

## Petrer lanza una campaña en Internet para potenciar sus fiestas de Moros y Cristianos

02/05/2017



Morcillo, Navarro, Lacasa, Escolano y Francisco Cerdá Brotons | Jesús Cruces.

El Ayuntamiento de Petrer ha diseñado este año una campaña con la que buscan potenciar las fiestas de Moros y Cristianos. Hoy se ha presentado oficialmente un spot promocional en el vestíbulo del Teatro Cervantes y se ha hecho pública una página web, [Turismo Petrer](#), para las propias fiestas.

Para la edil de Fiestas, Irene Navarro, "**es un orgullo poder presentar la primera campaña** de estas características que realiza el Ayuntamiento de Petrer con el fin de **contagiar del ambiente festero** al máximo número de personas posible". Esta campaña, según ha destacado Navarro, "comenzó en el mes de enero con un

pasacalles en Madrid enmarcado en la feria Fitur".

El alcalde de Petrer, Alfonso Lacasa, ha dicho que "**hay que cuidar estas fiestas que también son patrimonio cultural e histórico de la localidad**, debemos colaborar con la Unión de Festejos que tanto se esfuerza por hacer grandes estas fiestas".

<https://www.youtube.com/watch?v=v3i6tcGbA1k&feature=youtu>

El presidente de la Unión de Festejos, Vicente Escolano Mateo, ha dado la gracias al Ayuntamiento "por **apostar por estas fiestas, gracias por involucraros tanto en**

**las fiestas que acogen mucho a la gente**". Además ha querido invitar a "toda la gente de la comarca a acudir a las fiestas, todo el mundo será bien acogido".

Por su parte, el edil de Turismo, David Morcillo, ha indicado que este año se ha enfocado la promoción de las fiestas de los Moros y Cristianos en dos ejes, por un lado desde la Tourist Info, donde se entregarán regalos y,

por otro también **se potenciará en Internet**, con un vídeo que ha realizado el petrerense Candi Navarro en el que **se recoge "a la perfección el sentimiento festero"** y una página web dedicada a las fiestas. Según ha apuntado el concejal, hasta la fecha más de 200 personas se han interesado por el [pack festero](#), "nuestro objetivo este año es que 100 personas adquieran el pack".