

Campaña de promoción de la imagen de España

Cámara de España colabora en la segunda parte de la campaña “Spain for Sure”

- La campaña está promovida por el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación y también colaboran CEOE, Foro de Marcas Renombradas Españolas y Multinacionales por Marca España
- Diego Simeone, Ara Malikian, Rebeca Grynspan, Peter Sisseck, Lucrecia, Wayne Griffiths y Caterina Biscari son los protagonistas de esta nueva entrega

Madrid, 18/03/21.- La Cámara de Comercio de España ha participado este jueves en la presentación de la segunda parte de la campaña “Spain for Sure” (España, por supuesto) que pretende impulsar la reputación del país. El Secretario General de la Cámara de España, Adolfo Díaz-Ambrona, ha participado en el acto que se ha desarrollado en el Teatro Real con presencia de la Ministra de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, Arancha González Laya.

A diferencia de la primera parte de la campaña -que contó con la participación de españoles universales como Rafa Nadal, Isabel Coixet, José Andrés o Pau Gasol, entre otros, la nueva batería de vídeos está protagonizada por personalidades extranjeras que residen en España y que explican en primera persona qué ofrece nuestro país a quienes desean trabajar, estudiar, invertir y disfrutar de su calidad de vida.

En el acto de presentación, conducido por el periodista Carlos Franganillo, han participado algunas de sus protagonistas, como la Secretaria General de la SEGIB, Rebeca Grynspan, la cantante Lucrecia y la directora del acelerador de partículas Alba Synchrotrón, Caterina Biscari.

Una campaña para impulsar la confianza nacional e internacional

La campaña lanzada hoy busca reforzar la confianza internacional y la autoconfianza de los españoles para lo que se ha querido contar con extranjeros que viven en España y que han desarrollado parte de su carrera en nuestro país.

Cabe destacar que, durante la última década, los españoles nos hemos valorado por debajo de cómo nos valoran en el resto del mundo, por lo que somos los primeros que podemos mejorar la percepción de nuestro país y, de esta forma, atraer la atención de los extranjeros.

Si bien esta tendencia ha ido corrigiéndose, el nivel de autoestima nacional en España país sigue estando lejos de naciones como EEUU, Alemania o Reino Unido, según se extrae del último informe La imagen de España en el mundo del Real Instituto Elcano y Reputation Institute, para el que se ha entrevistado a 30.000 personas de 20 países.

Según ese informe y otros similares, la reputación internacional de España se mantiene robusta y apenas se ha visto afectada por la pandemia, gracias a pilares estructurales como el idioma, la cultura o la profesionalidad de los españoles.

Protagonistas del mundo de la cultura, la ciencia, la empresa y el deporte

La nueva entrega de “Spain for Sure” está compuesta por siete vídeos individuales, uno por cada rostro internacional participante. Cada audiovisual se ha rodado, además, sin guion prestablecido, y representa una de las dimensiones de la reputación de nuestro país que quiere potenciar España Global.

La costarricense **Rebeca Grynspar**, Secretaria General de la SEGIB –con sede en nuestro país-, refleja el posicionamiento de España en el ámbito de las relaciones internacionales; el enólogo y empresario danés **Peter Sisseck**, que ha llevado el vino español a lo más alto del mundo, nos recuerda la excelencia de nuestra gastronomía y la tenacidad de nuestro tejido empresarial; la cantante cubana **Lucrecia** es sinónimo de alegría, arte y solidaridad; el argentino **Diego Simeone**, entrenador del Atlético de Madrid, refleja mejor que nadie el éxito deportivo; la física italiana **Caterina Biscari**, referente mundial en la aceleración de partículas, es un ejemplo del poder de la mujer en la ciencia española; el presidente de SEAT CUPRA, el británico **Wayne Griffiths**, pone cara a la increíble fuerza de las multinacionales españolas; y, por último, la diversidad y la cultura se dan la mano en **Ara Malikian**, el gran violinista libanés de ascendencia armenia aclamado en todo el mundo.

Las diferentes piezas se han rodado en lugares tan emblemáticos para sus protagonistas y para España como el estadio Wanda Metropolitano, la Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia, la Fundación Miró de Barcelona, las instalaciones del acelerador de partículas Alba Synchrotrón de Barcelona o los viñedos Dominio de Pingus de la Ribera del Duero, entre otros.

El vídeo completo de la campaña puede verse aquí: [Spain for Sure II](#).

Compromiso público-privado con la imagen de España

‘Spain for Sure’ es el resultado de una colaboración público-privada impulsada por el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación a través de España Global, junto a la CEOE, la Cámara de Comercio de España, el Foro de Marcas Renombradas Españolas y, en esta ocasión, la asociación Multinacionales por Marca España.

Además, contará desde hoy y hasta el verano con el apoyo de RTVE, AENA, ADIF e Iberia para garantizar su presencia en televisión, radio, aeropuertos, trenes y aviones, con especial atención a los puntos de conectividad internacional.



Más información:

Cámara de Comercio de España

Comunicación y marketing

Tfno: 91 590 69 09

C/ Ribera del Loira, 12

28042 - Madrid

Síguenos en:



