

Campanya per captar visites de curta estada i canviar la imatge d'Empuriabrava

Es vol neutralitzar els «estereotips» negatius que hi ha a Catalunya sobre la marina

R. CARMONA / Castelló d'Empúries

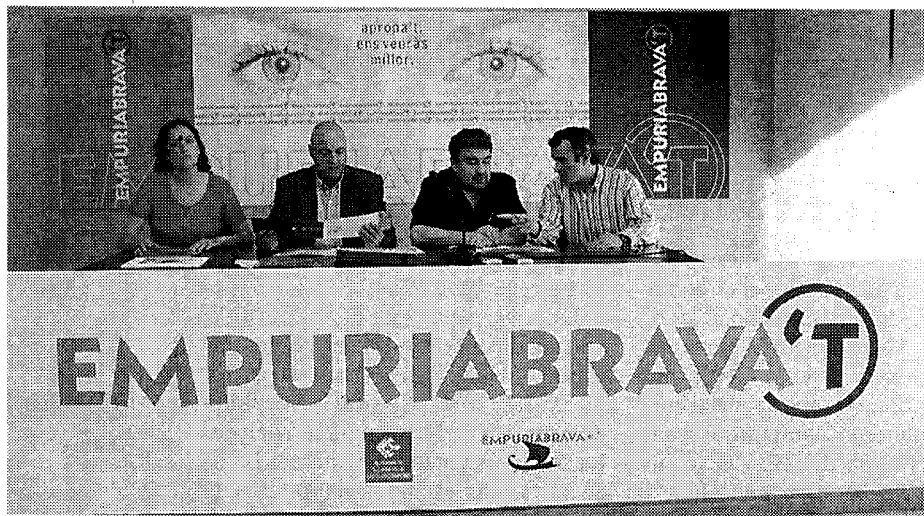
● L'incendi mortal en un bloc de pisos i algunes baralles a la zona d'oci han generat alguns estereotips de conflictivitat en els potencials

turistes catalans d'Empuriabrava. Per demostrar que aquesta imatge està molt allunyada de la realitat, el consistori ha llançat una campanya publicitària per a tot Cata-

lunya i la Catalunya Nord amb què vol netejar la seva imatge, demostrar la varietat de la oferta i entrar en els plans dels turistes de proximitat i de cap de setmana.

«Apropa't, ens veuràs millor» i «Empuriabrava't» són els dos eslògans que utilitzarà aquesta campanya publicitària, que adoptarà la T amb l'apòstrof com a imatge principal. «Hi ha hagut alguns esdeveniments fortuïts, que podrien haver passat a qualsevol lloc, que semblava que estaven deteriorant la nostra imatge i el que volem és ressaltar els elements positius que tenim i que ningú es quedi amb una impressió que no és certa», argumenta l'alcalde de Castelló d'Empúries, Xavier Sanllehí, el qual remarca que a la marina residencial hi ha només una illa de pisos i la resta «són xalets de qualitat».

Els destinataris d'aquesta campanya seran els



La campanya i els eslògans es van presentar ahir. / ROBERT CARMONA.

potencials turistes de Catalunya i la Catalunya Nord, ja que es vol aprofitar per captar també els visitants que fan estades curtes, de pocs dies. Empuriabrava vol demostrar

la varietat de l'oferta. «A més de sol i platja, tenim una important oferta esportiva, nàutica, gastronòmica, cultural i natural», remarca el regidor de Turisme, Joan Serra. La cam-

panya aprofitarà revistes especialitzades de tots aquests sectors i es desplegarà, sobretot, després de l'estiu. «L'oferta d'Empuriabrava és vàlida tot l'any», justifica Serra.