→ **PROMOCIÓ TURÍSTICA.** EL PATRONAT PRESENTA LA NOVA CAMPANYA PUBLICITÀRIA

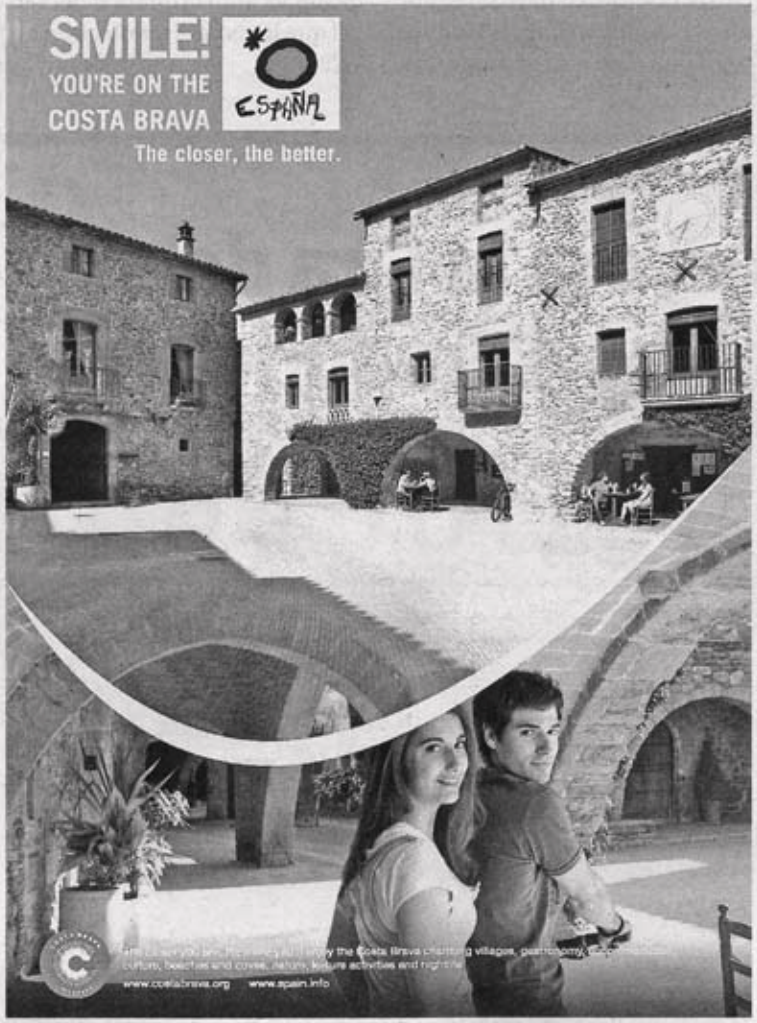
Promocionar la Costa Brava amb autenticitat

Arriba després de l'escàndol de l'anterior campanya, en què es publicitaven els Pirineus amb fotos del Canadà

Berta Maspoch | **GIRONA**

■■El Patronat de Turisme, conjuntament amb Turespaña, ha presentat una nova campanya de promoció de la Costa Brava amb imatges autèntiques del territori. Per fer-la, s'ha partit de l'eslògan "Smile" impulsat per Turespaña 2007, i s'hi ha afegit "You are in the Costa Brava" (Somriu, ets a la Costa Brava). També s'hi ha afegit el reclam "The closer, the better" (Com més a prop, millor). La nova campanya tindrà un abast internacional i busca donar a conèixer el patrimoni de sol i platja gironí de portes enfora. Per això s'han previst insercions en mitjans escrits i *on-line* de països com França, Alemanya, el Regne Unit, Bèlgica, Holanda i Luxemburg. Ha costat 600.000 euros, que comprenen els conceptes de creativitat, producció gràfica i compra de mitjans. La campanya s'ha editat en cinc idiomes i es composa de sis anuncis amb una doble imatge. A la part superior es veu un indret característic del territori i a la inferior -partides per un somriure- gent que en gaudeix. Els llocs escollits han estat les illes Medes, Monells, Calella de Palafrugell i la platja d'Aigua Xelida del Baix Empordà; Tossa de Mar de la Selva i Portlligat de l'Alt Empordà.

Tot i que el president de la Diputació, Enric Vilert, ha explicat que la campanya s'ha de desmarcar del rebombori que van generar les fotografies d'indrets com Austràlia o el Canadà per donar a conèixer la demarcació, durant la presentació constantment es va fer esment a què les fotografies es van prendre en indrets de la Costa Brava. I va ressaltar que els acords amb Turespaña feia temps que estaven lligats. Per portar a terme la campanya, s'ha contractat l'empresa de publicitat TSC i reconeguts fotògrafs especialitzats en captar instantànies de la Costa Brava. Les fotografies pretenen mostrar "el destí com a diversió", segons la creativa de TSC, Eva Terrades. Per això s'han fet servir "imatges molt potents" i "autèntiques" de la Costa Brava. "Hem volgut fer un repàs per la geografia gironina, també per l'oferta de turisme cultural, esportiu i gastronòmic", va destacar Eva Terrades. ■



LES FOTOS. Són sis anuncis amb una doble imatge: l'indret i els visitants HORA NOVA

→L'APORTACIÓ

→ La Federació d'Hostaleria de les comarques de Girona s'ha implicat en la campanya de promoció que lidera el Patronat de Turisme i ha aportat el 30% de la inversió del sector empresarial privat, amb un total de 27.000 euros. El pressupost global d'aquesta campanya és de 600.000 euros i, d'aquests, el 70% procedeixen de Turespaña (420.000 euros) i la resta del sector turístic de la Costa Brava (el Patronat de Turisme Costa Brava i els empresaris hi han contribuït amb 90.000 euros respectivament). Per part del sector privat, les cambres de comerç han aportat 22.000 euros, els càmpings, 15.000, l'Associació Turística d'Apartaments, 8.000, els camps de golf i Turisme Nàutic, 5.000 cadascú, els empresaris de l'oci nocturn i dels parcs aquàtics, 3.000 respectivament i, finalment, l'entitat de Turisme Rural, 2.000 euros.

Pel president de la Federació d'Hostaleria, Antoni Escudero, "en un moment delicat per l'economia, és necessari que les patronals i els establiments que viuen del turisme, en definitiva, s'impliquin en la promoció del país i més en aquelles iniciatives unitàries que ens beneficien a tots". ■