

“Jo també vull sentir Lleida, lema de la campanya de promoció turística de l’Ara Lleida

El Patronat de Turisme destina 500.000 euros a la promoció turística de Lleida en diferents suports de premsa escrita, ràdio, televisió i internet i publicitat exterior als autobusos de Barcelona, Valencia, Madrid, San Sebastián i Lleida

"Jo també vull sentir Lleida " és el lema de la nova campanya de promoció turística per a aquest estiu del Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida amb la marca "Ara Lleida" i presentada el dimarts 2 de juny a la Sala d'Actes de la Diputació de Lleida per part del president de la corporació, Jaume Gilabert; el vicepresident del Patronat de Turisme, Josep Cosconera; el director del Patronat, Xavier Moncayo, i la directora de comunicació de l'empresa EADE, responsable de la creativitat de la campanya.

El president de la Diputació, Jaume Gilabert, va manifestar que el que es pretend amb la nova campanya és que tots aquells qui ja han experimentat positivament una experiència de vacances o bé de cap de setmana a les Terres de Lleida transmetin la seva satisfacció perquè d'altres també la puguin realitzar o repetir.

En referència a les perspectives d'ocupació per a aquest estiu, Gilabert ha dit que esperem tenir una bona temporada, ja que disposem d'un Pirineu, un Prepirineu i una plana de Lleida en unes condicions esplèndides per practicar-hi tot tipus d'activats a l'aire lliure mercès a les pluges i la neu dels darrers mesos, que ens han deixat uns paisatges en unes condicions immillorables.

També ha assenyalat que la campanya té com a objectiu augmentar la percepció de les Terres de Lleida com una destinació turística singular i diversa que ofereix autenticitat i qualitat i que es planteja sota un concepte integrador de tot el territori, del Pirineu a la plana, per mostrar la diversitat de l'oferta turística de les comarques lleidatanes.

La campanya va adreçada de manera genèrica al públic consumidor de turisme de vacances i d'oci i específicament al públic familiar, parelles i grups d'amics, els quals es vol convidar a sentir Lleida.

Les imatges que acompanyen la campanya "Jo també vull sentir Lleida" ens mostren alguns dels principals atractius turístics i paisatgístics de les Terres de Lleida com ara la Seu Vella de Lleida, l'estany d'Ivars i Vila-sana, el congost de Mont-rebei, el Centre d'Observació de l'Univers, el romànic, el Parc Nacional d'Aigüestortes i Estany de Sant Maurici, el castell i la col·legiata de Mur, el Tren dels Llacs, activitats de turisme actiu i d'esports d'aventura i la gastronomia.

Contractació de suports publicitaris per import de 500.000 euros

La nova campanya presenta com a principals trets diferencials respecte a les edicions anteriors una major incidència en el públic de proximitat, motiu pel qual s'ha incrementat la contractació de mitjans de comunicació i suports publicitaris del conjunt de Catalunya i de manera més concentrada a la ciutat de Barcelona i la seva àrea metropolitana. Una altra de les novetats que presenta la nova campanya pel que fa a la planificació de mitjans és una major presència als autobusos de Barcelona ciutat i la seva àrea metropolitana, com també a les ciutats de València, Madrid, San Sebastian i Lleida.

La contractació de suports publicitaris tindrà una incidència especial a Catalunya tant perquè es del lloc d'on prové el 60 % del públic que anualment visita les comarques lleidatanes com també pel fet que la situació econòmica actual fa pensar que s'incrementaran les destinacions de major proximitat. La campanya també tindrà una incidència especial a les comunitats de València i de Madrid.

El Patronat destinarà per a aquesta acció promocional uns 500.000 euros. La difusió de la campanya "Jo també vull sentir Lleida" s'ha planificat per als mesos de juny i juliol en mitjans de premsa, ràdio i televisió, mentre que els autobusos rodaran la campanya d'"Ara Lleida" durant un mes a partir del 15 de juny.