

NOV.08.014

Canarias se promociona en el Emirate Stadium de Londres ante una audiencia del 500 millones de personas

20:25 - 8/11/2008

La consejera de Turismo del Gobierno de Canarias, Rita Martín, asistió hoy al partido de fútbol de la Premier League inglesa disputado entre el Arsenal y el Manchester United con motivo del inicio de la campaña turística 'Los Tres Estadios de la Felicidad' en Reino Unido, con un alcance previsto de 500 millones de personas, según un comunicado de la consejería.

SANTA CRUZ DE TENERIFE, 8 (EUROPA PRESS)

Junto a Martín se dieron cita multitud de representantes empresariales de tour operadores y líneas aéreas. Entre otros, el presidente de la Asociación Internacional de Tour Operadores (AITO), Derek Moore, el presidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, y el vicepresidente de Lastminute.com, Mr. Kenny. Todos destacaron la magnífica promoción que para las Islas Canarias supone esta campaña

Cerca de 65.000 espectadores pudieron ver en directo, en el propio campo y a través de diversas acciones promocionales, la nueva identidad gráfica de las Islas Canarias, así como los 2.500.000 de espectadores que vieron el partido en Reino Unido a través de la televisión y los 202 países que retransmitieron el partido, lo que implica una audiencia aproximada de 500 millones de potenciales turistas.

Canarias, como patrocinador del encuentro, ha tenido presencia en el terreno de juego a través de diferentes acciones publicitarias: publicidad en la televisión del campo, vallas a pie de césped, apariciones en el video marcador

Además, se han distribuido 65.000 folletos de las Islas Canarias a los asistentes que han sido depositados en asientos y en las puertas de acceso al estadio.

En esta campaña, el Emirates Stadium es el eje a través del cual se han desarrollado todas las actividades, como representante de uno de los 'Estadios de la Felicidad'. Se ubicó en el propio recinto futbolístico un zeppelin aerostático de gran tamaño con el logotipo de Canarias, que, además de llamar la atención de los londinenses, creó una imagen de marca de una forma novedosa y llamativa.

La siguiente acción promocional se producirá el próximo lunes 10 de noviembre, con el encuentro profesional 'Islas Canarias', donde, tras la presentación por parte de Rita Martín, consejera de Turismo del Gobierno de Canarias, del vídeo diseñado sobre las Islas Canarias con motivo de esta campaña, se amenizará la velada con la actuación de Benito Cabrera, reconocido timplista canario, y del grupo musical Los Salvapantallas.

A este encuentro asistirán alrededor de 700 invitados, entre los que se encuentran jugadores del Arsenal, empresarios de alto nivel, touroperadores, agentes de viajes y representantes de compañías aéreas, entre otros.

Una de las actividades más importantes de esta campaña es la exposición de 14 días de duración (17 de noviembre al 3 de diciembre de 2008), que tendrá lugar en el Emirates Stadium, con el fin de acercar las Islas Canarias al público.

Según Martín, "esta ambiciosa campaña servirá para dar a conocer en Inglaterra, nuestro principal mercado emisor, la nueva identidad gráfica de las Islas Canarias, así como para reforzar nuestra política promocional en estos momentos de incertidumbre económica".

Durante los 21 días en que se desarrollará la campaña "las Islas Canarias, que desembarcarán con fuerza en Londres, buscan lograr que se incentive la llegada de turistas británicos desde la capital británica, tan importante para el Archipiélago por el gran número de conexiones aéreas que existen entre ambas".

Además, se ubicarán 2.000 carteles en algunas de las principales líneas de metro con las paradas más transitadas como Northern, Victoria, Picadilly o Central, reforzando así el impacto visual de la campaña. (Al Emirates Stadium se accede a través de las siguientes paradas: Arsenal (Piccadilly Line), Finsbury Park (Victoria and Piccadilly Lines), Highbury & Islington (Victoria Line) y Holloway Road (Piccadilly Line).

La acción promocional muestra a Canarias como garantía de bienestar, basándose en la filosofía de los tres estadios de la felicidad, que se conecta directamente con los tres campos de fútbol que tantos momentos felices ofrecen a los aficionados.