

## La Región lanza con Volotea una acción de publicidad exterior que une realidad e imagen digital para promocionar los vuelos directos con Barcelona



La Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes, en colaboración con la compañía aérea Volotea, ha lanzado una novedosa acción de publicidad para promocionar los vuelos directos entre el Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia y el 'hub' de Barcelona.

La actuación, que complementa el plan de marketing y comunicación puesto en marcha por el Instituto de Turismo de la Región de Murcia con la aerolínea para potenciar los enlaces aéreos directos de Madrid y Barcelona con Murcia, utiliza tecnología CGI para crear un efecto de comunicación espectacular. En este caso, la acción ha consistido en el despliegue de una lona gigante en el Arco del Triunfo de Barcelona que genera la ilusión de realidad.



Esta técnica, conocida como 'Fake Out of Home Advertising', es un tipo de publicidad exterior de tendencia que crea contenido digital inmersivo y tiene la capacidad de simular experiencias genuinas del mundo real altamente atractivos, genera participación y cuenta con un gran poder de viralización en redes sociales.

Además de con Madrid y Barcelona, durante esta temporada de verano la Región dispone de conexiones aéreas directas en el territorio nacional con Bilbao, Oviedo, Santander, Menorca y Gran Canaria. En el primer trimestre de este año los pasajeros nacionales en el Aeropuerto de la Región de Murcia registraron un incremento del 124,6 por ciento, hasta llegar a los 19.183.

<https://www.instagram.com/reel/C68eba2rHJI/>