



# Contratada por 102.000€ la campaña de promoción del VIII Centenario en Madrid que empezará este mes

La publicidad en la capital de España para atraer visitantes se prolongará hasta octubre

C.R. | SALAMANCA

Un tercio de los viajeros españoles que el pasado puente solicitaron información en la Oficina de Información Turística de la Plaza Mayor procedía de la Comunidad de Madrid. Con el objetivo de mantener la fluencia de madrileños durante los fines de semana y si es posible incrementarla, el consejo de administración de la Sociedad Municipal de Turismo adjudicó ayer por 102.200 euros

una nueva campaña de publicidad y promoción en la capital de España a la compañía Abba Publicidad, una de las nueve empresas que optaron al contrato licitado a finales de febrero. Este año, se centrará en el acontecimiento de Estado que celebra la ciudad del Tormes, el VIII Centenario de la Universidad.

Las acciones para atraer visitantes comenzarán este mismo mes y se prolongarán hasta octu-

Prima las acciones de marketing “espectacular” en las calles transitadas y en los días previos a los puentes y festivos

bre. Entre las condiciones que pone el Consistorio a la empresa es la obligación de difundir publicidad en los días previos a los puentes y festivos en Madrid que se incluyen en este periodo.

Aunque los detalles de esta iniciativa promocional aún no han trascendido a la espera de una presentación conjunta del Ayuntamiento y la Universidad, los pliegos de condiciones del contrato insisten en que se primarán las

intervenciones de marketing “espectacular” —denominación que se da a los anuncios de gran formato y que utilizan nuevas fórmulas para conseguir un mayor impacto entre el público—. Entre las opciones, Turismo planteaba lonas en la plaza de Santa Ana y en Alonso Martínez; anuncios en los grandes televisores —*video wall*— de la estación de Atocha; o en las enormes pantallas digitales de Callao —que ya se utilizó en la campaña “Estás a una hora y media de emocionarte” en 2017—. Todo ello se unirá a las acciones promocionales que el Ayuntamiento ya ha puesto en marcha con Renfe, Avanzabus y al avión que Air Europa ha bautizado como “VIII Centenario. Universidad de Salamanca”.