**Los ganadores del concurso “Saborea la vida, saborea las Islas Canarias” disfrutan de su premio en Canarias**

**La acción promocional conjunta de Islas Canarias con Asprocan consistía en una visita a las Islas, incluyendo una excursión a una explotación de plátanos**

El concurso convocado por Turismo de Canarias, entidad dependiente de la Consejería de Turismo, Cultura y Deportes, junto con la Asociación de Organizaciones de Productores de Plátanos de Canarias (ASPROCAN), tenía como objetivo posicionar los siete destinos insulares entre el mercado peninsular, apoyándose en un producto reconocible y único como es el plátano y de paso, incentivar su consumo.

Más de 7.000 puntos de venta en la Península se incorporaron a esta acción en la que se vendieron más de seis millones de envases que incluían la información del concurso. Para participar, aquellas personas que compraban plátanos durante las fechas de la promoción, simplemente tenían que completar un formulario de registro en la web diseñada para ello y adjuntar su tique de compra.

Bajo el título de “Saborea la vida, saborea las Islas Canarias”, la marca turística quiso unir los atributos propios de las Islas como la revitalización en un lugar único, a la energía y vitalidad del producto gastronómico que mejor identifica a Canarias. Una de las familias ganadoras ha podido disfrutar de una visita a la isla que ha elegido, en este caso Gran Canaria, en un viaje de una semana para dos personas adultas y dos menores, incluyendo billetes de avión, alojamiento en un hotel de cuatro estrellas con media pensión, traslados y una visita a una explotación agrícola para conocer cómo se cultiva el plátano en las Islas, la fruta embajadora de las Islas.

Este tipo de campaña de cobranding se enmarca en la estrategia de la marca Islas Canarias para ampliar el impacto económico de la principal industria del archipiélago, el turismo, a otros sectores, en este caso el primario.