

PUBLICITAT CAMPANYA

# Lleida estrena eslògan per atreure inversions

## 'Lleida marxa', creada per Bassat

Lleida ja té logo i banda sonora. L'agència Bassat-Ogilvy, a la qual la Paeria va adjudicar la campanya promocional per 54.000 euros, ha creat l'eslògan 'Lleida marxa', amb què l'ajuntament espera atreure inversions.

S.E.  
LLEIDA | *Lleida marxa*, amb la *d* de Lleida substituïda pel símbol del play, és el nou eslògan promocional de la ciutat, creat per Bassat-Ogilvy, l'agència a la qual la Paeria va adjudicar la campanya publicitària per un import de 54.000 euros. "Aquest play simbolitza el bon funcionament municipal", va explicar l'alcalde, Àngel Ros, i va remarcar que servirà per vendre que Lleida és "un territori emergent que ofereix oportunitats per invertir tant als de fora de Lleida com als emprenedors lleidatans". En aquest sentit, va destacar la importància de la ciutat en "el desenvolupament industrial i del coneixement, el turisme, el comerç i les comunicacions". Va detallar que

la campanya, que inclou una sintonia, serà multimèdia en mitjans de comunicació locals i nacionals. A més, va apuntar que en faran banderoles i fins i tot podrien posar el logo a les armilles de les brigades d'obres. Enric Pujades, president de Bassat-Ogilvy, va destacar que la transformació de Lleida ha propiciat haver de comunicar "moltes coses en un moment econòmic en què no hi ha gaires bones notícies" i va afegir que han intentat "simplificar-les i crear un concepte que pugui ser present en cada comunicació específica". El responsable de la campanya publicitària, Santiago Yago, va assenyalar que han incorporat el logotip *Lleida marxa* per vendre la indústria agroalimentària (amb una pera-rato-

**DETALLS**

**Turisme, cultura i indústria.** A dalt, una mostra de la publicitat de la Seu i el Castell dels Templers i de la Llotja. La de la indústria agroalimentària incorpora una pera-ratolí d'ordinador (imatge del costat).

**Presentació.** L'agència Bassat-Ogilvy va presentar ahir, juntament amb l'alcalde i altres representants del govern, la seua campanya publicitària per 'vendre' Lleida.

fi d'ordinador amb el símbol del play), la Llotja, l'AVE, les escoles bressol, la formació professional, el turisme i els espais infantils. Ros va apuntar que "alinearan

les comunicacions municipals" amb aquest concepte per "transmetre a l'exterior que a Lleida val la pena invertir-hi" i va dir que iniciaran la campanya "d'aquí a unes setmanes". "La

implantació serà amb el pressupost que tenim, encara que es podria incrementar amb aportacions dels ens que promocionem, com la Llotja o el parc de Gardeny", va afegir.



Vista de la remodelada plaça de la Pau, en plena inauguració.

### URBANISME ESPAIS PÚBLICS

## Una festa inaugura la remodelada plaça de la Pau

LLEIDA | La Paeria va programar ahir una festa infantil i una xocolatada per inaugurar la remodelada plaça de la Pau, obra de Domènech i Torres, fill de Domènech i Muntaner. En el marc del pla Zapatero, l'ajuntament n'ha renovat totes les rajoles, mantenint-ne el disseny original, n'ha restaurat els fanals i ha recuperat una petita font (un nen assegut sobre una tortuga) que abans quedava amagada entre els arbres. També funcionen

les altres dos fonts ornamentals i falta per instal·lar-hi jocs infantils. L'alcalde, Àngel Ros, va destacar que es tracta d'una de les vint places que són objecte de remodelació durant aquest mandat. Així, queden per estrenar Blas Infante i Sant Francesc i per començar, la de la Constitució. El subdelegat del Govern, José Àngel Flores, va afirmar que la plaça de la Pau és "emblemàtica".

# CLINICACHELA IMPLANTOLOGIA



IMPLANTOLOGIA



ODONTOLOGIA



ODONTOPIEDIATRIA



ORTODONCIA



ESTÈTICA DENTAL

CENTRE RECONEGUT A NIVELL INTERNACIONAL

C/ LLUIS COMPANYS 1 · LLEIDA

WWW.CLINICACHELA.COM

973 28 99 99