**Una acción promocional de Canarias, reconocida como una de las 100 mejores ideas del año por Actualidad Económica**

**Por segundo año consecutivo, esta publicación líder en el sector financiero, reconoce la innovación de la marca Islas Canarias en la categoría de Publicidad**

Actualidad Económica, la revista decana de la prensa económica española, ha seleccionado la acción promocional “[After-rain Ads](https://www.youtube.com/watch?v=PePEGn38714&t=11s)” de la marca Islas Canarias como una de las 100 mejores ideas empresariales del año. María Méndez, gerente de Promotur Turismo de Canarias, entidad dependiente de la Consejería de Turismo, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias, ha recogido el reconocimiento entregado ayer en Madrid en un acto donde se dieron cita el resto de marcas nacionales cuyas ideas fueron seleccionadas por la prestigiosa publicación dedicada a la economía y los negocios. Las ideas empresariales que han sido reconocidas este año son de sectores como la salud, la alimentación, el motor, la tecnología, la publicidad, los viajes y el ocio, la formación o las finanzas. Es el segundo año consecutivo que Islas Canarias recibe este galardón y en esta ocasión también fueron seleccionadas campañas de Burguer King, Barceló Hotels, CaixaBank o AXA en la categoría de Publicidad.

La campaña, cofinanciada en un 85% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, se basa en una pieza audiovisual rodada en Londres en un día lluvioso bajo el nombre “Hay diferentes maneras de mojarse”. El montaje contó con la participación de David Gilliver, un artista que realiza curiosas escenas callejeras con miniaturas y objetos cotidianos. Bajo el supuesto de que cuando llueve miramos más al suelo que a las vallas publicitarias, se decidió utilizar los charcos como el soporte para realizar una campaña que, en su versión en inglés **“There are different ways of getting wet”**, exponía diferentes situaciones que reflejan cómo te puedes estar mojando de una forma mucho más agradable que en un día lluvioso, si estuvieses en las islas y realizaras cualquier actividad en contacto con el agua. Escenas de surf, pesca, baños en el mar o avistamiento de cetáceos son algunas de las opciones que podrías estar disfrutando en alguno de los siete destinos, incluso en invierno. Las personas que paseaban por la calle ese día, se paraban a mirar con atención las figuras en los charcos y sus propias fotos compartidas en sus redes sociales ayudaron a que el video y la campaña se hiciese viral.“After-rain Ads” ya obtuvo un reconocimiento en los premios The Travel Marketing Awards, con un platinum, considerado como el premio absoluto. El nuevo galardón de Actualidad Económica se suma a los otros nueve que ha ya conseguido la estrategia de marketing de Islas Canarias a lo largo de este primer semestre de 2018.

Para ver la acción galardonada:

ftp://gabinete:faiNguo7@212.64.170.80/PremioActualidadEconomica