

A campanha "Meu destino é Bahia" supera 11 milhões de impressões nas redes sociais

Notícias

Postado em: 07/07/2020 17:07

A ação faz parte de uma campanha macro, idealizada pela empresa BBG: "Meu Destino é Brasil".

"Tenha fé, seu destino é a Bahia quando tudo isso passar". Foi com essa mensagem de fé e esperança que o setor turístico da Bahia tomou conta das redes sociais neste sábado e domingo (04 e 05) para mostrar o potencial do turismo religioso do Estado.

Em sua quarta edição, os números da ação, que começou no dia 14 de junho, mostram o empenho e o comprometimento dos presidentes das câmaras técnicas das 13 zonas turísticas, dos gestores municipais e das entidades de classe do setor: mais de 11 milhões de impressões, cerca de 9 milhões de pessoas alcançadas e aproximadamente 10 mil postagens.

A ação faz parte de uma campanha macro, idealizada pela empresa BBG: "Meu Destino é Brasil", que a Secretaria do Turismo do Estado (Setur) aderiu visando a deixar "vivo" na mente das pessoas todo o potencial do setor para quando passar a pandemia. "Estamos entre os roteiros de viagem de muita gente, pois afinal, quem não é visto não é lembrado", ressalta o diretor da Setur, Jorge Ávila.

A ação, que conta com peças criativas, disponíveis em uma plataforma on-line, onde estados e municípios baixam e direcionam a campanha da melhor forma, aqui na Bahia começou com os destinos turísticos, depois mostrou a gastronomia, em seguida foi a vez do São João e, por último, a religiosidade do Estado.