el Conjunto Arqueológico de Mérida, declarado Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO, adquirió su denominación por la admiración que causa a los visitantes su magnificencia. Hoy en día se conservan 800 metros de acueducto, con pilares que se alzan hasta 27 metros y sobre los que anidan numerosas cigüeñas blancas.
- **Garganta de los Infiernos:** Reserva Natural incluida en la Red de Espacios Naturales Protegidos de Extremadura, muy reconocida por la gran belleza de su paisaje y popular en verano por la opción de refrescarse en la zona conocida como Los Pilonés, unas grandes pozas de agua esculpidas por el agua y que forman un divertido tobogán acuático de 200 metros.



- **Balneario de Alange:** Incluido en el Conjunto Arqueológico de Mérida y Alange, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, sus primeras construcciones datan del siglo III, en época romana. Actualmente combina antiguas construcciones romanas con modernas infraestructuras.

- **Valle del Jerte:** Entre los muchos atractivos de esta comarca del norte de Cáceres, resulta especialmente conocida la floración de los cerezos, que se celebra cada año con una Fiesta de Interés Turístico Nacional.

- **Cuacos de Yuste:** Declarada Conjunto Histórico-Artístico, la villa destaca también por el rico entorno natural que rodea la localidad, con las aguas del río Tiétar regando la tierra, y su proximidad al Monasterio de Yuste, escenario de los últimos años del Emperador Carlos V.



- **Finca Don Tello:** A apenas ocho kilómetros de Mérida, la finca acoge una dehesa rica y de gran belleza, en la que se cría la Yeguada Señorío de Bariaín desde hace varias décadas.
- **Casco histórico de Cáceres:** Declarado Patrimonio Mundial por la UNESCO y Tercer Conjunto Monumental de Europa, el casco antiguo de la ciudad de Cáceres es uno de los conjuntos urbanos más completos y de los mejores conservados del continente, formado por edificios de la Edad Media y del Renacimiento, algunos tan representativos como la Concatedral de Santa María, el Palacio de las Veletas, los palacios de los Golfines, la Casa del Sol o la Torre del Bujaco.
- **Parque Nacional de Monfragüe:** Situado entre las ciudades de Plasencia, Trujillo y Navalmoral de la Mata y con el río Tajo como eje vertebrador, este espacio natural único forma parte de un territorio declarado Reserva de la Biosfera por la UNESCO en 2003. Posee la más extensa y mejor conservada mancha de monte mediterráneo a nivel mundial, a la vez que alberga numerosas especies, algunas protegidas, como la cigüeña negra o el águila imperial.
- **Trujillo:** Levantada sobre un batolito de piedra, la ciudad data de época romana, aunque vivió su mayor esplendor entre los siglos XV y XVI. Cuenta con un amplio y muy interesante patrimonio cultural, del impresionante castillo, a los numerosos edificios religiosos y civiles de época medieval y renacentista que conserva en excelente estado. Fue, además, la ciudad de origen de varios descubridores, como Francisco de Orellana o Francisco Pizarro, este último inmortalizado en una estatua ecuestre localizada en la plaza del municipio y símbolo del mismo.





- **Plaza Alta de Badajoz:** En este enclave de la capital pacense, recientemente restaurado, la parte norte, de estilo medieval, contrasta con la parte sur, objeto de una reforma inacabada y que al ser cerrada, imprimió un estilo similar al de la plaza mayor de otras ciudades de España (como Madrid o Salamanca). En ella también se pueden contemplar espacios de gran interés como las Casas Mudéjares, las Casas Coloradas y la Alcazaba.
- **Teatro Romano de Mérida:** Pieza clave dentro del Conjunto Arqueológico de Mérida, junto con el cercano anfiteatro, data del siglo I y cada año acoge las representaciones del Festival Internacional de Teatro Clásico de Mérida. Su escena es uno de los símbolos de Extremadura y su belleza es reconocida internacionalmente.
- **Edificio Embarcadero de Cáceres:** Moderna instalación surgida de la transformación de una gran nave industrial de hormigón que funcionaba como un antiguo apartadero y embarcadero perteneciente a las antiguas Minas de Aldea Moret, que actualmente acoge diversos espacios de exposiciones, reuniones, formación, etcétera.

