

sábado 30 de diciembre de 2017

La campaña Que sea de Huelva protagoniza el último anuncio del año en Canal Sur



Descargar imagen

La provincia será el centro de atención de toda la comunidad andaluza para dar la bienvenida a 2018 con una publicidad centrada en los más pequeños

La Diputación de Huelva ha contratado el último anuncio del año en Canal Sur Televisión para promocionar la campaña 'Que Sea de Huelva'. Un momento muy importante en el que toda la comunidad autónoma estará pendiente. La emisión de esta publicidad será el pistoletazo de salida de la nueva iniciativa que la Diputación va a emprender

en 2018 siguiendo la estela de las campañas anteriores, con el objetivo de promover y concienciar sobre el consumo de productos y servicios locales.

El anuncio, que se emitirá en el programa de las campanadas, en horario de máxima audiencia, supone una importante promoción y difusión de Huelva para los cientos de miles de andaluces que seguirán en directo el cambio de año.

Esta nueva campaña 'Que sea de Huelva' se convierte en una oportunidad única para la provincia, para proyectar lo mejor de los onubenses: nuestro trabajo y su fruto: unos productos y servicios que junto con la forma de ser y la hospitalidad que llevamos a gala nos identifican y nos definen.

Canal Sur va a retransmitir este año las campanadas que dan la bienvenida al 2018 desde la ciudad de Córdoba al objeto de mostrar su apoyo a la candidatura de Medina Azahara como Patrimonio Mundial de la Unesco, como ya hiciera el año pasado desde el Ayuntamiento de Huelva para respaldar la Capitalidad Gastronómica y el 525.

“Ellos lo tendrían claro, que sea de Huelva”

Esta es la tercera edición de la iniciativa impulsada por la Diputación, y a través de ella se persigue ofrecer una nueva mirada sobre el mensaje para renovar la efectividad de la iniciativa.

Esta vez el concepto creativo se fundamenta en el eslogan “Ellos lo tendrían claro, que sea de Huelva”. Desde una óptica afable y emotiva, la campaña quiere despertar de manera directa la conciencia sobre la importancia de consumir productos y servicios locales por su repercusión en el desarrollo económico y la prosperidad de nuestro entorno más cercano. Y lo hace con un mensaje claro, directo, que pone el punto de mira en las generaciones venideras y basa su concepto en la honestidad, la limpieza y bondad de los más pequeños.

Porque, conociendo los beneficios y las múltiples ventajas de consumir productos y servicios de proximidad, “ellos lo tendrían claro”, con el razonamiento y la lógica de un niño, no dudarían en que por su cercanía, son productos más frescos y más sanos, porque no necesitan conservantes para recorrer grandes distancias. Con su consumo generamos empleo y riqueza en la provincia. Los beneficios de nuestras compras se quedan en casa y son un valor seguro.

En esta nueva edición de la campaña ‘Que sea de Huelva’ la Diputación también quiere hacer ‘marca Huelva’ y aprovechar la labor de las empresas onubenses que han sido punta de lanza en los mercados de todo el mundo. Que se nos conozca a través del buen hacer de nuestros productores y empresarios y promocionar el sello de Hecho en Huelva. Un marchamo de calidad que viene avalado por productos autóctonos, cien por cien puros y auténticos.