**La marca Islas Canarias, premio Platinum en The Travel Marketing Awards**

**En la historia de estos galardones, que cumplen su décima edición, solo se habían entregado anteriormente cinco Platinum**

La estrategia de marca desarrollada por la Consejería de Turismo, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias, a través de Promotur Turismo de Canarias, ha vuelto a demostrar su fortaleza en la entrega de premios de The Travel Marketing Awards (TTMA) celebrada anoche en Londres. Islas Canarias recibió cuatro galardones: un platinum, dos platas y un bronce.

Los TTMA están considerados como los más prestigiosos dentro del marketing turístico y reconocen las campañas más originales, creativas, innovadoras y con mayor retorno. En esta décima edición, Turismo de Canarias ha conseguido llevarse el máximo galardón, un Platinum, algo que solo ha ocurrido en cinco ocasiones anteriores a lo largo de la historia de estos premios.

Los reconocimientos fueron un **Platinum**, el premio absoluto, para la acción **“**[After-Rain Ads](https://www.youtube.com/watch?v=PePEGn38714)**”** como “**Mejor publicidad exterior**”; dos **Plata** a la estrategia de segmentación de la marca Islas Canarias en las categorías “**Marketing más innovador**” y “**Mejor campaña de marketing digital del año**”; y un **bronce** por la plataforma “[The Other Map](http://www.canaryislandsothermap.com)” dentro de la categoría “**Mejor uso de marketing de contenidos**”. Los premios fueron recogidos por la directora gerente de Promotur Turismo de Canarias, María Méndez, acompañada por representantes de la agencia encargada de ejecutar esta estrategia, DEC BBDO.

Para la gerente de Turismo de Canarias, “una vez más, la labor desarrollada por el equipo de profesionales de Promotur ha recibido un reconocimiento por parte de la industria turística global que una vez al año entrega estos prestigiosos premios. En esta ocasión, se ha valorado no solo la calidad de las piezas, contenidos y acciones, sino que también se ha reconocido la solidez y la innovación en la estrategia construida y desarrollada durante los últimos años. Además, creemos que toda esta labor de marketing también ha aportado valor contribuyendo a la consecución de cifras históricas en la llegada de turistas a Canarias el pasado año”.

Los premios recibidos en Londres son fruto de una intensa labor con acciones que responden a una línea estratégica donde los medios digitales y la microsegmentación motivacional la han llevado a superar a todos sus competidores. En lugar de una sola campaña al año, en 2017 se han desarrollado 250 acciones y compartido contenidos de comunicación en 15 idiomas para 19 países distintos. Gracias a la utilización de los datos de los diferentes públicos, se han podido conocer realmente los gustos de quienes visitan las islas e incluso de los que nunca han venido, adaptando la comunicación de los diferentes productos según criterios motivacionales. El medio online ha permitido mejorar la conexión de los siete destinos con la audiencia aunque, a su vez, ha exigido innovación y creatividad para llegar a ella y destacar de entre otros mercados.

En esta edición los competidores de Islas Canarias eran marcas muy fuertes de la industria turística, siendo también premiadas, entre otras empresas, TUI UK, Virgin Atlantic, Heathrow Airport, Las Vegas CVB, Visit Flanders, Turismo de Andalucía, Princess Cruises y Jordan Tourist Board.

Las campañas galardonadas han sido cofinanciadas en un 85% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

**Para descargar foto y vídeo**

ftp://gabinete:faiNguo7@212.64.170.80/PremiosTTMA2018