



Turismo promociona Canarias en EEUU con un programa televisivo que verán 260 millones de norteamericanos

“Apostamos por la diversificación de mercados y el turista estadounidense es uno de los más interesantes por su perfil adquisitivo medio-alto”, asegura Yaiza Castilla, que recuerda que a partir del verano se contará con un vuelo directo entre Nueva York y Tenerife Sur

El programa ‘Hidden Canary Islands’ se emitirá durante varios años en la televisión pública PBS y se distribuirá también en Europa, Latinoamérica, África, Asia y Oriente Medio, donde se prevé que tenga una audiencia de 150 millones de personas

Turismo de Canarias promocionará las islas en Estados Unidos a través de un programa televisivo con una audiencia millonaria que desarrolla con el periodista ganador de un Emmy, Peter Greenberg. ‘Hidden Canary Islands’ será visto por alrededor de 260 millones de norteamericanos, a los que se sumarán 150 millones de personas más ya que esta creación audiovisual se distribuirá en Europa, Latinoamérica, África, Asia y Oriente Medio.

“Apostamos por la diversificación de mercados y el turista estadounidense es uno de los más interesantes para nuestro destino por su perfil adquisitivo medio-alto”, explica la consejera de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, Yaiza Castilla, que además recuerda que a partir del verano habrá un vuelo directo con tres frecuencias semanales entre **Nueva York y Tenerife Sur**, “por lo que la conectividad está asegurada”.

‘Hidden Canary Islands’, conducido por Peter Greenberg, editor de Viajes de CBS News, se estrenará en prime time en la televisión pública PBS en los Estados Unidos, incluyendo grandes mercados como **Nueva York, Los Ángeles y Chicago**. Asimismo, el contenido se divulgará en numerosas plataformas, como Amazon Prime, AppleTV+. También será distribuido en Europa, América Latina, África y Oriente Medio, donde se espera alcanzar una audiencia de 150 millones de personas.

El programa, que fue grabado la semana pasada en Canarias, tendrá una hora de duración, durante la cual se mostrarán experiencias singulares en cada una de las ocho islas. El tratamiento pondrá el enfoque en los **valores culturales e identitarios** del destino con el objetivo de mostrar una imagen completa y diferenciada del archipiélago de gran atractivo para el mercado americano.

Turismo de Canarias impulsó la realización de este documento audiovisual en colaboración con **las entidades de promoción de cada isla**, que participaron activamente en la selección de localizaciones y experiencias, además de facilitar la logística para el rodaje.

Además del programa íntegro, se realizarán contenidos más cortos para publicar en las **redes sociales** de la productora durante las semanas previas a la emisión en TV en prime time. Asimismo, durante su estancia en las islas, se promocionará el destino Islas Canarias en el programa de radio de Peter Greenberg ‘CBS Eye on Travel’.

La audiencia a la que Greenberg se dirige en Estados Unidos responde a un **perfil de alto poder adquisitivo**, con inquietudes culturales y que viaja con frecuencia, tanto a nivel nacional como internacional. Un gran porcentaje de los consumidores de contenido de la productora cuentan con titulación universitaria y ganan más de 100.000 dólares al año.

Sobre Peter Greenberg

La productora americana que ha grabado el programa es Peter Greenberg Worldwide (PGW). Peter Greenberg es



un reputado periodista de la cadena CBS News que ha ganado numerosos premios, entre ellos **varios Emmy**. En la actualidad, es uno de los periodistas de noticias de viajes más reconocidos en Estados Unidos. Su página web, PeterGreenberg.com, es la referencia para noticias sobre el sector del viaje, consejos y recomendaciones de lugares a los que viajar.

Con más de 15 millones de impactos mensuales y una newsletter con 50.000 suscriptores semanales, Greenberg es un **prescriptor esencial** en el mercado norteamericano. En las semanas anteriores al lanzamiento del programa, el periodista moverá contenido en sus redes, con post y vídeos del destino.

El periodista ejerce además como ponente principal en las cumbres anuales del **Consejo Mundial de Viajes y Turismo** y la Asociación Global de Viajes de Negocios, así como uno de los moderadores principales del Foro Económico Mundial y del Foro Económico Mundial del Turismo.

De hecho, la prestigiosa publicación especializada Travel Weekly lo nombró **una de las personas más influyentes** en la industria de viajes, junto con Bill Marriott y Richard Branson. En 2012, fue incluido en el Salón de Líderes de la Asociación de Viajes de Estados Unidos.