

Madrid, 25 de mayo de 2004

La Fundación Destino Madrid analiza el resultado del Enlace

**LA BODA REAL NO SE APROVECHÓ PARA
LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MADRID**

- ✓ **Faltaron planos televisivos de la riqueza artística del interior del Palacio Real, de los museos, de los alrededores de Madrid...**
- ✓ **El mal tiempo y la ausencia de mandatarios internacionales restaron impacto mediático al evento**

La Boda Real no se aprovechó suficientemente para la Promoción Turística Internacional de Madrid y su Comunidad, según el análisis realizado por la Fundación Destino Madrid. Faltó una presencia general del destino turístico Madrid, con imágenes que hubieran enriquecido considerablemente la retransmisión de este importante evento. Los planos que se ofrecieron de la ciudad fueron bien cortos, muy largos o aéreos y algunos se repitieron hasta la saciedad.

Madrid y su Comunidad sólo se han beneficiado un 5 por ciento del efecto de la retransmisión de la Boda de Don Felipe y Doña Letizia, cuando la media habitual para este tipo de actos oscila entre el 20 y 25 por ciento. Una retransmisión en las que faltaron imágenes que resaltarán de forma más contundente tanto la riqueza artística, como cultural del escenario de Madrid y que hubieran embellecido la propia celebración.

“Se echaron en falta, por ejemplo, imágenes del interior del Palacio Real, que es de una belleza extraordinaria, único en el mundo. Estas imágenes se podían haber grabado durante los días previos al enlace e intercalarse a lo largo de la retransmisión”, explica Carmen Carús, Presidenta de la Fundación Destino Madrid. El mismo criterio podía haberse aplicado con el Museo del Prado, el Thyssen, el Centro de Arte Reina Sofía con secuencias de la ampliación, de los cuadros más significativos del interior... También podía haberse ofrecido un recorrido por los alrededores, desde Aranjuez a El Escorial, sin olvidar Toledo. La imagen ofrecida de Madrid hubiera sido más completa e impactante, así como la de la propia pareja y todo el evento.

Estos recursos televisivos, además de promocionar turísticamente Madrid en el mundo, hubieran dado más fuerza, calidad e interés a la propia retransmisión de la Boda, que quedó algo deslucida a causa de la lluvia.

Pocos mandatarios internacionales

Las circunstancias que rodearon la Boda Real, desde el punto de vista de repercusión mediática en la Promoción Turística de Madrid, fueron muy adversas. No estuvieron presentes los principales mandatarios internacionales, como el presidente de Estados Unidos, el primer mercado turístico emisor del mundo, así como Alemania, Italia, Francia, México... A esto, debe añadirse el mal tiempo, así como la falta de imágenes que promocionarían turísticamente el escenario. Por otra parte, la cancelación de actos festivos por motivo del 11-M también restó vistosidad a la Boda.

La Fundación Destino Madrid es una organización sin ánimo de lucro, creada hace un año y formada por profesionales, empresarios e intelectuales tiene como objetivo promocionar Madrid en el mundo y convertirla en la tercera ciudad turística de Europa, después de Londres y París.

FUNDACIÓN DESTINO MADRID

Gabriel Montoro

Tel.: 91 547 88 30 - 91 547 45 23 Fax: 91 541 12 72

E-mail: info@fundaciondestinomadrid.com

OaK POWER Consultant

María Asenjo / Fe Cobo

Tel.: 91 323 08 37 Fax: 91 323 12 28

E-mail: powercomunicacion@infonegocio.com

Esta información puede reproducirse en su totalidad

Código de referencia de esta Nota de Prensa: **FDM04-04 Resultados Boda Real**

