**Turismo de Canarias intensifica la campaña de concienciación frente a la Covid y amplía el *target* hasta adultos de 45 años**

* **Yaiza Castilla apela a la responsabilidad de la población “para seguir demostrando que somos un destino seguro”.**

La acción de comunicación puesta en marcha por Turismo de Canarias para concienciar a la población local de la importancia de su colaboración de cara a evitar nuevos contagios, entra estas semanas en su tercera fase. Tras la difusión del mensaje “Qué bien se está sin turistas… ¿seguro?”, que se ha llevado a cabo durante estos meses y que ha alcanzado a más de 470.000 usuarios de redes sociales con edades entre 18 y 25 años, la campaña se intensifica ahora con una nueva oleada dirigida a adultos de hasta 45 años.

Tal y como afirma la consejera de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, Yaiza Castilla, “estamos en unas fechas muy complicadas, de encuentros con la familia y amigos que hacen prever un relajamiento de las medidas de seguridad, como ya está ocurriendo, por lo que pedimos un esfuerzo más para ser responsables estos días. Es vital”, añadió, “contener el índice de contagios por debajo de lo que nos exigen nuestros mercados emisores, pues nos jugamos, sobre todo la salud, pero también seguir demostrando que somos un destino seguro”.

Castilla mostró así su preocupación por la decisión de países de origen de turismo hacia las Islas de colocarnos en sus listas de advertencias a los viajes e imponer cuarentenas al regreso, como ya ha hecho Reino Unido. Una decisión, según dijo, que por nuestras cifras de incidencia, por encima de los 60 casos por 100.000 habitantes a 7 días, pueden secundar en los próximos días otros países si no se contiene la incidencia de la pandemia en Canarias.

Al respecto, desde la empresa pública Turismo de Canarias se ha ampliado el público objetivo hacia el que hasta ahora se ha dirigido la acción, de manera que si bien en la primera y segunda fase se insistió en las audiencias juveniles, en esta tercera oleada de la campaña que se prolongará hasta el 31 de diciembre, el mensaje llegará a los adultos de hasta 45 años, con un video que gira en torno a la importancia de mantener las buenas cifras de incidencia de la COVID-19.

Además de la segmentación por esa edad en las redes sociales, también se ha incluido su inserción en soportes afines a los gustos de este público, como pueden ser medios digitales de lifestyle y de ocio.

Las previsiones de alcance de esta campaña son llegar a ocho millones de impresiones con una inversión de casi 80.000 euros.

\* Esta acción está cofinanciada en un 85% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Para descargar el video.

<https://wetransfer.com/downloads/0703bd442a7c9f40fee637837caceed520201216122949/8263309528a1f49835214ca2939945f220201216123014/096ff5>

Saludos cordiales,