**Turismo de Canarias lanza una acción promocional coincidiendo con el día de la Lotería de Navidad**

**Justo en el momento en el que millones de españoles están consultando sus premios en medios digitales, la marca Islas Canarias impactará recordando que aquí, el buen clima es una apuesta segura**

Dentro de su estrategia de marketing de contexto donde aprovecha fechas clave para tener mayor notoriedad, la marca Islas Canarias tiene previsto conseguir más de 14 millones de impactos en medios nacionales durante los días 22 y 23 de diciembre, justo cuando los españoles consultan en la prensa digital si han resultado premiados en la Lotería de Navidad.

La finalidad de esta acción llevada a cabo por la Consejería de Turismo, Industria y Comercio, de la mano de Promotur Turismo de Canarias, es recordar al mercado nacional que venir a las Islas en estas fechas es una apuesta segura para pasar las vacaciones de invierno.

La campaña, que se difundirá en medios asociados al grupo Vocento con cabeceras en toda España, juega con el concepto de que si no te ha tocado la lotería, siempre te quedarán las Islas Canarias como destino para disfrutar de sol y playa, también en estos meses más fríos.

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