Diari de la neu, 01/04/20

Els viatges o escapades post-coronavirus beneficiaran el Pirineu com a destí turístic

La incertesa que el coronavirus està generant en els viatges de llarga distància beneficiarà a curt termini els destins locals



El Patronat de Turisme Costa Brava Girona farà una campanya de publicitat per promoure edestins com el Pirineu
Autor/a: Diaridelaneu.cat

El caos actual en les companyies aèries, per una banda, i la incertesa en els viatges de creuer, per l'altra, conviden a pensar que el viatger i turista local apostarà aquest estiu pel destí de proximitat. Tot i que encara no se sap del cert quan es resoldrà la crisi del coronavirus, ni quines en seran les conseqüències en el sector del lleure i el turisme, i encara menys com i quan s'obriran de nou les fronteres als viatgers, els Patronats de Turisme de diferents territoris creuen convenient començar a preparar-se per donar suport al destí turístic de proximitat. El Pirineu ja és en el punt de mira dels patronats de turisme de les Diputacions de Lleida i Girona.

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona ha aprovat crear una campanya de publicitat extraordinària amb l'objectiu de frenar els efectes de la crisi sanitària en el sector. Per una banda, la campanya de publicitat està enfocada al mercat de proximitat (Catalunya i Espanya), així com també part del mercat europeu. En aquesta es mostrarà a les famílies **"una imatge de seguretat"** de la Costa Brava, tal com detallen en un comunicat. A més, la campanya oferirà **"propostes per gaudir de la natura, la cultura i la gastronomia en un entorn segur i proper"**. Per altra banda, el Patronat també promou la destinació a les xarxes socials amb un joc de preguntes i respostes per donar visibilitat a les activitats de les empreses associades.

En plena crisi del coronavirus i el sector hoteler completament anul·lat, el

Patronat de Turisme Costa Brava Girona ha aprovat la creació d'una campanya de publicitat extraordinària. El mercat al qual anirà dirigida és el de proximitat (Catalunya i Espanya) i també europeu. En aquesta campanya volen canviar **"la pausa motivada per la covid-19, al 'play'"** per visitar la demarcació.

En aquesta campanya, es vol difondre "**a les famílies una imatge de seguretat de la Costa Brava i el Pirineu de Girona"**, tal com detallen en un comunicat. A més, també ensenyaran **"propostes per gaudir de la natura, la cultura i la gastronomia en un entorn segur i proper".**

La campanya es dividirà en tres parts: una de l'estiu centrada en el sol i platja de la Costa Brava, una altra pensada per a la tardor que mostrarà els productes de la demarcació i la tercera sortirà entre la tardor i l'hivern per potenciar el turisme del Pirineu.

El cost d'aquesta campanya és de 55.000 euros i el Patronat també destinarà 160.000 euros a la compra de mitjans.

Per altra banda, l'ens públicoprivat també ha activat una campanya de màrqueting digital. Per una banda, s'han incorporat les etiquetes #joemquedoacasa, #quedatacasa i #stayathome a les pàgines web oficials. A més, des del 16 de març els diferents perfils de les xarxes a Facebook, Twitter i Instagram pengen imatges dels paisatges de la demarcació per difondre el territori virtualment.

En els blogs temàtics gestionats pel patronat també s'han adaptat els continguts per mostrar visites virtuals als museus gironines, explicar quins estiraments podem fer a casa o un reportatge sobre com conèixer l'Albera des de casa. A Instagram també es fa un concurs de preguntes i respostes per difondre les activitats que organitzen les empreses turístiques associades al patronat.

Condonació de la quota dels associats

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona també ha aprovat condonar la quota dels associats per a empreses i entitats turístiques del 2020 adherides als clubs de màrqueting que té el patronat. Es tracta d'uns ingressos de 306.000 euros que deixarà d'obtenir aquest ens.