

# Turisme de Catalunya aposta per una fórmula innovadora de promoció directa *on line* en la campanya publicitària d'estiu

(30.05.2008)

El director general de Turisme, Joan Carles Vilalta, i el director de Turisme de Catalunya, Ignasi de Delàs, han presentat avui la nova campanya de publicitat de Catalunya a l'Estat espanyol per aquest estiu.

Enguany, Turisme de Catalunya fa un pas endavant en la manera de fer promoció turística i amplia el missatge dels anuncis tradicionals que formen part de la campanya "Una mirada genial". A partir dels mitjans convencionals, com poden ser televisió i premsa, Turisme de Catalunya va més enllà. Els anuncis dirigeixen el públic cap a un web creat especialment per a l'ocasió, [www.catalunyaesalgomas.com](http://www.catalunyaesalgomas.com), que esdevé l'element central sobre el qual gira la nova campanya, buscant la implicació del públic i la fidelització del turista.

Els anuncis, a més del seu valor promocional, conviden el públic a visitar aquest web on pot descobrir noves propostes turístiques agrupades en tres grans "móns": Sol i Platja; Natura i Actiu; i Ciutats i Cultura. El web també incentiva la participació de l'internauta que té la possibilitat de sol·licitar unes vacances a mida explicant les seves preferències i participar en sorteigs d'estades. Seguint les últimes tendències web 2.0, a [www.catalunyaesalgomas.com](http://www.catalunyaesalgomas.com), l'usuari és part activa i pot compartir les seves experiències i penjar les imatges de les seves vacances a Catalunya.

Aquest web permetrà que Turisme de Catalunya pugui dur a terme accions de màrqueting directe amb tots aquells internautes que s'hagin interessat per Catalunya.

En la campanya s'ha invertit 1,250.000 euros i compta amb la col·laboració de la Direcció General de Difusió Corporativa de la Generalitat de Catalunya, del Patronat de Turisme Costa Brava Girona i del Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida. La campanya, en els seus diferents formats de televisió, premsa i *on line*, es desenvoluparà durant el mes de juny.

## **Presència *on line***

Aquest any, la campanya tindrà un impacte important a Internet. Catalunya estarà present als portals d'oci i viatges Atrápalo, eDreams i MuchoViaje; als de rutes Via Michelin i Guía Campsa, així com a les versions electròniques de diferents diaris generalistes. Cal destacar la presència a la plataforma de correu Messenger, amb més de vuit milions d'usuaris.

## Presència a premsa

La campanya consta també d'insercions publicitàries en premsa especialitzada i diària. En total, s'han produït sis anuncis gràfics diferents sobre les marques i els productes turístics familiar, cultural, actiu i de natura.

Aquest és un exemple del text que apareix en un dels anuncis gràfics:

*UNA OBRA DE ARTE EN CATALUNYA ES ALGO MÁS QUE UNA OBRA DE ARTE.COM*

*Un cuadro, un plato, una calle por la que pasear. En Catalunya siempre encontrarás mucho más de lo que viniste a ver. Entra en [catalunyaesalgomas.com](http://catalunyaesalgomas.com) y descubre cómo disfrutar de una Semana Genial en Catalunya.*

## Presència a TV

Turisme de Catalunya desenvoluparà accions especials a la televisió amb espais promocionals en horari *prime time* de la mà de presentadors de diferents programes. Un dels més destacats serà el que s'emetrà coincidint amb la retransmissió del Gran Premi de Catalunya Moto GP que se celebra al Circuit de Catalunya el 8 de juny.

S'han produït quatre espots diferents de 10" de durada dedicats al turisme familiar, a l'actiu i de natura, al turisme urbà i cultural, i un d'específic dedicat a la Costa Brava.

Els anuncis es difondran a través de les cadenes d'àmbit estatal TVE, Tele 5 i Cuatro, i les àrees prioritàries d'incidència són Madrid, País Valencià, País Basc, La Rioja, Navarra i Aragó, principals mercats emissors per a Catalunya.

Els anuncis segueixen la filosofia de la campanya endegada l'estiu passat sota l'eslògan "Catalunya, una mirada genial". S'hi presenta la diversitat del país utilitzant un joc d'imatges i veu *en off* que demostrin que a Catalunya tot és més del que es pot esperar però incorporant una invitació per visitar el nou web [www.catalunyaesalgomas.com](http://www.catalunyaesalgomas.com), on es pot trobar més informació.

Aquest és un exemple d'un dels spots de televisió:

*Aquí, el sol es algo más que el sol. Y un castillo, también es algo más. Descúbrelo en [catalunyaesalgomas.com](http://catalunyaesalgomas.com). Catalunya, una mirada genial.*

Al web [www.catalunyaturisme.com](http://www.catalunyaturisme.com) es pot veure un audiovisual explicatiu sobre la nova campanya de promoció de Turisme de Catalunya per aquest estiu.

## Quadre resum de la campanya 2008

<b>Inversió total</b>	1,250.000 €	
<b>Àrees prioritàries</b>	Madrid, Aragó, País Basc, Navarra, La Rioja i País Valencià	
<b>Accions especials de TV</b>	<i>El Hormiguero, Pasapalabra, Está pasando</i> i un espai promocional coincidint amb la retransmissió del Gran Premi de Catalunya Moto GP	
<b>Mitjans gràfics</b>	Premsa diària i dominicals	
<b>Núm. anuncis</b>	<b>TV:</b>	1 spot genèric - Natura i Parcs de 10"
		1 spot genèric - Turisme Familiar de 10"
		1 spot genèric - Espais i Cultura de 10"
		1 spot específic - Costa Brava 10"
	<b>Premsa:</b>	6 models d'anuncis diferents
<b>Localitzacions dels anuncis</b>	Calella de Palafrugell, Serra del Cadí, Illes Medes, Park Güell, Rambla de les Flors, PortAventura, Tarragona, Boí Taüll, el Pont Romànic de Boixols i l'Estany de Sant Maurici	
<b>Mitjans on line</b>	Presència a Messenger i a portals de rutes, d'oci i viatges i de diaris generalistes	
<b>Altres accions</b>	Ampli desplegament de publicitat exterior a l'estació d'Atocha de Madrid	
<b>Durada de la campanya</b>	Juny	
<b>Agència de Publicitat</b>	J. Walter Thompson	