**Nuevo premio para Islas Canarias en el marco de la World Travel Market**

**La campaña “Not Winter Games” recibe una plata en la categoría de Mejor Campaña de un Destino Regional**

La promoción de Islas Canarias ha vuelto a ser reconocida por los International Travel & Tourism Awards (ITTA), unos galardones que se entregaron anoche en Londres y que están impulsados por la World Travel Market (WTM) con el apoyo de la Organización Mundial del Turismo. El jurado está compuesto por miembros de esta organización y directivos de medios de comunicación del sector turístico, que premian las mejores campañas de marketing de países, regiones y ciudades turísticas de todo el mundo.

La acción ganadora con una plata ha sido “Not Winter Games” como Mejor Campaña de un Destino Regional. Desarrollada durante la última edición de los Juegos Olímpicos de Invierno, el objetivo era aprovechar la repercusión de este evento deportivo con impacto mundial para promocionar Islas Canarias durante el invierno. La campaña, cofinanciada en un 85% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), consiguió en menos de dos semanas más de 100 millones de impactos en 12 países europeos y se apoyó tanto en medios digitales como en redes sociales, además de soportes exteriores donde destacaban pantallas gigantes seleccionadas por su alta visibilidad en Londres, concretamente en la icónica Picadilly Circus, en Berlín y en Oslo. Tan solo con estas pantallas se alcanzó una audiencia conjunta de 6,6 millones de personas.

La consejera de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, Yaiza Castilla, mostró desde Londres su satisfacción por los resultados de esta campaña, puesta en marcha por Promotur Turismo de Canarias, y añadió que “la estrategia de nuestra marca sigue cosechando éxitos y demuestra que está a la vanguardia del marketing y de la promoción turística por sus formatos innovadores y mensajes que logran captar la atención de los potenciales clientes de nuestro destino”.

En la gala de entrega de premios estuvo presente el director general de Infraestructura Turística del Gobierno de Canarias, Fernando Mirraño Mena, junto con el equipo de Turismo de Canarias que destacaron que con esta acción se consiguió que el atributo climático de la marca Islas Canarias, una de las ventajas competitivas del archipiélago, resultara más evidente y notoria en un momento donde los medios recogían información sobre las competiciones entre hielo y nieve. Tal y como añadió la gerente de Turismo de Canarias, María Méndez, “bajo el concepto de *#NotWinterGames*, se compartieron contenidos propios de los “juegos del no invierno”, con las actividades “deportivas” que se pueden practicar en las Islas incluso en esa época del año, como tomar el sol en la playa, tirarse por un trampolín, jugar a las palas, nadar, navegar, hacer concursos de castillos de arena… justamente cuando las conversaciones giraban en torno a los Juegos de Invierno, Canarias mostraba su contraste y sus posibilidades para el disfrute al aire libre”.

Esta plata se suma a los numerosos premios recibidos a lo largo de este año y en concreto, a los galardones de los ITTA de la pasada edición, donde recibió dos oros por la Mejor Campaña Digital y por la Mejor Campaña de RRPP, una mención especial por la Mejor Campaña de Destino Regional y un reconocimiento a su pabellón como Mejor Stand para hacer Negocios.

Not Winter Games:

<https://www.youtube.com/channel/UCsRHwZE7nAwrtqmMJqq_ZxA>