



Innn lanza una campaña en forma de 'carta de amor' al visitante de Sevilla

 [extradigital](#)

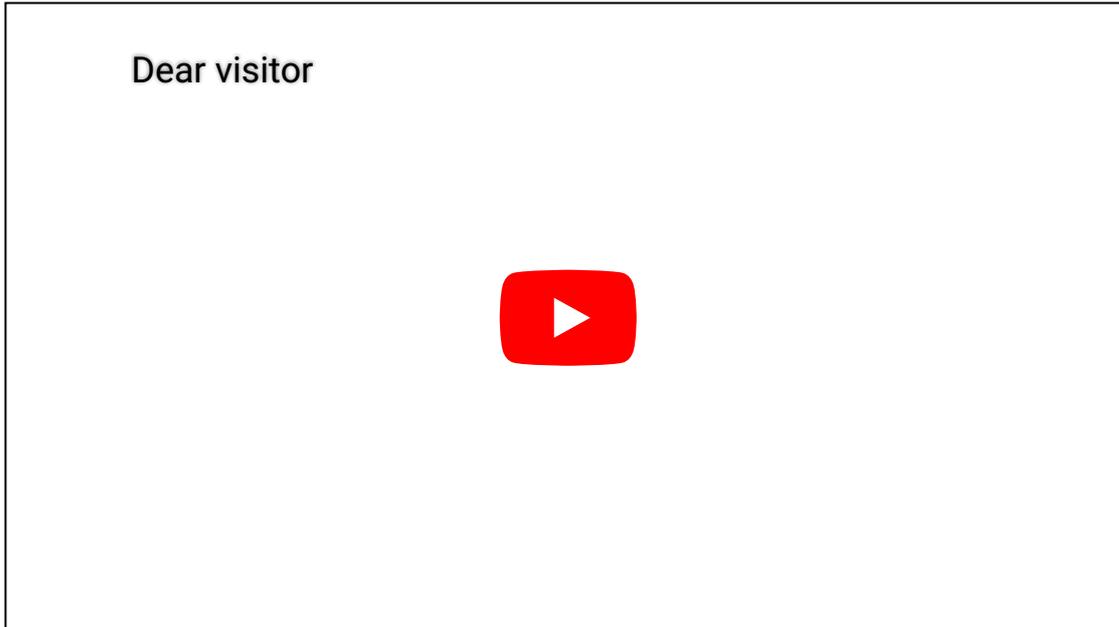
 18 julio, 2022

- «Dear visitor, love Sevilla back», INNN diseña la nueva campaña de convivencia turística para Sevilla.

Cuida Sevilla, era uno más de los nuestros. Este es el mensaje que el Ayuntamiento de Sevilla con el propósito creativo de INNN ha querido enviar a los turistas en su última campaña. El objetivo es mejorar la convivencia entre alojamientos turísticos, visitantes y residentes de Sevilla. Todo ello a partir de un decálogo de normas de convivencia, civismo y buen disfrute de la ciudad.

Se parte de un concepto básico: Sevilla es una ciudad abierta y acogedora, donde todo el mundo es bienvenido. Sevilla ama a sus visitantes, pero para disfrutar la ciudad en toda su

esencia, estos también deben amarla. Entender su estilo de vida y dejar un recuerdo tan bueno como el que se llevan. Ese es el insight detrás del concepto «**Love Sevilla Back**», que ha guiado la última campaña creativa de INNN para la ciudad de Sevilla.



Dialogo honesto, de «tú a tú» con el turista

Con el briefing en mano, la consultora creativa apostó por un concepto de campaña en el que ciudad y visitante se hablan de tú a tú. **Una carta de amor que Sevilla le deja a todo aquel que desee disfrutarla** y que, como todos los amores bien avenidos, se espera que sea correspondido con el mismo amor de vuelta.

«*Dear visitor, love Sevilla back*» Así comienza esta carta de Sevilla para todos los que este año decidan visitarla, una carta que se materializa en el vídeo de campaña y se desgrana en su landing. En esta última, además de toda la información de campaña e información útil para el visitante a la hora de conocer la ciudad, el turista encontrará una ventana abierta para que sea él mismo quien devuelva el mensaje de amor a la ciudad. Escribiendo su historia de amor con Sevilla.

Diez formas de demostrar el amor a Sevilla

El contenido principal en torno al que gira el plan de acciones de esta campaña es un decálogo que insta a que el visitante cumpla unas normas básicas de convivencia. Desde la empatía y la apelación directa, sin agresividad ni culpabilidad.

Por eso, estas diez normas ilustradas presentan una estética amable, sin colores estridentes ni trazos agresivos, al mismo tiempo que se adereza con un copy un pelín más descarado y directo. El combo perfecto entre amabilidad y firmeza.



El encargado de ilustrar cada uno de los puntos del decálogo ha sido **Pedro Delgado**, ilustrador sevillano con una intensa trayectoria, que siempre se ha mostrado muy apegado a su ciudad. Entre sus proyectos actuales se encuentra el ensayo histórico en torno al patrimonio tipográfico sevillano: [Justa y Rufina](#).

Una relación de tres: el papel de los alojamientos turísticos.

Como no podía ser de otra manera, en esta relación de amor mutuo, el sector turístico de la ciudad es uno de los actores principales. La campaña cuenta con la colaboración de **Airbnb**, **Booking** y **Vueling**, compañías con las cuales se pondrán en marcha acciones conjuntas, así como la difusión de los materiales de campaña.

La primera de las acciones con los apartamentos turísticos será la entrega de un «**Kit del buen visitante**», con materiales de difusión de la campaña para que sean colocados en los distintos alojamientos. Junto al decálogo impreso obtendrán postales, carteles, poming y una carta de bienvenida del alcalde al visitante. Un kit que ya se puede solicitar inscribiéndose en el formulario de la [página de campaña](#) específica para alojamientos.

Esta campaña lanzada por marca Sevilla se suma a la tendencia que muchas marcas destino-ciudad han puesto en marcha. Un plan de acción para construir un turismo sostenible donde todos ganan. Un win-win-win donde visitantes, locales y sector se abrazan.

Comparte esta noticia en redes sociales:



Quizá te interese: