GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

'Lleidanamora't' és la nova campanya turística de la ciutat que apel·la a les vivències i els sentiments

Lleida | 24/04/2018 | 20:54

La campanya, com ha explicat Ros, s'estructura en cinc eixos temàtics, que alhora estan associats a cinc verbs vivencials i a determinats productes

El paer en cap, Àngel Ros, ha presentat la campanya, íntegrament lleidatana, que s'estructura en cinc blocs associats a cinc verbs vivencials: festes i cultura popular - gaudim, patrimoni - estima, gastronomia i oci - assaboreix, compres i oci - troba, i esport i vida saludable - respira. A partir d'avui comença la seva difusió a través de la nova pàgina web, les xarxes socials i els mitjans de comunicació

Lleida estrena la nova campanya de promoció de la ciutat "Lleidanamorat, que ha presentat el paer en cap, Àngel Ros, acompanyat dels tinents d'alcalde Rafael Peris i Montse Parra, responsables de les àrees turística i cultural de la paeria. L'alcalde ha explicat que la campanya s'ha dissenyat en base al turisme que es pretén captar i al potencial que té la ciutat. Gira al voltant d'aquest concepte de nova creació "Lleidanamora't", que apel·la a les emocions. D'aquesta forma la ciutat de 'Lleida' s'associa al concepte d'amor, d'enamorar-se. La promoció s'inicia en aquesta època, ja que enamorar-se és un estat emocional molt típic de la primavera.

La campanya, com ha explicat Ros, s'estructura en cinc eixos temàtics, que alhora estan associats a cinc verbs vivencials i a determinats productes:

-les festes i la cultura popular, que es vincula a l'acció "gaudim" i amb la Festa Major, la Fira de Titelles, la Festa de Moros i Cristians i l'Aplec del Caragol.

-el patrimoni, que ho fa a "estima", amb monuments i espais emblemàtics de la ciutat com la Seu Vella, el Castell dels Templers, el Centre d'Art La Panera i el Museu d'Art Jaume Morera, etc.

-la gastronomia, que s'enllaça a "assaboreix" i a la seva cuina, els productes de la terra i l'Horta de Lleida.

-les compres i l'oci, que s'uneixen a "troba", que és trasllada a zones com l'Eix Comercial, la Zona Alta i les botigues dels barris.

-l'esport i la vida saludable, que s'uneix a "respira", amb paisatges i localitzacions naturals i verdes com són el riu Segre, el Parc de la Mitjana, els Camps Elisis o l'Horta de Lleida.

En la presentació de "Lleidanamora't", l'alcalde ha remarcat que es tracta d'una campanya 100% lleidatana. La majoria dels actors són alumnes de l'Aula Municipal de Teatre; les imatges són obra de la fotògrafa Elena Vallés; la productora de l'espot és Pirita, que està formada per dos joves dissenyadors i fotògrafs establerts a Lleida, i el creador i fotògraf de la web és Jesús Reinos, coworker de la nova Casa de la Fusta.

La difusió que se'n farà està pensada per a diferents mitjans i suports. Així s'ha fet un espot amb una durada de 30 segons per a la seva emissió a les televisions i les xarxes socials. Es faran anuncies en premsa i falques de ràdio (cinc diferents, amb una durada entre 20 i 30 segons). Hi haurà oppis instal·lats en les marquesines publicitàries de la ciutat i s'ha creat una pàgina web específica, que desplega els diferents eixos i mostra la ciutat en 360º: www.lleidanamorat.cat.

La campanya es posa en marxa avui mateix i tindrà especial difusió al maig, el mes més festiu i fester a la ciutat de Lleida.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/noticia/68869-lleidanamorat-es-la-nova-campanya-turistica-de-la-ciutat-que-apella-a-les-vivencies-i-els-sentiments-.htm