



## **Turismo le recuerda a los españoles que si no les toca la lotería 'su apuesta segura es Canarias'**

El Departamento que dirige Yaiza Castilla ha previsto más de 14 millones de impactos los días 22 y 23 de diciembre en una acción promocional diseñada coincidiendo con la Lotería de Navidad

La finalidad de esta acción es recordar al mercado nacional que venir a las Islas en estas fechas es una apuesta segura para pasar las vacaciones de invierno

**La Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias lanza estos días una acción promocional para recordarle a los españoles que, aunque no les toque la lotería, 'su apuesta segura es Canarias'**

Justo en el momento en el que millones de españoles están consultando sus premios en medios digitales, la marca Islas Canarias impactará en medios digitales recordando que aquí, el buen clima es una apuesta segura

Dentro de su estrategia de marketing de contexto donde aprovecha fechas clave para tener mayor notoriedad, la marca Islas Canarias tiene previsto conseguir más de 14 millones de impactos en medios nacionales durante los días 22 y 23 de diciembre, justo cuando los españoles consultan en la prensa digital si han resultado premiados en la Lotería de Navidad.

La finalidad de esta acción llevada a cabo de la mano de Promotur Turismo de Canarias, es recordar al mercado nacional que venir a las Islas en estas fechas es una apuesta segura para pasar las vacaciones de invierno.

La campaña se difundirá en medios asociados al grupo Vocento, con cabeceras en toda España, y juega con el concepto de que si no te ha tocado la lotería, siempre te quedarán las Islas Canarias como destino para disfrutar de sol y playa, también en estos meses más fríos. Un premio para toda la familia.