EXTREMELY *Good*
EXTREMADURA





▪ DIFUSIÓN

El spot se materializa en varias versiones: una más larga con la historia completa del viaje de las dos jóvenes por Extremadura, y otras de menor duración, adaptadas para redes sociales, televisión y otros formatos digitales. Asimismo, se complementa con adaptaciones del spot en gráficas y cuñas de radio, y una campaña paralela en redes sociales.

En total, la campaña supone una inversión superior al millón de euros, más de 600.000 a través de la emisión en las principales cadenas nacionales y autonómicas y más de 400.000 en otros soportes, como las principales webs de los diarios nacionales, revistas de gran tirada y radios.

• CADENAS DE TELEVISIÓN NACIONALES Y AUTONÓMICAS

En televisión, la campaña contará en total con 340 pases (la mitad en prime time) en las grandes cadenas, concentrados en noviembre de 2014 y febrero-marzo de 2015. La idea es continuar con una tercera oleada en la primavera de 2015.



A partir del 3 de noviembre y hasta el día 27, en la primera oleada, el spot se visualizará en las cinco principales cadenas nacionales: Antena 3, Cuatro, Telecinco, La Sexta y 13 TV. Además, como extra, aparecerá en los canales asociados a Antena 3 (Nova), Cuatro (Energy y Divinity) y La Sexta (Neox), así como en las cadenas autonómicas de Madrid (Telemadrid), Andalucía (Canal Sur), País Vasco (EITB) y Cataluña (TV3). La siguiente oleada se desarrollará, en los mismos espacios, entre febrero y marzo.

El 48% de los spots se emitirán en prime time (40% en prime time 1 -de 20:30 a 23:30- y 8% en prime time 2 -de 23:30 a 1:00-), el 45% en second time (13:00-20:30) y el 7% en day time (7:30-13:00).

Además, a nivel regional, se ha incorporado Canal Extremadura Televisión.

• PRENSA ESCRITA, ONLINE Y RADIO

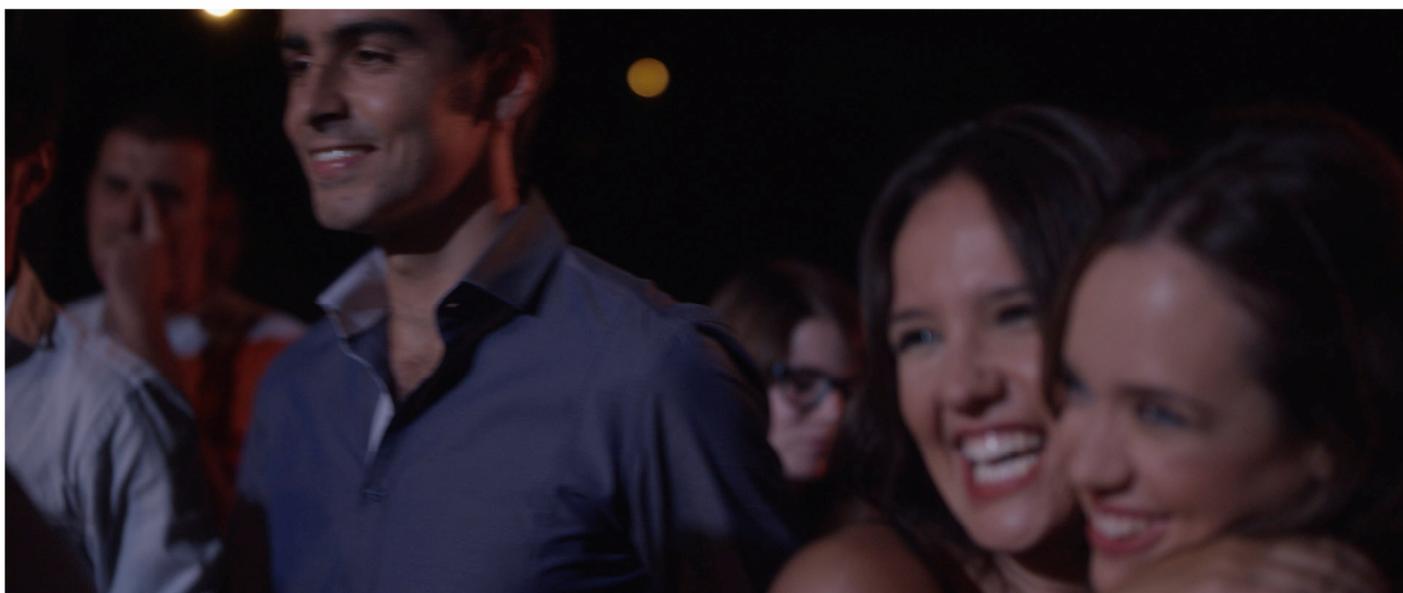
La campaña en televisión se completa con otra en el resto de medios (prensa escrita, online y radio), a nivel nacional y autonómico, que se prolongará entre el 28 de octubre y el 30 de noviembre, y en la que se difunden creatividades asociadas al spot de 'Extremely Good', en la misma línea de estilo y contenido. Extremadura se presenta en diferentes formatos, gráficos y de audio, como un destino 'Extremely Good', en el que sentirse "extremadamente bien". El spot también se difundirá a través de



