**Las Islas Canarias centran el mapa científico mundial de una audiencia de 350 millones tras acoger a Stephen Hawking en el festival Starmus**

* **La cobertura mediática del mayor festival científico del mundo, patrocinado por Promotur Turismo de Canarias, ha generado un retorno publicitario equivalente a 23 millones de euros, siendo España, Reino Unido, Italia, Francia y Alemania los principales mercados que se han hecho eco de las virtudes del archipiélago para el turismo astronómico y como escenario de congresos internacionales**

El privilegiado clima de las Islas Canarias y la facilidad para la observación del universo gracias a la protección de los cielos y al control de la contaminación lumínica en el archipiélago son algunos de los mensajes que han calado entre una **audiencia de más de 350 millones de usuarios únicos** en el marco de uno de los principales encuentros científicos del mundo, el festival Starmus, celebrado entre el 27 de junio y el 2 de julio y que ha **patrocinado Promotur Turismo de Canarias.**

La presencia del reconocido físico teórico **Stephen Hawking** en el evento, en el que una decena de premios Nobel, siete astronautas y las más prestigiosas figuras universales de distintas disciplinas científicas se han reunido en Tenerife y La Palma para rendir tributo al científico británico bajo las estrellas del archipiélago, ha generado un **retorno publicitario de 23 millones de euros** y contribuye a posicionar las Islas en el mapa del mundo como destino idóneo para el “astroturismo”, uno de los pilares de la categoría Sol y Playa Plus del Plan de Marketing de Promotur Turismo de Canarias.

Además de la península, **Reino Unido, Italia, Francia y Alemania han sido los principales mercados internacionales que se han hecho eco del potencial de las Islas para acoger eventos de la talla de Starmus,** que durante una semana ha aunado ciencia y música con la presencia de **leyendas musicales como Brian May.** Como dato, los medios británicos han difundido el escenario del festival con medio centenar de impactos que ha alcanzado a una audiencia de más de 115 millones de usuarios únicos, reportando un valor publicitario equivalente de más de 8 millones de euros.

En España, los medios de comunicación han mencionado las Islas a través de más de 600 impactos relacionados con el festival, 89 de ellos en prensa escrita, lo que refuerza las virtudes de las islas como destino de congresos. Esta repercusión ha generado en el mercado español un valor publicitario equivalente de cerca de 12 millones de euros y un alcance a una audiencia de 15 millones de lectores de medios impresos.

Esta repercusión mediática pone en valor las tres áreas del archipiélago catalogadas como “**Reserva Starlight”,** ubicadas en La Palma, Tenerife y Fuerteventura, gracias a las que la marca Islas Canarias se consolida como destino único con el valor añadido de la conexión entre las estrellas y el universo con la Tierra a través de sus numerosos miradores y los observatorios internacionales, como el Observatorio del Teide, en Tenerife, y el Observatorio Roque de los Muchachos, en La Palma.

Este eco generado como escenario del festival para la acogida de Stephen Hawking acerca a las Islas Canarias al epicentro del mapa científico mundial y traslada el mensaje del control lumínico de los cielos canarios para la observación de la galaxia. En esta línea, las tres áreas Starlight del archipiélago están integradas en el **itinerario EU Sky Route,** con el fin de asegurar la protección de estos destinos en cinco países europeos.