

La promoció turística de Roses tanca el difícil 2020 amb un important balanç: 351 aparicions en 101 mitjans

Alt Empordà | 28-01-2021 | 14:31



Roses

Turisme de Roses ha donat continuïtat al llarg de l'any 2020 a les accions promocionals destinades al turisme estatal, assolint un important ressò amb un total de 351 aparicions en 101 mitjans de comunicació de tot l'Estat. A finals de la primavera, també es va intensificar la promoció amb la realització de campanyes al sud de França. L'objectiu és mantenir el posicionament i ampliar el grau de coneixement de la destinació entre visitants i turistes potencials, per tal que aquests tinguin en compte la població a l'hora d'escollir els seus propers viatges.

L'alcaldeessa de Roses i regidora de Turisme, Montse Mindan, destaca la importància de continuar amb aquestes accions promocionals tot i els difícils moments viscuts al llarg del darrer any, i que encara continuen: "les mesures necessàries per al control de l'epidèmia han limitat molt l'arribada de visitants i turistes a la població i som conscients que les campanyes realitzades no podien tenir una repercussió immediata en augment de visitants al llarg de molts moments d'aquest 2020. No obstant, hem optat per mobilitzar-nos i pensar en clau de futur, continuant amb la promoció Roses per poder recollir resultats d'aquí a uns mesos, perquè, un cop siguin possibles els desplaçaments, Roses estigui present i es mantingui en l'agenda dels futurs turistes".

D'aquesta manera, en l'any turístic més complicat de les darreres dècades, Roses ha continuat posant en valor els múltiples atractius del municipi, centrant-se molt especialment en el mercat estatal i comptant amb els serveis contractats l'agència de comunicació RV EDIPRESS, especialitzada en el sector turístic. Fruit d'aquest treball, al llarg de 2020 s'han difós un total de 29 notes de premsa que han generat un total de 354 aparicions a 101 mitjans de comunicació diferents (1 televisiu, 2 radiofònics, 12 de premsa escrita i 86 mitjans online), aparicions que suposen una valoració econòmica global (el valor publicitari al qual equivaldrien), de 834.491 euros.

Les notes de premsa s'han dirigit a posar en valor el patrimoni rosinc (Ciutadella, Castell de la Trinitat, Rutes Megalítiques, Castrum visigòtic, Monestir de Sant Pere de Rodes); natura (Parc Natural del Cap de Creus, Aiguamolls de l'Empordà, Camins de Ronda, senderisme 'Roses a Peu'), gastronomia (Campanya '1000 Roses a Roses', Ruta de Tapes, Campanya del Suquet de Peix, Ruta del Vi de la DO Empordà, visites guiades a vinyes i cellers; esdeveniments culturals (Març de Paraules, Festival Sons del Món); festes (Carnaval, Festa Major); experiencials ('Sentir la badia');

o l'estiu (platges, port esportiu).

La presència en mitjans de sectors tan variats com viatges, gastronomia, natura, lifestyle, generalistes o sectorials, ha permès que Roses fos present de manera permanent al llarg dels darrers 12 mesos en mercats emissors com la Comunitat de Madrid, Comunitat Valenciana, Balears, Andalusia, Castella i Lleó o Galícia, a més de continuar reforçant el mercat de proximitat català.

Campanyes publicitàries i en xarxes a Catalunya i el sud de França

Pel que fa a les accions publicitàries realitzades a Catalunya i al sud de França, destaca la campanya «Torna a viure. Torna a Roses», que comptà amb l'enregistrament d'un vídeo que es començà a difondre a mitjans de maig, coincidint amb l'obertura de la mobilitat. La campanya es dirigia a visualitzar els atractius i avantatges d'escollir Roses durant les vacances d'estiu, i va comptar amb una important difusió a través de plataformes digitals i xarxes socials com Instagram, Facebook, Youtube, Google Ads, Press Media Ads i Remàrqueting; així com a través d'anuncis en premsa i ràdio, l'emissió d'un espot publicitari a TV3 i la contractació de tanques publicitàries.

Entre els resultats obtinguts, destaquen els més de 4 milions d'impressions a Google Ads Banners, les 73.200 visualitzacions del vídeo promocional a Youtube, més d'1.300.000 impressions a les xarxes socials Facebook i Instagram, i 1,4 milions a Press Media Ads.

L'anunci va ser emès 116 cops per TV3 i comptà amb 165.000 impressions en format digital.

[Autor: Redacció](#)