

“Back to Canary Island, back to Spain”, campaña de publicidad de TURESPAÑA

- Diseñada para animar a los turistas a volver a Canarias en esta temporada de otoño-invierno
- La campaña se lanza hoy en los principales mercados europeos

Madrid, 11 de noviembre de 2020.- La Ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto y el Director General de Turespaña, Miguel Sanz, han presentado junto al Presidente del Gobierno de Canarias, Ángel Víctor Torres, la campaña de TURESPAÑA “*Back to the Canary Islands, back to Spain*”.

Una campaña de publicidad diseñada por Turespaña en un formato digital, que persigue posicionar a las Islas Canarias como un destino prioritario en los principales mercados emisores europeos, en esta temporada invernal.

La campaña se inicia hoy mismo en países europeos e incluye mercados que, como Suecia, no cuentan con ninguna restricción de viaje hacia España, y otros, como Reino Unido, en los que se prevé que en el corto plazo puedan activar los flujos turísticos con las Islas.

La campaña utilizará el claim “BACK TO THE CANARY ISLANDS, BACK TO SPAIN” y reflejará las motivaciones experienciales prioritarias para los turistas internacionales que visitan las islas, como son el sol y playa o el turismo activo y de naturaleza, entre otros.

Conscientes del entorno cambiante en lo que a la movilidad entre países se refiere, se ha diseñado una campaña 100% digital que permite actuar con mucha flexibilidad y gran capacidad de adaptación a esta situación tan volátil, en cualquier momento y respecto a cualquier mercado emisor en tiempo real.

Los formatos digitales permiten también seleccionar con mayor precisión donde dirigir los impactos publicitarios, lo que deriva también en una campaña más eficiente en cuanto al uso de recursos y más eficaz en cuanto sus resultados.

Esta estrategia digital descansará en el “big data” para la segmentación de audiencias y en el “branded content” para mejorar los mensajes de seguridad de los viaje a las Islas.

Esta campaña supone, en definitiva, un reforzamiento de la comunicación, al estar completamente alineada con la campaña recientemente lanzada por PROMOTUR (ente canario de promoción turística), y se refuerza con las numerosas acciones de marketing que viene desarrollando Turespaña a través de la red de Consejerías de Turismo en el exterior, con el objetivo de incrementar el posicionamiento en la temporada de invierno de un destino seguro como es Canarias.
