

La Región de Murcia invita a los turistas a recuperar los veranos perdidos

El consejero Pedro Alberto Cruz presenta una campaña publicitaria cimentada sobre los sentimientos, la estética y la sensualidad, que producirá 160 millones de impactos

La Región de Murcia promociona este verano el producto de sol y playa con la campaña 'Recupera los veranos perdidos', asociada a la marca 'Región de Murcia. El verano que quieres', que incluye otros elementos como deportes náuticos, la gastronomía, la naturaleza y el ocio.

El consejero de Cultura y Turismo, Pedro Alberto Cruz, acompañado por el director del Instituto de Turismo, Enrique Ujaldón, presentó hoy esta acción promocional de ámbito nacional e internacional y que se llevará a cabo de junio a octubre.

Con la campaña 'Recupera los veranos perdidos' se ofrece la oportunidad de recuperar aquellos veranos que por cualquier circunstancia no fueron buenos, y presenta a la Región como sinónimo de buen verano y destino vacacional ligado a la satisfacción, la diversión, playas de calidad, o excelentes condiciones climatológicas, entre otras.

"Se juega con el sentimiento de la nostalgia, de lo que se ha perdido, y se vincula a la recuperación de lo positivo", indicó Cruz, que señaló que la creatividad "combina sentimientos y alcanza la fibra sensible con una estética y una sensualidad, ingredientes fundamentales para todos aquellos turistas que podemos captar a través de la mirada y la comunicación".

El coste de la campaña es de 700.000 euros y producirá un total de 160 millones de impactos. "Es el público potencial al que nos vamos a dirigir y está diseñada para llegar a un ámbito importante", dijo Cruz, quien apuntó que quizás es la campaña que, respecto a su recepción, se presenta como la más ambiciosa que se ha realizado hasta el momento en la Región".

La campaña tiene un carácter generalista unificando todas las zonas de sol y playa de la Región y promocionándolas como destino único a la "búsqueda de un impacto más certero", explicó Cruz. Además, esta acción se ha ofrecido a los seis ayuntamientos que tienen costa, ya que "la creatividad permite su adaptación a cada una de sus zonas permitiendo así mostrar una imagen única e intensificar el posicionamiento de la Región".

Todas las piezas contarán con el lema 'Recupera los veranos perdidos', y además se habilitará un 'microsite' dentro de murciaturistica llamada 'recuperadordeveranosperdidos.com'.

Campaña nacional e internacional

La campaña se llevará a cabo en todo el territorio nacional con especial incidencia en aquellas zonas con más emisión de turistas a la Región, como Madrid, Castilla-La Mancha, Andalucía y Comunidad Valenciana. Por otra parte se han incorporado comunidades como Cataluña y Castilla León en las que “estamos comprobando como aumenta el tráfico de turistas y queremos potenciar estos mercados”.

Las acciones que se llevarán a cabo serán inserciones en los principales medios de prensa nacional generalista y deportiva., además de anuncios de radio y acciones en programas. Asimismo, se realizará publicidad en exteriores para aportar visibilidad y cobertura en las áreas de incidencia de la campaña mediante vallas, mupis y marquesinas en todas las ciudades y publicidad en el metro de Madrid, Barcelona y Valencia. En Internet se difundirá el spot ‘Recupera tus veranos perdidos’.

También se han firmado acuerdos de colaboración con Alsa y con las agencias de viajes de El Corte Inglés, Muchoviaje, Logitravel, AVASA, atrápalo.com, donde aparecerá nuestro destino en sus banners ,newsletters, prensa, entrevistas en radio, reportajes en revistas, carteles y circuitos de TV en sus establecimiento. Igualmente aparecerán anuncios y publrreportajes y entrevistas a bordo de las principales compañías aéreas españolas como Iberia, Vueling y Air Europa.

En el ámbito internacional la campaña se llevará a cabo en “nuestros mercados tradicionales” como Reino Unido, Países Escandinavos, Alemania, Bélgica y Rusia. Las acciones están diseñadas para la inserción de anuncios y publrreportajes en revistas de a bordo de las principales aerolíneas con destino en aeropuertos de nuestro radio de influencia. Asimismo, se llevará acabo una campaña conjunta con la aerolinea más grande de Escandinavía, como Norwegian y Jet Two, para la publicación de banner, newsletters, anuncios en prensa y desarrollo de acciones de publicidad exterior. Otra de la acciones será la colaboración con oficinas españolas de turismo en el extranjero, sorteo de estancias, newsletter a agentes de viajes, operadores y medios de comunicación así como la difusión del spot.

La creatividad se ha elegido por concurso público entre las 14 empresas que se han presentado y ha sido la propuesta de la empresa 100x100 Publicidad la que ha resultado ganadora.