

viernes 6 de diciembre de 2019

Huelva invita a los viajeros del AVE Madrid-Sevilla a conocer los atractivos de la provincia durante el puente

La Diputación de Huelva y el Patronato Provincial de Turismo han emprendido una campaña de promoción y difusión en los reposacabezas de los trenes



Con el objetivo de potenciar la imagen de Huelva, la Diputación de Huelva y el Patronato Provincial de Turismo han emprendido una campaña de promoción y difusión en los reposacabezas de los trenes de la línea AVE que une Madrid-Sevilla y Sevilla - Madrid durante la primera quincena de diciembre, coincidiendo con el puente, en un mes que suma cientos de miles de viajeros.

Del 1 al 15 de diciembre, 76 trenes al día serán los

embajadores de la campaña que sea de Huelva y los atractivos turísticos de la provincia, luciendo en sus reposacabezas la imagen corporativa de la campaña 'Que sea de Huelva' junto a la enumeración de algunos de los atractivos del destino, como naturaleza, patrimonio, Doñana, luz, golf o gastronomía entre otros.

Gracias a esta acción promocional, la campaña que promueve el consumo de productos y servicios de la provincia de Huelva como sinónimo de calidad y excelencia, viaja en este medio de transporte tan utilizado habitualmente, cuyo uso se multiplica durante estas fechas.

En concreto, se han realizado un total de 140.000 reposacabezas para ser colocados en los asientos de todos los trayectos de los AVE Madrid-Sevilla, Sevilla-Madrid, que se convierte en una de las líneas más utilizadas durante el puente.

La campaña 'Que sea de Huelva', como marca asociada al destino, se sitúa gracias a esta acción promocional en el punto de mira de cientos de miles de viajeros que durante las fechas cercanas a la Navidad eligen los trenes de alta velocidad como medio de transporte para trasladarse a la capital, convirtiendo al AVE en un excelente medio para difundir y despertar el interés por los atractivos de la provincia de Huelva.

