



11 feb, 2020 10:24 CET

Norwegian lanza una nueva campaña de marketing basada en los sonidos urbanos

La campaña ‘Sounds of a City’, creada en colaboración con Ink y Facebook, contará con cinco episodios para otras tantas ciudades. Nueva York es la primera, seguida por Londres y otras tres ciudades por anunciar.

Barcelona, 11 de febrero de 2020

Norwegian, declarada ‘Mejor low-cost de largo radio del mundo’ por Skytrax por quinto año consecutivo, ha lanzado una campaña primicia en la industria de viajes que **se basa en los sonidos de una ciudad**. La campaña, con difusión en las redes sociales de la compañía, tiene como objetivo promover los destinos de Norwegian e **inspirar a los viajeros a través del oído**. Ha sido creada en colaboración con los creadores de contenido de Ink, la editora de la revista a bordo de la compañía, *N by Norwegian*.

La serie ‘Sounds of a City’ explora sonidos icónicos y voces de la gente local de las principales ciudades de la red de rutas de Norwegian. La primera ciudad destacada es la inconfundible cacofonía de Nueva York, la ciudad que nunca duerme, con personajes icónicos incluyendo una drag queen, un taxista, una camarera y el dueño del reputado restaurante Katz Deli.

Uno de los personajes destacados, la drag queen [Flower Tortilla](#), explica: “La ciudad de Nueva York es este enorme crisol de diferentes experiencias y diferentes orígenes y personas, y ello puede resultar abrumador. Pero luego das un paso atrás y te das cuenta de que tu voz es tan importante como la de todos los demás. Juntos creamos este enorme sonido que es musical y hermoso, y por lo que vale la pena formar parte de él”.

La serie ‘Sounds of a City’ contará con cinco episodios para otras tantas ciudades. Tras Nueva York, disponible ahora en la cuenta de [Instagram](#) de Norwegian [@flynorwegian](#) y [Facebook](#), se publicará la correspondiente serie sobre Londres, y a otras tres ciudades por anunciar.

“Muchos de estos destinos se han promocionado una y otra vez durante décadas, por lo que queríamos presentarlos de una forma distinta y desde una nueva perspectiva. Creemos que la esencia de viajar por el mundo es conocer gente, y las comunidades locales juegan un papel crucial en hacer que el mundo esté más cerca. Queremos destacar a los vecinos, a través de los personajes auténticos que viven en estas ciudades. Mediante los sonidos, queremos que nuestros clientes tengan una experiencia completa de la ciudad no sólo durante su viaje, sino antes, cuando todavía están soñando con ello. A través de esta campaña estamos donde están nuestros clientes, en sus teléfonos móviles, ayudándoles a escapar de su rutina diaria y llevándolos a lugares más exóticos, directamente desde la palma de sus manos y oídos” **ha declarado Kei Grieg Toyomasu, vicepresidente sénior de Marketing de Norwegian.**

“‘Sounds of a City’ es una nueva y estimulante aventura de narración ambiental que abrirá los oídos de los viajeros, así como sus ojos, a los destinos globales a donde vuela Norwegian. Estamos encantados de haber

colaborado con Facebook y nuestro socio permanente, Norwegian, para ofrecer esta serie única para las redes sociales de la aerolínea y dentro de la galardonada revista a bordo, *N by Norwegian*. Esta innovadora campaña de narración directa al consumidor fue grabada en vertical para dispositivos móviles y optimizada de forma nativa para las redes sociales. También se centra en animar a los usuarios a interactuar y ver el contenido con el sonido activado, lo contrario al uso común de las redes sociales", **ha declarado el director ejecutivo de Ink, Michael Keating.**

Norwegian ofrece 40 rutas directas entre Europa y Estados Unidos y es la aerolínea extranjera con mayor volumen de tráfico de pasajeros en Nueva York. En España, la compañía ofrece seis rutas con Estados Unidos: cinco desde Barcelona (Nueva York-JFK, Los Ángeles, San Francisco, Miami/Fort Lauderdale y Chicago) y una desde Madrid (Los Ángeles).

Acerca de Norwegian

+ Norwegian operó su primer vuelo en España en 2003, país donde ofrece hoy un total de 104 rutas (cinco nacionales, siete a Estados Unidos y 92 a Europa) desde un total de 13 aeropuertos, de los cuales cinco son bases operativas de la compañía: Alicante, Barcelona (con dos bases, una de corto y otra de largo radio), Gran Canaria, Málaga y Tenerife Sur.

+ Norwegian transportó 36,2 millones de pasajeros en todo el mundo en 2019, de los que 8,3 millones correspondieron a España.

+ Norwegian es la única aerolínea basada en España que ofrece wifi gratis a bordo de sus vuelos, tanto en corto como en largo radio.

+ Con tan sólo 4,6 años de edad media, la flota de Norwegian es una de las más jóvenes y respetuosas con el medio natural del mundo.

Contactos



Alfons Claver

Contacto de prensa

Comunicación y Relaciones Institucionales

Comunicación Corporativa

alfons.claver@norwegian.com

+34 697 787 193