



COMUNICADO

Gobierno de Gibraltar

La Oficina de Turismo presenta la renovación de la marca 'Visit Gibraltar'

Gibraltar, 4 de abril de 2024

El Ministerio de Turismo se complace en anunciar la renovación de la marca 'Visit Gibraltar' en una rueda de prensa celebrada en el Salón Wessex [del aeropuerto].

Este cambio de imagen no se limita a la evidente renovación física del logotipo, la página web y los materiales de marketing de Visit Gibraltar, sino que también incluye la modernización de la estrategia turística en su conjunto al reimaginar la percepción de Gibraltar como producto turístico en el mercado.

Todos los elementos turísticos de Gibraltar se destacan en el nuevo diseño del logotipo, que presenta la rica historia de Gibraltar, su variada cultura, el emblemático Peñón y su impresionante Reserva Natural. El producto turístico está entrelazado con la Reserva Natural de la Zona Alta del Peñón (Upper Rock Nature Reserve) y es evidente que los elementos de diseño del nuevo logotipo están cohesionados con ella.

El objetivo de la renovación de la marca es poner de relieve las bellezas ocultas de Gibraltar, sus espacios menos conocidos, pero igualmente importantes, y destacar el valor único del patrimonio y la cultura de Gibraltar.

La renovación de la marca también incluye una nueva página web más práctica y visualmente atractiva, con unos 30 vídeos nuevos en cada sección de los distintos escenarios de Gibraltar. También se han introducido la lengua de signos británica y los códigos QR en la web, así como en todos los emplazamientos turísticos y el aeropuerto. Además, está disponible el uso de la aplicación SmartGuide, que proporciona a los turistas información sobre diversos lugares de Gibraltar cuando realizan rutas a pie.

Kevin Bossino, Consejero Delegado de la Oficina de Turismo de Gibraltar, señaló: “Esta renovación ha sido la oportunidad perfecta para volver a imaginar lo que representamos y la forma en que transmitimos esa imagen al resto del mundo. Nos hemos embarcado en varios proyectos con partes interesadas para mejorar nuestro producto turístico, incluidos nichos de mercado como las bodas, el submarinismo y los eventos. También hemos aprovechado la oportunidad para colaborar con profesionales locales, como el historiador Ryan Ásquez — 'Llanito History Doctor' —, para poner de relieve historias peculiares e interesantes de nuestro patrimonio llanito, especialmente en nuestra página web”.

El Ministro de Turismo, Christian Santos, indicó, por su parte: “Como Ministro de Turismo, estoy encantado de impulsar esta renovación y formar parte de la nueva presentación de Gibraltar al mundo. Es innegable que Gibraltar siempre ha generado interés más allá de nuestras fronteras y este cambio de marca pretende fomentarlo aún más. Nuestra marca engloba nuestra historia, cultura única, sostenibilidad y energía. Nuestra campaña no solo



COMUNICADO

promociona nuestros lugares de interés, sino que también se centra en nuestra identidad cultural, nuestro estilo de vida y nuestras tradiciones, que pueden identificarse como británicas en muchos aspectos, pero con el sabor del Mediterráneo”.

Nota a redactores:

Esta es una traducción realizada por el Servicio de Información de Gibraltar. Algunas palabras no se encuentran en el documento original y se han añadido para mejorar el sentido de la traducción. El texto válido es el original en inglés.

Para cualquier ampliación de esta información, rogamos contacte con Servicio de Información de Gibraltar

Miguel Vermehren, Madrid, miguel@infogibraltar.com, Tel 609 004 166

Sandra Balvín, Campo de Gibraltar, sandra@infogibraltar.com, Tel 637 617 757

Eva Reyes Borrego, Campo de Gibraltar, eva@infogibraltar.com, Tel 619 778 498

Web: www.infogibraltar.com, web en inglés: www.gibraltar.gov.gi/press

Twitter: [@InfoGibraltar](https://twitter.com/InfoGibraltar)

PRESS RELEASE

No: 236/2024

Date: 4th April 2024

Gibraltar Tourist Board launches Visit Gibraltar rebrand

The Ministry for Tourism is pleased to announce the launch of the rebrand of Visit Gibraltar at a press conference held at the Wessex Lounge.

This rebrand is not limited to the evident physical rebranding of the Visit Gibraltar logo, website and marketing materials, but also includes the rejuvenation of the tourism strategy as a whole by reimagining the perception of Gibraltar as a tourist product in the marketplace.

All of Gibraltar's touristic elements are highlighted within the new logo design, featuring Gibraltar's rich history, diverse culture, the iconic Rock and impressive Nature Reserve. The tourist product is intertwined with the Upper Nature Reserve, and it is evident that the design elements of the new logo is cohesive with the Nature Reserve.

The purpose of the rebrand is to shine spotlight on Gibraltar's hidden beauties, its lesser known but equally significant venues and highlighting the unique value of Gibraltar's heritage and culture.

The rebrand also includes a new website which is more visually appealing and practical, featuring around 30 new videos under each section of the different sites in Gibraltar. BSL language and QR codes have also been introduced on the website and throughout tourist sites and in the airport. Additionally, the use of the SmartGuide app is also available to provide tourists with information on various sites around Gibraltar when on walking tours.

CEO of the Gibraltar Tourist Board, Kevin Bossino said "This relaunch has been the perfect opportunity to reimagine what we stand for and how we portray that image to the outside world. We have embarked on various projects with stakeholders to improve our tourist product including niche markets such as weddings, diving and events. This has also been an opportunity to engage with local professionals such as historian Ryan Asquez, 'the Llanito doctor' to highlight quirky and interesting stories of our Llanito heritage particularly for our website."

Minister for Tourism, the Hon Christian Santos MP said: "As Minister for Tourism, I am delighted to be driving this relaunch and be part of the repackaging of Gibraltar to the world. Gibraltar has undeniably always had a reach outside our shores and this rebrand intends to propel this further. Our brand encompasses our history, unique culture, sustainability and energy. Our campaign not only promotes our sites but also focuses on our cultural identity, our lifestyle, and our traditions-identifiably British in so many ways, yet with that taste of the Mediterranean."

ENDS