**Turismo de Canarias lanza una campaña promocional para estimular la reapertura del mercado europeo**

* **Coincidiendo con el levantamiento del veto del Reino Unido y de Alemania, se ha lanzado una acción bajo el concepto “La bienvenida más cálida de todas”.**
* **Yaiza Castilla destaca la necesidad de acompañar la programación de las compañías aéreas con una acción de marketing que impulse el deseo de volver a Canarias.**

La Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias ha lanzado una campaña de marketing coincidiendo con la retirada de las limitaciones para viajar a Canarias desde los principales países emisores, como Reino Unido y Alemania, en la que se pone el foco creativo en dar “la bienvenida más cálida de todas” a un refugio europeo, paraíso natural para relajarse de verdad y donde todo está preparado.

La consejera Yaiza Castilla ha afirmado que “en estos momentos tan críticos y donde aún la demanda esta muy débil, es importante estimularla para venir en invierno a las Islas. No podemos olvidar que Reino Unido y Alemania suponen el 55% del peso de los viajeros que llegan a Canarias, y que nosotros somos un destino líder en esta temporada. Por eso debemos trasladar el mensaje de que nos hemos reactivado con las garantías de seguridad y minimización de riesgos sanitarios”.

La campaña, bajo el claim “La bienvenida más cálida de todas”, toma como eje creativo la idea del reencuentro que, jugando con las dos acepciones de la palabra calidez, permite enfatizar valores del destino como la hospitalidad y el buen clima.

A partir de aquí los mensajes se centran en destacar las ventajas del destino que ahora mismo suponen un diferencial, entre los que destacan las garantías sanitarias y jurídicas que conlleva la aplicación de la normativa europea, además de contar con unas infraestructuras sanitarias y alojativas propias de un destino consolidado, preparadas para responder ante cualquier complicación y, además, refugio de las bajas temperaturas del duro invierno europeo, posicionándonos como el único lugar al que escapar para disfrutar de buen clima durante estos meses de manera segura.

La responsable autonómica de Turismo explica al respecto que “ahora que gracias al esfuerzo de todos los canarios hemos conseguido doblegar el índice de contagios, que los empresarios han resistido y están preparados para su reapertura y que por fin, algunos gobiernos europeos han levantado el veto, tenemos que reforzar nuestro vínculo con los turistas. Si las compañías aéreas han retomado la programación con el Archipiélago, nosotros queremos reconquistar a nuestros turistas desde la emoción, apelando a nuestra relación histórica, a la confianza que ofrecemos por ser un destino con mucha experiencia, con una naturaleza que invita a desconectar y con un clima benigno, también en invierno”.

La pieza principal es un video que desde este fin de semana ha estado impactando a audiencias segmentadas tanto por su motivación, entre aquellos a los que les interesan viajes de sol y playa como por geolocalización, en este caso, aquellos usuarios que viven en ciudades con conexión aérea directa con Canarias.

La campaña, con un enfoque 100% digital, se basa en una estrategia dinámica de activación, con incorporación de mercados y modulación de la inversión en función de las circunstancias de cada momento, muy ligadas a la evolución de la pandemia.

En una primera fase se ha lanzado en Alemania, Reino Unido, Suecia, Dinamarca, Italia, Francia y Austria, si bien se prevé una posible ampliación a otros mercados como Noruega, Finlandia, Irlanda, Bélgica, Países Bajos y Suiza, todos ellos importantes emisores para la temporada de invierno hacia Canarias.

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