



## El Gobierno vasco crea el lema #Basquexperience para impulsar «toda clase de turismos»

:: LUIS GÓMEZ

**BILBAO.** La consejera de Comercio y Consumo, Sonia Pérez, lanzó ayer desde el Museo Guggenheim el lema #Basquexperience para promocionar la nueva imagen turística de Euskadi. El Ejecutivo autonómico invita con esta etiqueta a «disfrutar con los cinco sentidos» de la «rica oferta» existente en la comunidad.

El hashtag, que descubre un eslogan en inglés como reflejo de la pujanza del turismo extranjero, incluye anuncios con la presencia de rostros famosos. El futbolista del Athletic Óscar de Marcos, el aizkolari Aitzol Atutxa o la surfista Garazi Sánchez, entre otras caras populares, ejercerán de embajadores entre olas, montañas, ciudades «cosmopolitas», así como de villas históricas como la de Balmaseda, para difundir las «posibilidades» de los tres territorios.

La nueva marca, subrayada en letras verdes y basada en la grafía de las notas dejadas por los viajeros en los libros de visitas, responde al intento de potenciar un sector que crece de forma «sostenida y sostenible. Euskadi merece un nombre propio y una melodía que la representen, que muestren su carácter, sus raíces, su presente y su futuro», razona Sonia Pérez.

### Destinos menos conocidos

La consejera se felicitó por la consecución de un objetivo largamente deseado: «la desestacionalización» de viajeros en un «espacio pequeño, pero con pluralidad de paisajes y opciones». El nuevo lema incidirá en la promoción de rincones menos conocidos y «espacios no tan habituales», tras reconocer que el segundo mercado más importante de Euskadi es, «precisamente, el que viene de nuestra comunidad. Supone un 10% del total, por lo que es importante no solo dirigirnos a los visitantes de fuera, sino a nosotros mismos. Tradicionalmente nos movemos, viajamos y queremos conocer también nuestra tierra», remató Pérez.