**Promotur lanza una campaña por el Día de Canarias que prevé impactar a más de 3,5 millones de europeos**

* **La acción se desarrollará en redes sociales el 30 de mayo y está dirigida a 13 mercados, incluyendo China**
* **Se ha creado un vídeo y diferentes piezas gráficas con mensajes que aluden a la canariedad y que encajan con los atributos principales de las Islas como el buen clima, las playas, el mar, la gastronomía o la amabilidad de su gente**

Coincidiendo con el Día de Canarias y dentro de su estrategia de *dayketing* para promocionar las Islas, Promotur Turismo de Canarias, dependiente de la Consejería de Turismo, Cultura y Deportes de Gobierno de Canarias, activará una campaña el 30 de mayo para llegar a potenciales viajeros en Facebook e Instagram, principalmente. El objetivo es atraer a sus seguidores en redes sociales para que vengan a disfrutar de sus vacaciones en las Islas, con una acción que se prevé que impacte a más de 3,5 millones de europeos en un solo día.

De esta forma, la marca Islas Canarias aprovecha una fecha clave inspirando a potenciales viajeros para que elijan el Archipiélago como destino vacacional. Para ello se ha creado un vídeo y diferentes piezas gráficas a modo de decálogo, con mensajes que aluden a la canariedad y que, además, encajan con los atributos principales de las Islas, como son el buen clima, las playas, el mar, la gastronomía típica e incluso la amabilidad de su gente. En este decálogo se lanzan ideas como que estar a 18 grados a un canario ya le parece que hace frío; o que le es imposible escoger una sola playa; las papas arrugadas, con mojo mejor; y “mi amor” es todo el mundo, haciendo un guiño a aspectos propios de la singularidad del canario.

La acción se desarrollará en el mercado nacional, además de Reino Unido, Irlanda, Francia, Italia, Alemania, Holanda, Bélgica, Noruega, Suecia, Rusia, Polonia y China. En esta ocasión, se han incorporado estos tres últimos ya que cuentan con perfiles propios de redes sociales en sus respectivos idiomas.

Está cofinanciada en un 85% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, y se dirige a los usuarios de redes sociales que buscan inspiración vacacional en entornos de playa y cuya motivación es encontrar relax y buen clima y que pueden viajar solos, en pareja o en grupo.

<ftp://gabinete:faiNguo7@212.64.170.80/dia_canarias2019>