L'Ajuntament inicia dues campanyes de promoció del municipi a Barcelona i a mitjans de comunicació



Des del departament de promoció turística de l'Ajuntament de Castelló d'Empúries s'han iniciat dues campanyes especifiques de publicitat: Castelló d'Empúries, capital medieval de l'Empordà i Empuriabrava Like it, Love it, live it.
Castelló d'Empúries, Capital Medieval de l'Empordà està pensada per captar un públic de proximitat i de promoure l'oferta cultural de Castelló d'Empúries. La visita als museus, les visites guiades, la Basílica i així intentar dinamitzar el teixit empresarial sobre tot la restauració, el comerç i allotjament.

Aquesta campanya està projectada a MUPIS de les estacions de trens de Barcelona a Plaça Catalunya, andanes de Sants, Aeroport Barcelona i Passeig de Gràcia. També s'ha projectat a l'estació de metro de Plaça Catalunya a través d'una gran tanca publicitària.

Per reforçar la campanya s'ha establert l'esponsorització d'un banner protagonista a la pàgina web de turisme de l'Alt Empordà (www.empordaturisme.cat), anuncis a la revista francesa Cap Catalogne i diferents mitjans de comunicació com la revista Presència, Reclam a Vic, el Periódico.

Per altra banda, el primer cap de setmana de maig participarem a la fira Mercat d'Escapades a Barcelona amb la imatge de la campanya cultural.

Empuriabrava, Like it, Love it, live it pretén comunicar l'Empuriabrava d'oci i lleure, més nàutica, lúdica i esportiva.

Els anuncis també es troben en els MUPIS i tanques abans esmentades i en revistes especialitzades en la nàutica, com Skipper, Nàutic & Yates a nivell estatal i Whonen am Wasser, principal revista del mercat alemany i a l'esportiva Surf a Vela. També s'han fet anuncis a la Vanguardia, El Periódico, Diari de Girona entre d'altres mitjans.

També s'han planificat campanyes de ràdio de reforç per poder així intentar captar un visitant de proximitat que ens vingui a visitar.

Complementant aquestes campanyes l'Ajuntament va organitzar una jornada de familiarització per a guies oficials de turisme de l'Associació de guies oficials de Turisme de Barcelona amb l'objectiu de donar a conèixer tots els recursos culturals del nostre municipi.

La **regidora de promoció turística, Helena Solana** explica la importància d'accions d'aquests tipus i manifesta que *"la finalitat és donar a conèixer el municipi directament al nostre públic de proximitat, com pot ser el de Barcelona. D'altra banda l'acció amb els guies tenia com a objectiu principal donar a conèixer de primera mà a guies professionals el nostre ric patrimoni arquitectònic i cultural per tal que acabin programant la nostra destinació en la seva activitat professional"*


Passeig de Gràcia
Salida
Sortida