



25/05/2020

La Costa Daurada i les Terres de l'Ebre es presenten al públic com a destinacions segures, properes i que generen confiança en la represa de l'activitat turística

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona posa en marxa les primeres campanyes de promoció i difusió de les seves marques des de la irrupció de la COVID-19 amb l'objectiu de reactivar i enfortir el sector

La Costa Daurada i les Terres de l'Ebre es presenten al públic com a destinacions segures, atractives i que generen confiança a l'hora de tornar a planificar les vacances, en les campanyes de promoció i difusió que el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona posa en marxa per contribuir a la reactivació del sector, durament castigat per la pandèmia de la COVID-19. La nova estratègia de comunicació de les dues marques turístiques s'adreça als mercats català i espanyol, com a públics prioritaris, en l'actual conjuntura de restriccions de mobilitat i transport.

El Patronat de Turisme de la Diputació ha incrementat els seus esforços en matèria de promoció i publicitat en aquests moments de dificultats, per contribuir a enfortir el sector turístic de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre. Les campanyes permeten posicionar les dues marques en la represa de l'activitat, aprofitant que els dos territoris han passat ja a la segona fase de desescalada. Per aquest motiu, des d'aquesta setmana s'engegaran les accions de publicitat sobre les destinacions en una planificació que s'estendrà fins a la primera setmana del mes de setembre i amb una inversió global de 490.000 euros.

La presentació de la campanya s'ha fet pública als mitjans de comunicació aquest dilluns dia 25 al matí, dia en què també es posa en marxa en diferents suports. Mitjançant una roda de premsa telemàtica, la presidenta de la Diputació de Tarragona, Noemí Llauredó, ha destacat la implicació de la institució en la reactivació del turisme en aquests moments difícils: "Davant d'aquesta profunda incertesa que ens atemoreix, cal que siguem valents, resilients i creatius; amb la nova campanya generem confiança als visitants tot ressaltant les nostres forteses com a destinació". De la seva part, la presidenta del Patronat de Turisme, Meritxell Roigé, ha posat de manifest les diferents trobades que s'han anat mantenint amb el sector públic i privat en les darreres setmanes, i ha assenyalat que aquesta és una campanya "potent", que "permetrà donar gran visibilitat al turisme de la Costa Daurada i de les Terres de l'Ebre". A la presentació d'aquest dilluns hi han participat, així mateix, la vicepresidenta del Patronat, Camí Mendoza; la directora del Patronat, Marta Farrero, i l'adjunt a la direcció del Patronat, Albert Folch.

Nous missatges per reactivar l'interès dels visitants i l'activitat turística

Noves creativitats, un missatge adaptat al nou escenari i un espot televisiu, integren una campanya diferent, sensible, pròpia i que referma l'essència de les destinacions. El treball creatiu i de planificació s'ha fet en coordinació amb l'Agència Catalana de Turisme, amb qui s'impulsarà una potent campanya adreçada al mercat espanyol, i amb el suport dels agents públics i les associacions empresarials que agrupen el sector turístic de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre.

Utilitzant un to comunicatiu positiu, proper, curós i emotiu, les campanyes apel·len al record i al reconeixement dels indrets i referents comuns que formen part de la nostra identitat i del nostre paisatge. Per transmetre de manera efectiva aquest missatge s'han previst accions d'impacte a mitjans amb audiències massives com la televisió i amb forta presència en mitjans digitals i a les xarxes socials.

'Costa Daurada, com sempre'

'Costa Daurada, com sempre' recull l'essència de la campanya per aquesta destinació. A través dels records, es proposa recordar aquells llocs, moments i experiències viscudes a la Costa Daurada que formen part del nostre paisatge emocional i de les nostres vacances en família. Una campanya que viatja en el temps però que reforça un missatge sobre la Costa Daurada i a la seva oferta turística actual: els valors d'un territori que no han canviat.

La campanya compta amb dos espots, un de 20 segons i una versió extensa de 2 minuts, que es podran veure per televisió i també a través de mitjans i plataformes en línia. La productora Minifilms, amb Ramon Balagué i Xavier Morral com a creatius, són els responsables d'una peça audiovisual creada expressament per als moments actuals i elaborada en ple confinament, sense sessions d'enregistrament exteriors i amb la col·laboració del Centre de la Imatge Mas Iglesias de Reus (CIMIR) i l'Arxiu Comarcal de la Conca de Barberà.

La proposta gràfica, a càrrec de l'Agència La Guerrilla, reflecteix en dos originals diferents aquesta mateixa aposta comunicativa. El públic a qui es dirigeix la campanya és el familiar, procedent de Catalunya i l'Estat. És un públic proper, coneixedor dels valors de la Costa Daurada, que es vol retrobar aquí amb el seu temps de vacances: de descans, de lleure i d'allunyar-se dels problemes, connectant amb un referent segur en aquests temps d'incertesa provocats per la pandèmia de la Covid-19.

La campanya contempla una forta presència en línia: blogs especialitzats, mitjans digitals i també a les xarxes socials amb les etiquetes #CostaDauradaComSempre i #CostaDaurada

'Terres de l'Ebre. Recomencem'

La campanya per les Terres de l'Ebre amb l'eslògan 'Recomencem' presenten les Terres de l'Ebre com una destinació on la natura i els espais a l'aire lliure són l'element central, l'escenari de retrobament. La creativitat inclou una peça audiovisual, que tindrà una versió de 20 segons i una altra més extensa d'1 minut i 10 segons, creada per la productora Filmsnòmades i que es podrà veure per televisió i a mitjans i suports digitals.

La proposta gràfica, creada per l'agència La Guerrilla, visualitza amb tres originals diferents per a mitjans offline i online aquesta crida a reconnectar i a retrobar-nos en la destinació. Les

imatges evocadores conviden a reconquerir els espais a l'aire lliure i a redescobrir la força d'una terra i la seva gent.

La campanya s'adreça prioritàriament al públic català i de l'Estat i tindrà una forta presència en línia i a les xarxes socials amb les etiquetes #TerresdelEbre #Recomencem.

Les dues campanyes van coordinades amb l'Agència Catalana de Turisme i la campanya que es farà amb la resta de destinacions catalanes a l'Estat: Catalunya és casa teva.