

## El 'blog' de 'Un año sabático en la tierra con nombre de vino' ha recibido más de 11.000 visitas

### EL CORREO

**LOGROÑO.** La campaña turística a través de internet 'Un año sabático en la tierra con nombre de vino' ha convertido al Gobierno de La Rioja en uno de los más innovadores en el uso de las redes sociales para la promoción turística, según destacó ayer la directora general de Turismo, Mónica Figuerola, al hacer balance de la iniciativa.

De acuerdo con los datos facilitados ayer, el blog de la concursante ganadora, Nerea Ariztoy, ha registrado cerca de 11.000 visitas y ha supuesto que se hayan visionado unas 22.000 páginas. La campaña ha tenido 1.990 seguidores en 'facebook', con 9.857 comentarios y 632.565 consultas de las publicaciones. Asimismo, en 'Twitter' ha logrado 1.120 seguidores y 73 listas de usuarios.

Figuerola subrayó el hecho de que el Gobierno de La Rioja apostó en su día por una fórmula de marketing innovador, que utiliza nuevas herramientas de promoción, como las redes sociales, para llegar al mayor número posible de personas. La iniciativa reportó premios como el PYT y una calificación excelente en Exceltur.