**Turismo de Canarias despide 2021 con un spot para promocionar La Palma en el mercado nacional**

* **La isla bonita se colará en millones de hogares españoles justo antes y después de las campanadas de Fin de Año.**
* **Yaiza Castilla destaca que su difusión en el bloque publicitario de mayor audiencia de todo el año permitirá recordar a los televidentes un destino maravilloso para seguir disfrutándolo ahora que la fase eruptiva del volcán ya ha terminado.**
* **El spot se centra en el agradecimiento de La Palma a las muestras de apoyo recibidas desde todo el territorio nacional**

Turismo de Islas Canarias despedirá el año 2021 con una acción promocional centrada en La Palma en donde transmite el agradecimiento de la Isla a las cientos de iniciativas que se han puesto en marcha desde el resto de España para ayudar a los palmeros a sobrellevar la erupción del volcán. Con esta campaña el departamento que dirige Yaiza Castilla comienza su estrategia promocional de la Isla en territorio nacional, tras darse por concluida la erupción de Cumbre Vieja.

Para ello se ha realizado un spot que será emitido antes y después de las campanadas que retransmite Mediaset y Atresmedia, un momento en el que millones de hogares están despidiendo el año y considerado el bloque publicitario más visto de la televisión. El objetivo es que sea La Palma quien agradezca, de manera general, todas las muestras de apoyo que se han ido sucediendo estos meses.

Asimismo, la pieza se emitirá en la Televisión Canaria ya que el agradecimiento se hace extensible al resto del pueblo canario que se ha volcado en la isla bonita tanto con el envío de efectivos de emergencia como con voluntarios que han colaborado en el reparto de las primeras donaciones procedentes de todo el Archipiélago, así como cientos de empresas y personas anónimas.

Tal y como afirma la consejera de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, Yaiza Castilla, “son innumerables las acciones que se han puesto en marcha para que La Palma no se sienta sola: donaciones económicas, de materiales, ayuda profesional procedente de diferentes colectivos, eventos, colectas…tanto por parte de instituciones como de organizaciones, así como de ciudadanos anónimos que han querido estar al lado de los afectados por el volcán de alguna manera”. En este sentido, la consejera añade que “queremos agradecer tanto cariño invitándoles a venir de nuevo a La Palma para recibir ese mismo calor por parte del palmero, famoso por ser un isleño muy afectuoso y con templanza”.

La elección de Mediaset y Atresmedia se debe a que en sus canales de Telecinco y Cuatro así como Antena 3 y La Sexta respectivamente, sumaron una audiencia de 8.775.000 espectadores y una cuota de emisión del 39,5% en las campanadas de 2020. Esta vez se espera un comportamiento similar puesto que las restricciones actuales debido al repunte de contagios por coronavirus, hará que muchos se queden en casa a disfrutar de la noche vieja y se tomen las uvas viendo la televisión.

Por su parte, la retransmisión de las campanadas en la Televisión Canaria consiguió el año pasado una audiencia del 51,4% siendo la cadena preferida por los telespectadores canarios llegando incluso a 497.000 espectadores de media en el minuto de oro de la noche.

\*Esta acción está cofinanciada en un 85% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).