las diferentes webs de los principales medios de comunicación de todo el país y de la comunidad extremeña.

- **REDES SOCIALES**

La campaña de promoción turística 'Extremely Good' se completa, en su primera fase, con la difusión a través de las tres principales redes sociales: Facebook, Twitter y Youtube. En las mismas, ya está operativa la 'fan page' de Facebook [Extremely Good](#), el perfil de Twitter [@mimomentogood](#) y el canal de Youtube [Extremely Good](#), en la que se desarrollarán diversas acciones relacionadas con esta campaña.



El pistoletazo de salida lo ha dado el concurso 'Descubre la letra', en el que se anima a los usuarios a descifrar el contenido de la canción 'Extremely Good' de Gecko Turner, a cambio de entrar en el concurso de un fin de semana en una hospedería extremeña. El concurso está abierto hasta el 30 de noviembre.

Además, el lema #MiMomentoGood, que acompaña al eslogan principal de la campaña, tiene por objetivo que los usuarios compartan sus 'momentos good' o situaciones preferidas en la región, como por ejemplo ya ha hecho, entre otros, el cocinero extremeño Alberto Moreno, miembro de la Selección Española de Cocina y representante español en el concurso internacional Bocuse D'Or en 2015.



▪ FUTURAS ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

La Dirección General de Turismo del Gobierno de Extremadura promoverá que el sello 'Extremely Good' sea el eje de las diferentes acciones de promoción que desarrolla, incorporándolo, por ejemplo, a las creatividades en sus diferentes acciones promocionales (participación en ferias, folletos, organización de jornadas, etcétera), más de 200 a lo largo de este año.

Extremadura ha apostado por renovar su imagen y lanzar un nuevo mensaje fresco y vinculado a su estrategia de promoción turística, centrada en el turismo experiencial y en sacar el máximo partido a los tres principales ejes del turismo en la región: cultural, de naturaleza y gastronómico. De este modo, el Ejecutivo extremeño prevé continuar mejorando las buenas cifras turísticas que se están registrando en los últimos meses, con un total de 1.036.312 turistas en los ocho primeros meses del año, un 6% más que en el mismo periodo de 2013, y casi dos millones de pernoctaciones, un 5,1% más que el año anterior.

Extremadura, destino Extremely Good. Porque si te sientes extremadamente bien, estás en Extremadura...

