Málaga capital activará un plan de promoción específico en el Reino Unido para el próximo año

El alcalde anunció que incluirá una veintena de acciones, tanto en origen como en destino, una vez que se materialice la salida de la UE

:: PILAR MARTÍNEZ

El alcalde de Málaga departe con los directivos de Monarch Airlines en el expositor de la ciudad en la WTM. :: SALVADOR SALAS

LONDRES. En una feria como la World Travel Market (WTM) que se caracteriza por marcar tendencias y apuntar como una de ellas al auge en este mercado de las escapadas urbanas, la ciudad de Málaga está de enhorabuena porque encaja su oferta como anillo al dedo a esta moda y porque los resultados que cosecha en este país nunca antes se habían registrado. Por ello, para consolidarlos sin riesgo alguno a la repercusión que pudiera tener la salida del Reino Unido de la Unión Europea, el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, anunció que el próximo año activarán en este mercado un plan de promoción específico para contrarrestar cualquier incidencia. Lo hizo durante la inauguración del expositor propio con el que está presente en la WTM la capital de la Costa del Sol. De la Torre, que se mostró muy satisfecho con los resultados alcanzados y con la previsión de cerrar 2016 con un 25% más de turistas británicos, afirmó que este proyecto para reforzar la marca Málaga contempla una veintena de acciones, tanto en destino como en origen. «Aquí, en esta feria, tenemos una oportunidad muy importante. Los datos hablan por sí solos de que los ingleses apuestan por la oferta malagueña. No hay más que ver que como siempre este evento está lleno de vida», dijo el alcalde de ciudad.

Tras presentar unas previsiones que apuntan que la capital de la Costa recibirá por primera 100.000 viajeros ingleses este año, se puso manos a la obra y mantuvo los primeros encuentros con operadores y aerolíneas.

La agenda comenzó con la firma de una alianza de colaboración con la compañía Monarch Airlines que permitirá que la oferta turística de la capital se promocione en aquellas zonas en las que se concentran un gran número de potenciales visitantes. Todo ello en un momento en que la aerolínea ha aumentado sus previsiones de venta de asientos para Málaga y tiene previsto comercializar casi 525.000 plazas durante la próxima temporada.

De la Torre y el director comercial de Monarch Airlines, Ian Chambers, sellaron un acuerdo de colaboración para cubrir nuevos canales de comercialización y alcanzar una mayor masa crítica, llegando a zonas geográficas de importante interés, como es el sur de Inglaterra, donde se concentra un gran número de estos potenciales clientes. «La alianza con Monarch Airlines es, en este sentido, muy interesante para Málaga, ya que se trata de una de las compañías más grandes del Reino Unido, con vuelos directos desde el sur de Inglaterra durante todo el año. De hecho, actualmente esta compañía tiene 49 vuelos directos semanales hacia Málaga desde las ciudades de Manchester, Birmingham, Gatwick, Luton y Leeds», precisó.

De la Torre selló ayer alianzas con la aerolínea Monarch y con el operador Kirker Holidays

Cabe destacar que Monarch Airlines tiene previsto operar 281.464 asientos durante invierno, lo que supone un incremento del 80%. En verano tiene programados 524.580 asientos, un 6,1% más. De estos asientos, el 90% los reservan clientes que buscan sol y playa, aunque con motivación cultural como complemento a su estancia en destino; el 10% restante tiene una motivación directa por los destinos urbanos y la oferta 'city-break'.

También ayer, De la Torre rubricó otro convenio con el operador Kirker Holidays, uno de los grandes grupos especializados en turismo cultural. El acuerdo contempla incrementar la presencia del destino en el catálogo 'City Breaks 2017' y la puesta en marcha de una campaña específica de marketing, entre otras acciones. «De esta forma, la oferta turística de la ciudad ha logrado entrar ya en los catálogos de los tres principales touroperadores especializados en el segmento de turismo cultural del Reino Unido», destacó el alcalde de Málaga.

Kirker Holidays es un touroperador especializado en fines de semana y celebraciones, que diseña viajes exclusivos para sus clientes, con un coste medio de 1.900 libras. Málaga actualmente se encuentra dentro de su catálogo 'Short Breaks' en España. En el catálogo de destinos españoles culturales 2017 van a incluir también el Gran Hotel Miramar, dado que sus clientes son de alto poder adquisitivo. Más de 40 citas profesionales espera llevar a cabo la expedición de la capital malagueña en el marco de una WTM que, por ahora, constata que mira a esta ciudad como un destino en alza.

MARBELLA SE PRESENTA COMO 'PUERTA DE ANDALUCÍA'

Marbella desembarcó ayer en la WTM con un nuevo lema –'Puerta de Andalucía'– con el que pretende presentar una oferta para todo el año y en el que destacan las posibilidades de ampliar el marco de las actividades que pueden desarrollar los visitantes alojados en hoteles de la ciudad, especialmente en los meses en los que las posibilidades de hacer turismo no descansan en el sol y playa. El alcalde, José Bernal, informó de una actualización del folleto con la oferta del Palacio de Ferias y de la nueva estrategia.

:: SALVADOR SALAS