Julio Andrade y Javier Hernández, ayer en el expositor de Málaga en la ITB. :: SALVADOR SALAS

La presidenta de la Junta y el ministro de Turismo, con el presidente de la Diputación y los alcaldes de Mijas, Torremolinos y Torrox. :: S. SALAS

José Carlos Escribano, Manuel Molina y Elías Bendodo. :: SALVADOR SALAS

Málaga presenta un nuevo paquete de fin de semana con museos y fútbol como gancho

PEDRO LUIS GÓMEZ
Enviado especial
plgomez@diariosur.es

La capital presenta en la ITB una ambiciosa campaña de promoción en Alemania, un mercado cuyo aumento estará sobre un 10% este 2016

BERLIN. La oferta cultural, con los museos y la casa natal de Picasso fundamentalmente, y los partidos del Málaga CF en La Rosaleda conforman un nuevo paquete de fin de semana dirigido al mercado alemán por parte de Málaga ciudad, que además va a 'viajar' por toda Alemania 'vendiendo' nuestro destino como «el que hoy por hoy es el que está más de moda a nivel de ciudades en España», como explicó el concejal de Turismo del Ayuntamiento malagueño, Julio Andrade, quien ha acudido a la feria de turismo ITB de Berlín sin la compañía del alcalde, como estaba previsto, debido al conflicto de la huelga de Limasa. Andrade, junto al director del Área, Javier Hernández, mantuvo una apretada jornada de trabajo destacando las mantenidas con TSS Group, Olimar Risen y FTI Group, con quienes firmó diversos convenios para promocionar en este mercado la oferta cultural y de naturaleza. «Nuestro potencial es muy importante, y se nota por la receptividad de todo el sector. Alemania también 'mira' a Málaga como demuestra el hecho de que tenemos unas perspectivas de aumento en torno al 10 por ciento, lo que significará una sólida recuperación de este país emisor con respecto a nuestra ciudad tras un 2015 que no nos dejó satisfechos».

Julio Andrade también firmó un convenio con el director general de Ticket Bureau, Nicola Padovan, agencia de viajes on line creada en 2001 especializada en la venta de entradas para eventos deportivos y que en la actualidad es la agencia oficial de entradas de importantes equipos europeos, entre otros el Real y el Atlético de Madrid y los equipo representativos de Manchester, el United y el City, y también del Málaga CF. Este acuerdo consiste en un novedoso producto turístico en el que se ofertan dos noche de hotel (fin de semana), visita guiada a uno de los museos de la ciudad y entrada al estadio de La Rosaleda para ver un partido de la Liga BBVA del Málaga CF. «En Alemania hay una gran afición al fútbol, y el Málaga no es desconocido por estos lares, además de que hay partidos frente a los equipos más poderosos de la Liga española que tienen un gran gancho», señaló el edil de Turismo. Ticket Bureau ofrece hoy más de 200 productos turísticos y cuenta con más de 100.000 clientes privados en 80 países.

Carnero, con una de las revistas que reparte SUR en la ITB. :: S. SALAS

Por otra parte, Málaga presentó en la ITB su nuevo plan promocional en Alemania tras los registros negativos de 2015, que como ya se ha dicho serán subsanados en este 2016 según las previsiones que hay hasta la fecha. Aquí se apoyará fundamentalmente en la empresa del malagueño Manuel Molina, TSS Group, en un plan que pondrá en marcha una docena de acciones tanto en origen como en destino dedicadas a los segmentos de mayor potencial.

La importancia de Sajonia, con su alto nivel de crecimiento, hará que Málaga intensifique su presencia en ciudades como Dresde y Leipzig, fundamentalmente porque en mayo comienzan a operar los vuelos regulares (dos por semana) entre la capital del referido estado alemán y el aeropuerto Pablo Ruiz Picasso, así como en Hamburgo, Dusseldorf (capital que se quiere hermanar con Málaga por expreso deseo de su alcalde, que habla a la perfección el español y es un enamorado de Andalucía), Sttugart, Hamburgo (donde TSS Group celebra en abril el congreso anual de sus 3.500 agencias este año) y en la región de Turingia (Erfurt). «Las excelentes perspectivas del que es nuestro tercer emisor de visitantes es lo que nos mueve a este esfuerzo promocional», señala Julio Andrade, quien adelanta que las reservas de alemanes para el verano ya han crecido un 20 por ciento para el verano, y en el mes de enero «nos visitaron 2.714 turistas germanos lo que supuso un aumento espectacular respecto a enero de 2015, que, repito, no fue un buen año para este mercado, con un 36,6 por ciento de aumento de la cuota, lo que lo dice todo bien a las claras».

Málaga cuenta en la ITB con un expositor propio, que esta edición está magníficamente situado junto al pabellón de Andalucía, y por el que ayer pasaron todas las autoridades españolas presentes en la ITB, entre ellas el ministro de Turismo, José Manuel Soria; la presidenta de la Junta, Susana Díaz; el presidente de la Diputación, Elías Bendodo, o los alcaldes de Sevilla, Juan Espadas, Torremolinos, José Ortiz, Mijas, Juan C. Maldonado, y Torrox, Óscar Medina.

press reader Printed and distributed by PressReader PressReader.com + +1 604 278 4604 COPYRIGHT AND PROTECTED BY APPLICABLE LAW