

viernes 19 de enero de 2018

La campaña Que sea de Huelva se suma a la celebración del 150 aniversario del Mercado del Carmen



El presidente de la Diputación asiste a los actos conmemorativos y clientes y detallistas del mercado participan en una acción promocional con regalos y sorteos

La Diputación de Huelva se ha sumado al 150 aniversario del Mercado del Carmen. El presidente de la institución provincial, Ignacio Caraballo, ha participado en los actos de esta celebración, que se han celebrado hoy en las instalaciones del mercado, convocando a un gran número de autoridades, clientes y público en general.

Con motivo de la conmemoración se ha

realizado una acción promocional de la campaña 'Que sea de Huelva', destinada a promover el consumo de productos y servicios de la provincia de Huelva. El vicepresidente de la Diputación, José Fernández, acompañado del presidente de la Asociación de Detallistas, Plácido Carrascal, ha realizado un recorrido por los diferentes puestos del mercado, entregado a los comerciantes un mandil de la campaña, puesta en marcha por la Diputación en este nuevo año.

Asimismo, durante toda la mañana cientos de clientes del Mercado han participado en la promoción de la nueva edición de 'Que sea de Huelva', recibiendo una bolsa de compra reutilizable y entrando en un sorteo de libros de recetas de Huelva.

El vicepresidente de la Diputación ha asegurado que el lanzamiento de la campaña en la capital se ha llevado a cabo "en el mejor espacio en el que podíamos hacerlo. La provincia de Huelva es la despensa de Europa y el Mercado del Carmen es el mejor escaparate para todos nuestros productos: pescados, carnes, frutas y hortalizas, conservas..."

Al mismo tiempo, ha señalado, la campaña 'Que sea de Huelva' arropa las actividades del propio Mercado para celebrar su 150 aniversario: "entendemos que los detallistas del mercado y sus clientes son los verdaderos embajadores de esta iniciativa. Tenemos que dar a conocer nuestros productos y servicios, y poner en valor sus bondades y excelencias". Según Fernández, la finalidad de esta nueva edición de la campaña es "dar un salto desde el consumo por parte de los propios onubenses -que era el objetivo de las primeras ediciones- a promocionar nuestros productos fuera de España".

La Diputación ha puesto en marcha en 2018 una nueva campaña 'Que sea de Huelva' para promover el consumo de productos y servicios locales. Es la tercera edición de esta 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.

La nueva edición fundamenta su concepto creativo en el eslogan "Ellos lo tendrían claro, que sea de Huelva", en referencia a los niños, que tienen un papel destacado en la campaña. Un mensaje claro y directo, que pone el punto de mira en las generaciones venidera, apelando a la honestidad y la bondad de los más pequeños. Desde una óptica afable, la campaña quiere despertar 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.

Desde el razonamiento y la lógica infantil, ellos no dudarían en elegir los productos y los servicios de Huelva por su cercanía, porque son productos más frescos y más sanos, porque no necesitan conservantes para recorrer grandes distancias... Y porque su consumo genera empleo y riqueza en la provincia de Huelva.

En las primeras ediciones el objetivo era que los onubenses fueran los primeros conocedores, consumidores y, por tanto, los mejores embajadores de nuestros productos, incidiendo en su calidad y en su excelencia. En esta nueva etapa se quiere que la campaña redunde también en la marca Huelva, que la provincia se conozca a través del buen hacer de nuestros productores y empresarios, que han sido punta de lanza en los mercados de todo el mundo.

Hace ahora cinco años que la Diputación Provincial puso en marcha la primera campaña 'Que sea de Huelva'. La campaña nacía con un objetivo claro: concienciar al consumidor onubense de que elegir servicios y productos de nuestra provincia no sólo era sinónimo de calidad y, por tanto, de garantía y satisfacción, sino que además repercutía en el bien común y en toda la provincia.

Durante todo este tiempo, han sido cientos los productos, servicios, comercios y establecimientos que se han adherido a la campaña, de la que ellos son protagonistas, mostrando el distintivo como representantes de la imagen de marca y contribuyendo a multiplicar los resultados.