

GOBIERNO DE NAVARRA

ECONOMÍA, HACIENDA, INDUSTRIA Y EMPLEO

CULTURA, TURISMO Y RELACIONES INSTITUCIONALES

PRESIDENCIA, JUSTICIA E INTERIOR

EDUCACION

DESARROLLO RURAL, MEDIO AMBIENTE, Y ADMINISTRACIÓN LOCAL

SALUD

POLÍTICAS SOCIALES

FOMENTO

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

Se inicia este lunes la campaña nacional que promocionará el turismo en Navarra con el lema “Déjate abrazar”

La campaña incluye un concurso en Facebook, Twitter e Instagram para compartir fotos, tuits, post o vídeos sobre alguno de sus atractivos turísticos

Lunes, 02 de junio de 2014

Hoy se inicia en los medios de comunicación nacionales la nueva campaña de comunicación que la Dirección General de Turismo y Comercio del Gobierno de Navarra promoverá durante las próximas semanas para publicitar Navarra como destino turístico,



La periodista catalana Samanta Villar en la Foz de Arbayún.

La campaña continúa con el eslogan “Déjate Abrazar”, se emitirá en junio y transmitirá a los oyentes sensaciones y sentimientos a través de un viaje experiencial que dotará de contenidos a radios, prensa online, sitios web de viajes, blogs, redes sociales y twitter.

Para llevarla a cabo, la periodista Samanta Villar transmitirá en falso directo su viaje por Navarra acompañada por el bloguero Holden Caulfield, (quien escribe bajo seudónimo) y el instagramer con más seguidores en España, Gabriel Samper. Mediante la estrategia comunicativa de la vivencia directa, los tres compartirán la oferta turística de Navarra en la red, de un modo ágil, próximo y personal.

La periodista catalana Samanta Villar presenta desde 2009 programas como “21 días”, “3 sesenta” o “Conexión Samanta” en la cadena de televisión Cuatro. En noviembre de 2010 recibió un premio Ondas por su programa “21 días en la Mina”. Ella es, por su frescura, el espíritu de este viaje experiencial. Samanta hará participar a las audiencias de la emoción, la historia, la gastronomía, etc., generando unos contenidos audiovisuales de gran belleza, atractivos y lúdicos.

Con su imagen se han producido 12 videos que serán utilizados en diferentes formatos y sitios web y generado contenidos para radio destinados al público potencial de Navarra.

[Gabriel Samper](#), (kains) de Alicante, es uno de los españoles con más seguidores, 131.000. Como organizador del primer congreso de usuarios de Instagram, fue también uno de los primeros en descubrir el potencial de la aplicación.

Por su parte, Holden Caulfield es conocido por su [manual del buen vividor](#) y por ser blogger de actualidad en [elle.es](#) (más de un millón y medio de visitantes únicos al mes) donde escribe acerca de música, libros, viajes y cultura en general. Además, colabora con la revista cultural *Jot Down* y con el periódico *La Crónica de México* (Baja California). Cuenta con cerca de 20.000 seguidores en twitter.



Samanta Villar muestra la Plaza del Castillo.

Caulfield, junto con sus compañeros de viaje, descubrirá a los oyentes la oferta y el patrimonio local, que contará post a post.

En www.navarrateabrazo.es se pueden visualizar los videos de Samanta Villar, leer los artículos de Holden Caulfield o ver las fotos de @kainxs.

Concurso en las redes

La campaña publicitaria promueve además un concurso a través de las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram, que anima a compartir fotos, tuits, post o vídeos, capaces de emocionar, sobre alguno de los atractivos de Navarra (naturales, culturales, gastronómicos, enclaves, monumentos, costumbres, etc.).

La participación se canaliza a través de estas tres redes sociales, por lo que los participantes deberán tener sus cuentas propias de Facebook, Twitter o Instagram y respetar las condiciones de cada red.

En Facebook los participantes podrán subir sus fotos, vídeos o textos, y tantos posts como desee a través de la aplicación disponible en <https://www.facebook.com/TurismoReynodeNavarra>. La foto, vídeo o texto que más 'Me gusta' reciba será ganadora.

En Twitter, los participante tratarán de emocionar con su tuit. El texto publicado podrá ir opcionalmente acompañado de una fotografía relacionada. Será imprescindible usar el tag #Navarrateabrazo para que el tuit sea válido. Cada participante podrá enviar tantos tuits como desee y el premio será para la persona cuyo texto sea más retuiteado.

En Instagram bastará con hacer una foto de Navarra y subirla a la cuenta de Instagram con la etiqueta #Navarrateabrazo. Cada participante podrá subir tantas fotos como desee. La foto que más 'Me gusta' obtenga será la ganadora.

El concursante que resulte ganador en cada una de las modalidades del concurso (Facebook, Instagram o Twitter), recibirá como premio un lote de productos gastronómicos de Navarra: espárragos, pimientos, queso, vino, pacharán, etc. que se entregará en el domicilio del ganador. En caso de empate, se realizará un sorteo entre las fotografías, tuits, vídeos o posts que tengan el mismo número de votos o retuiteos.

Además, entre los tres ganadores de cada una de las redes sociales, se realizará el sorteo de un viaje a Navarra que dará derecho a una estancia para dos personas en régimen de alojamiento y desayuno, con una duración de 3 días y 2 noches, en cualquier alojamiento de Navarra elegido a través de la web www.turismo.navarra.es.

Medios y presencias

La campaña estará presente en las principales cadenas de radio generalistas (Ser, Onda Cero y Cope), con desconexiones en las comunidades objetivo: Madrid, Barcelona, Valencia, País Vasco y Navarra, así como en RAC1.

Los viajeros conectarán cada día con las emisoras para retransmitir el viaje. Se plantean conexiones de 60 segundos en diferentes espacios, de acuerdo a su programación específica. Asimismo, estas emisoras darán cobertura al viaje en sus redes sociales. Finalmente, en la Cadena Ser se hará un programa especial en directo desde Navarra, el próximo lunes, 12 de mayo.

Por su parte, en prensa *on line*, Turismo Reyno de Navarra estará presente en una selección de cabeceras de diarios importantes, a través de banners y video banners. Entre los soportes principales se encuentran El País, El Mundo, La Vanguardia, El Correo, ABC y Diario Vasco.

Se han seleccionado también sitios web de viajes (Atrápalo, Rumbo, Muchoviaje) que retransmitirán el recorrido a través de banners y video banners. Por su parte, en las redes sociales se irá retransmitiendo el viaje y ampliando la información a sus seguidores.