

?VÍDEOS: La Diputació de Lleida aposta pels mercats de proximitat per reactivar l'activitat turística aquest estiu

Presenta una nova campanya promocional que ressalta els valors de proximitat i diversitat de la demarcació

Video: <https://www.youtube.com/watch?v=IPEB3zkU-po>

El Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida ha presentat aquesta setmana la nova campanya de promoció turística del Pirineu i les Terres de Lleida per aquest estiu que posa el focus en el mercat local i català amb l'objectiu de reactivar el turisme a la demarcació, invitant a descobrir-la i a gaudir del seu patrimoni natural i cultural.

Amb el lema *Ara Lleida, tant i tan a prop*, apel·la a "l'autoestima i la confiança en el territori i en la seva manera de ser" per encarar l'etapa post Covid-19. La campanya compta amb cinc 'ambaixadors', Àlex Márquez, Núria Picas, Tatxo Benet, Belena Gaynor i Joel Castanyé, que han elaborat diferents càpsules audiovisuals locutades per Txé Arana amb el missatge *Lleida, l'altra manera de viure!*.

El Patronat de Turisme s'ha servit d'una banda del lema històric *Ara Lleida*, instituït fa trenta anys, per tornar-lo a fer servir en el període actual de crisi sanitària i econòmica com a lema de campanya i el vincula amb l'eslògan *Tant i tan a prop*, el qual pretén sintetitzar els valors de diversitat i proximitat que caracteritzen l'extensa oferta turística que atresora el territori.

La campanya invita a descobrir o redescobrir les comarques lleidatanes, en un escenari nou que posa en primer pla valors com ara la solidaritat, la reactivació econòmica, social i empresarial (i per extensió del sector turístic), la desglobalització, la transformació digital, la seguretat personal, la sostenibilitat, el comerç i el turisme de proximitat, la natura i la singularitat, segons ha exposat el tècnic del Patronat Juli Alegre.

Esport de televisió amb 'ambaixadors' lleidatans

En el vessant audiovisual, la nova campanya de promoció incorpora el lema *Lleida. L'altra manera de viure!* i està concebuda per als espectadors com la porta d'entrada o l'inici d'un viatge per les comarques de Lleida a través de cinc prescriptors lleidatans que, en qualitat d'ambaixadors mostren alguns dels racons de la demarcació.

Es tracta del xef Joel Castanyer, el pilot Àlex Márquez, el periodista i empresari Tatxo Benet, la youtuber Belena Gaynor i la corredora de muntanya Núria Picas. La locució de les peces que formen l'espot de 30 segons, com també la falca de ràdio i les cinc píndoles per a xarxes socials, va a càrrec de la periodista lleidatana Txé Arana.

La campanya audiovisual a partir d'aquest espot tindrà continuïtat en els pròxims dies mitjançant un seguit de càpsules audiovisuals centrades en cadascun dels cinc prescriptors i destinades a les xarxes socials.

Video: <https://www.youtube.com/watch?v=FWaY3cLjQJ4>

Pel que fa a la part d'imatge gràfica per a les publicacions de premsa escrita, la campanya mostra

diferents fotografies del territori vinculades amb les diferents activitats i productes turístics de què el visitant pot gaudir a l'estiu presentades des de l'òptica del prescriptor que fa l'acció. En aquest sentit hi ha cinc gràfiques amb diferents activitats que són caíac a l'embasament de la Llosa del Cavall; senderisme al Saut deth Pish; turisme familiar al Parc Nacional d'Aigüestortes; BTT a l'entorn del monestir de Vallbona de les Monges, i finalment gastronomia i enoturisme a l'entorn del castell de Montsonís.

La difusió de la campanya, que s'ha fet només en versió en català, es podrà seguir pels diferents mitjans de comunicació de les comarques lleidatanes i del conjunt de Catalunya. També s'han contractat produccions gràfiques en autobusos de Barcelona i Tarragona, així com opis a la ciutat de Lleida i tanques publicitàries de carretera per diferents indrets de la demarcació.

Talarn invita els lleidatans a descobrir o redescobrir el territori lleidatà

En la presentació, que s'ha fet de forma telemàtica, el president de la Diputació de Lleida, Joan Talarn, ha explicat que, si bé les campanyes de l'ens provincial sempre han estat importants, aquesta vegada ho són més que mai. Per Talarn, "ara és hora de posar en valor els mèrits i les propostes de les comarques de Lleida, del Pirineu i de l'Aran davant de la ciutadania del mateix territori".



Presentació de la campanya a la sala d'actes de la Diputació de Lleida. Foto: Diputació de Lleida

"Donem per fet que ja coneixem prou el que tenim al costat de casa i no és ben bé així perquè, a vegades, no l'hem tastat prou", ha expressat. Per això, Talarn ha dit que "és l'hora de redescobrir-nos" i "d'ajudar el teixit productiu i turístic generant públic i ajudant a reactivar el consum" perquè "és allò que necessiten les empreses i els seus treballadors".

Per la seva banda, la vicepresidenta del Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida, Rosa

Pujol, ha manifestat que el sector turístic és un dels més afectats per la pandèmia de la Covid-19, i això ha obligat a "replantejar un nou horitzó i a crear noves fórmules que garanteixin la visibilitat del sector i de tots els professionals, empresaris i agents implicats". Una situació gens favorable, que des del Patronat afronten com "un repte i una oportunitat única per continuar creixent i demostrar l'enorme potencial que tenen les comarques de Lleida".



Núria Picas, durant la gravació de l'espot. Foto: Diputació de Lleida

Dos campanyes

Per donar suport al sector turístic del Pirineu i les Terres de Lleida com a conseqüència de la crisi sanitària, entre d'altres mesures el Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida ha impulsat dos campanyes especials de promoció turística adreçades a captar públic català i estatal amb vista a la temporada d'estiu, i entre totes dos tenen un pressupost d'uns 500.000 euros.

La campanya presentada aquest dimarts va adreçada al mercat local i català, mentre que la campanya que es va presentar la setmana passada amb el lema *Catalunya és Casa Teva* en col·laboració conjunta amb l'Agència Catalana de Turisme i amb els patronats de les quatre diputacions catalanes i Turisme Val d'Aran està destinada a fer una acció potent de promoció conjunta del territori a escala estatal.