

Campanya corporativa

Campanya «Enològica»

Desembre de 2024



**Diputació
Barcelona**

Índex

Antecedents 3

Objectius 3

Dates 3

Públic 3

Peces 4

Cartell de promoció dels capítols 4

XXSS 5

 Instagram story ads 5

 Instagram reel ads 5

 Instagram story ads 6

Pressupost 6

Campanya Enològica (i Turisme de pantalles)

Antecedents

La Diputació de Barcelona és una institució de govern local que impulsa el progrés i procura el benestar dels ciutadans del seu àmbit territorial: la província de Barcelona, 311 municipis en xarxa, la qual representa el 24% del total de la superfície de Catalunya i el 74,4% del total de la població catalana (més de cinc milions i mig de persones). Actua directament prestant serveis i, sobretot, en cooperació amb els ajuntaments.

A la província de Barcelona es pot gaudir de paisatges de vi i cava, i de tres zones vinícoles amb denominació d'origen (DO Penedès, DO Pla de Bages i D.O Alella) que ofereixen un ventall de propostes enoturístiques. La Gerència de Serveis de Turisme ha volgut dur a terme una acció per posar en valor l'enoturisme a la província.

Amb aquesta campanya la Diputació de Barcelona pretén:

- Crear contingut audiovisual de qualitat entorn l'oferta enoturística de les comarques de Barcelona a partir de la **sèrie Enològica** conduïda per l'actor, *sommelier* i influencer David Jané.
- Fer difusió de l'oferta enoturística de les comarques de Barcelona a través de les plataformes audiovisuals Amazon Prime, Filmin, Sun Channel i Love Wine.
- Prioritari: *wine lovers*, *food lovers* i públic gourmet de Catalunya i Espanya.
- Secundari: *wine lovers*, *food lovers* i públic gourmet de mercats internacionals.

Una de les noves línies d'actuació que es treballa des de la Gerència de Serveis de Turisme és el Turisme de pantalles. En aquest sentit, el dimecres 11 de desembre, des de l'Oficina de Màrqueting Turístic, es va fer la presentació de l'Estudi de Turisme de Pantalla, en el marc d'una Jornada de MaBns del Cercle. Es va aprofitar aquesta jornada per fer la preestrena dels dos capítols d'Enològica, per tal d'exemplificar la nova línia de treball de turisme de pantalles. El director i el productor de la sèrie Enològica hi van ser-hi presents.

Objectius

- Donar a conèixer l'oferta enoturística de les comarques de Barcelona i de les Rutes del Vi del Penedès, d'Alella i de Pla de Bages.
- Millorar la notorietat de la marca turística Barcelona és molt més.

Dates

Desembre de 2024.

Públic

Dones i homes de 18 a 65 anys, de les comarques de Barcelona, d'Espanya i públic internacional.

Peces**Episodi 1: Ruta del vi del Penedès**

En aquets capítol, en David fa una introducció de la DO Penedès i visita diferents escenaris: el Vinseum, els Miravinyes, les Bodegues Torres, el Centre d'Interpretació de la Malvasia a Sitges, l'Hotel Font de la Canya, el Cava Centre, la Bodega Llopart, i acaba fent una reflexió final.

Episodi 2: Ruta del vi DO Pla de Bages i Ruta del vi DO Alella

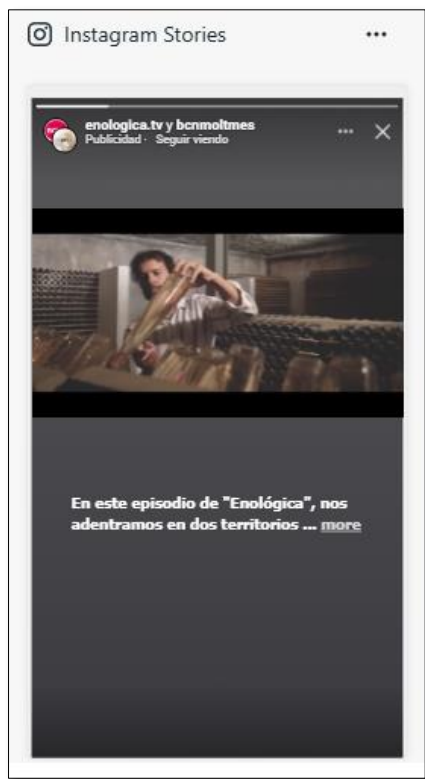
En aquets capítol, en David fa una introducció de la DO Bages i DO Alella i visita diferents escenaris: la Bodega Heretat Oller del Mas, les Bodegues Abadal, el Monestir de Sant Benet i el restaurant l'Ò, el centre Enoturístic i Arqueològic de Vallmora-Teià, la bodega Alta Alella, la bodega Can Roda, i acaba fent una reflexió final.

**Els dos capítols es poden veure a les plataformes Prime, Filmin, Sun Channel i Love Wine.*

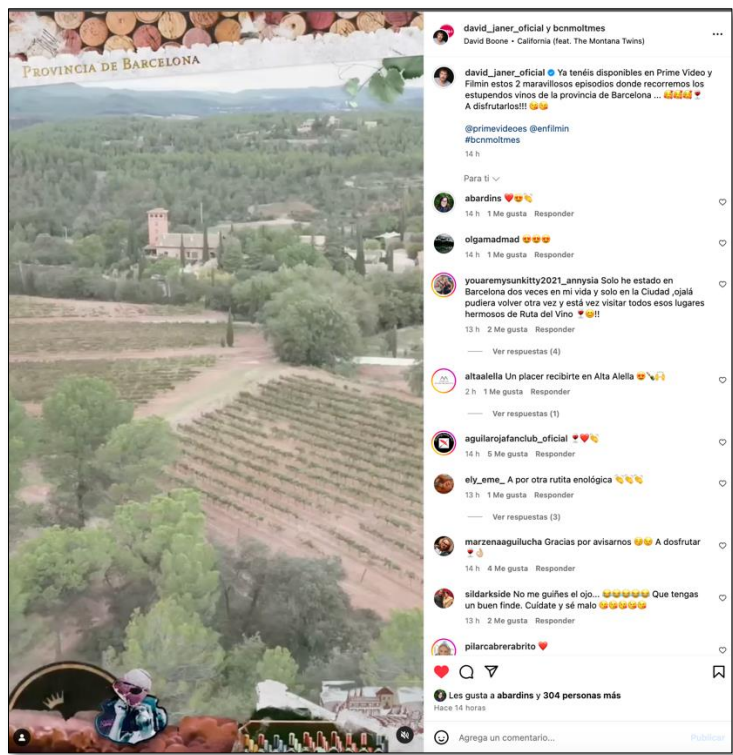
Cartell de promoció dels capítols

XXSS

Instagram story ads



Instagram reel ads



Instagram story ads



Pressupost

Inversió	Proveïdors	TOTAL CAMPANYA
38.090,00 €	Below Action SL (producció i emissió a Prime i Sun Channel)	51.708,42 €
11.700,00 €	Below Action SL (Emissió a Love Wine i Filmin)	
1.918,42 €	Below Action SL (Turisme de pantalles)	

**La inversió d'aquesta campanya en xarxes socials ha estat de 1.258,40 €, inversió imputada a la campanya de XXSS de Diputació de Barcelona.*

***Tots els imports inclouen l'IVA.*