



Comunicado de Prensa
Calvià, 4 de abril de 2019

'RETURN TRIP' ELIGE UN VIAJE DE IDA Y VUELTA

Se pone en marcha una campaña para evitar conductas nocivas y peligrosas por el consumo de alcohol entre el turismo de ocio joven

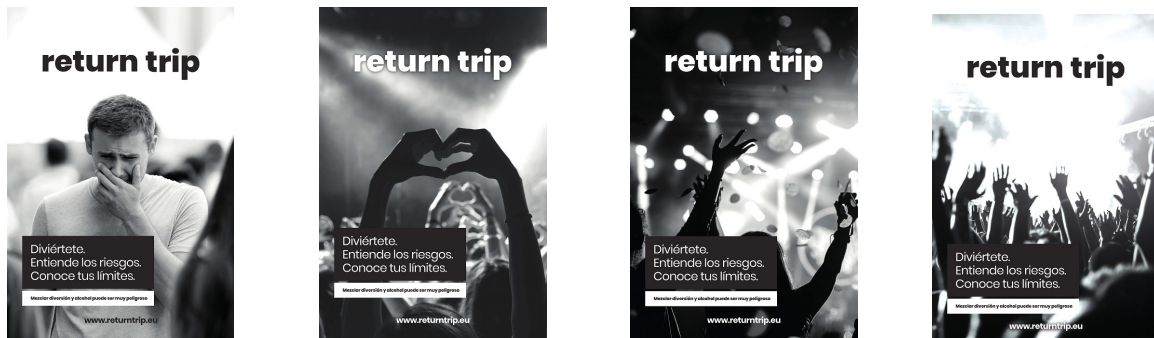
Calvià pone en marcha la campaña Return Trip, en inglés y en español, dirigida a jóvenes de entre 15 y 29 años, sobre todo del Reino Unido e Irlanda, para evitar las conductas nocivas y peligrosas entre los más jóvenes. Se trata de una campaña que se engloba en las diferentes actuaciones que se han puesto en marcha para luchar contra el turismo de borrachera y excesos.

El lema, **Return Trip**, viaje de ida y vuelta, quiere llamar la atención al visitante sobre la importancia que va a tener su comportamiento durante sus vacaciones. Se pretende enviar un mensaje emocional para informar al turista de que los excesos pueden costarle muy caro.

Esta campaña no busca lanzar un mensaje negativo hacia ningún colectivo, ni informar sobre multas o normativa municipal, que ya se hace en otros ámbitos, sino que quiere provocar una reflexión, una reacción emocional, poniéndole delante de sus ojos todo lo que puede perder y el daño que puede causar en sus seres queridos si no cambia su comportamiento.

El mensaje principal es sencillo y corto: **Return Trip. Diviértete. Entiende los riesgos. Conoce tus límites.** La frase secundaria, **Mezclar diversión y alcohol puede ser muy peligroso**, complementa y explica las consecuencias que puede tener el comportamiento que se elija en cada momento. Finalmente, las imágenes que ilustrarán la campaña envían el mensaje emotivo definitivo:





Esta campaña está pensada para ser exportada y funcionar en formatos tradicionales impresos (Opis, pósters, posavasos, pegatinas, etc.) y, especialmente, en medios tecnológicos (Redes sociales, vídeo, página web, etc.), y sin logotipo identificativo de la institución -salvo en algunos casos- para lograr una mayor viralidad. También se tiene previsto editar folletos de bienvenida para las personas que llegan al municipio para trabajar en el sector tengan esta información.

La intención es implicar al máximo de instituciones y personas para que se hagan suya la campaña y llegar al público deseado, por eso está abierta para que la puedan utilizar otras instituciones y organizaciones. Return Trip se ha presentado esta mañana en la reunión del Foro de Turismo de Calvià, en el que están representados diferentes departamentos municipales, los grupos municipales y representantes de entidades empresariales y sociales del municipio.

Se ha contactado, además, con Georgia Hague, una joven británica que trabaja en Magaluf y que ha puesto en marcha una acción informativa con la colocación de carteles y el contacto directo con jóvenes que van, sobre todo, a la zona de Punta Ballena, para promover una diversión sin excesos. Georgia Hague se ha comprometido a ayudar en la difusión de la campaña en sus redes.

Así mismo, y en línea de la colaboración habitual con el Consulado británico en Baleares, se ha presentado la campaña a la vicecónsul que también ha mostrado su disponibilidad a hacer difusión en origen.

El alcalde de Calvià, Alfonso Rodríguez Badal, ha señalado que el problema de los incidentes y accidentes que se producen en determinados destinos turísticos se producen por los excesos derivados del consumo excesivo de alcohol, y es un problema al que no hay que dar la espalda.

Ya está en marcha la web de la campaña: www.returntrip.eu y el vídeo y todo el material para compartir.