**Oro y Bronce para Turismo de Canarias a la eficacia de las iniciativas *#StopBlueMonday* y *La sonrisa del sol***

Promotur Turismo de Canarias ha vuelto a ser distinguida por sus producciones. En esta ocasión, los premios han recaído en [***#StopBlueMonday***](http://www.stopbluemonday.com/) y [***La sonrisa del sol***](http://www.elmejorclimadelmundo.com/sonrisa-sol) **con un galardón de Oro y otro de Bronce,** respectivamente, en los **Premios a la Eficacia en Comunicación Comercial** que convoca la Asociación Española de Anunciantes y en los que Islas Canarias ha competido con cerca de un centenar de campañas de marcas de todos los sectores económicos. Dos nuevos premios que se suman a los numerosos reconocimientos publicitarios que, desde 2015, han recaído en la marca Islas Canarias y en sus diversas campañas y acciones de comunicación, convirtiéndola en la marca turística española más premiada con más de 30 galardones nacionales e internacionales.

#StopBlueMonday, realizada por DEC BBDO, contó con **Cliff Arnall,** psicólogo británico creador del concepto Blue Monday (el día más triste del año), como protagonista y que invitaba a unirse al movimiento liderado por Islas Canarias que dice adiós al día más triste del año y desmontar el mito de que el tercer lunes de enero es el día más gris y deprimente. Con esta acción promocional, Turismo de Canarias lanzó un mensaje positivo y revitalizante desde las Islas para demostrar que la fórmula del Blue Monday es errónea.

Por su parte “La sonrisa del sol”, realizada por la agencia PHD Media Spain, es un documental de casi 25 minutos de duración que recoge las vivencias de once inuit procedentes de Kulusuk, una pequeña aldea al este de Groenlandia, en su viaje a las Islas Canarias en mayo de 2015.

Ambas iniciativas están enmarcadas en la plataforma de comunicación ***“***[***El mejor clima del mundo***](http://www.elmejorclimadelmundo.com/)***”****,* cuyo objetivo es promover las singularidades del clima canario y sus beneficios como el principal atractivo turístico.

**Palmarés**

Además de estos últimos reconocimientos a la labor promocional de Turismo de Canarias, la campaña #StopBlueMonday ha sido merecedora de otros premios como el Oro al mejor anuncio en la **IX Edición del Festival Internacional de Cine Turístico de Oporto Art&Tur,** y otro al mejor spot de todas las categorías del mismo festival. También resultó finalista en el Festival Iberoamericano de la Publicidad FIAP 2016, celebrado en México D.F. el pasado mes de mayo.

Por su parte, el documental de Guillermo Cascante, La sonrisa del sol, acumula un palmarés de siete premios en lo que va de año, incluyendo este último reconocimiento. La producción rodada en las Islas Canarias ha sido galardonada por partida doble en el **Smile Festival**, así como distinguida con Plata en los **Internationalist Awards for Innovation in Media de Nueva York,** con otra Plata otorgada por la **Asociación de Medios Publicitarios de España (AMPE),** con el Tercer Premio al Mejor Documental del **Finisterra Arrábida Film Festival de Arte y Turismo de Sesimbra (Portugal)** y con el Sol de Bronce en el **Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria El Sol de Bilbao.**

Al acto de entrega de estos prestigiosos premios a la eficacia publicitaria, que se ha celebrado este jueves 27 de octubre en Madrid ante más de 1.500 profesionales de la industria publicitaria, han acudido la consejera de Turismo, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias, María Teresa Lorenzo, y la directora gerente de Promotur Turismo de Canarias, María Méndez. El jurado estuvo formado por más de 170 profesionales que han participado también en anteriores ediciones.